

1^{ère}
édition

TOP 50

de l'entrepreneuriat
à impact 2020

carenews 

Avec le soutien de  BNP PARIBAS

TOP 50

**de l'entrepreneuriat
à impact 2020**

L'ÉQUIPE DE **CARENEWS** ET **PIERRE-ANTHONY CANOVAS**
SOUS LA DIRECTION DE **FLAVIE DEPREZ**

SOMMAIRE

TOP 50

de l'entrepreneuriat
à impact 2020

- 06 Édito d'Olivia Grégoire
- 08 Édito de Flavie Deprez
- 10 Édito d'Antoine Sire
- 12 **Pourquoi un Top 50 de l'entrepreneuriat à impact ?**
- 14 **Dans les coulisses du « Top 50 »**
- 18 **Catégories**
- 20 **Bilan chiffré**
- 22 **Top 50 de l'entrepreneuriat à impact 2020**
- 26 **Économie sociale et solidaire : la grande transformation**
- 29 each One veut « industrialiser » sa solution pour avoir plus d'impact
- 30 **Matthieu Dardaillon : « Il faut focaliser son énergie là où on peut vraiment changer les choses ! »**
- 32 Solinum rêve d'essaimer en France (et au-delà...)
- 34 **L'ESS : un écosystème fédéré par de nombreux réseaux**
- 37 Portrait chinois de Mélanie Sueur Sy, directrice générale d'Enactus France
- 38 **Incubateurs à impact : une offre diversifiée qui ne fait que grandir**
- 40 David Lorrain, le coup d'après
- 42 **Thierry Sibieude : « Pour qu'il y ait impact, il faut qu'il y ait une volonté de transformation de la société »**
- 45 En direct des Éleveurs
- 46 **« L'impact » pour les nuls (ou presque)**
- 48 **#Top50Impact**
- 56 Comment ipso santé a-t-il voulu repenser la relation soignant-patient ?
- 57 Le groupe Ares en 10 dates clés
- 59 microDON
- 60 Rêv'Elles s'attaque au « triple déterminisme » subi par les jeunes filles issues de milieux modestes
- 62 Dons Solidaires® agit pour l'hygiène des plus précaires
- 64 Thibault Lamarque : « Notre mission est de mettre fin à la folie des bouteilles d'eau en plastique »
- 68 Simplon.co rêve d'avoir une « vocation mondiale »
- 70 **Comprendre les fonds à impact**
- 72 Investir&+ l'investissement à impact par des entrepreneurs « traditionnels »
- 73 Moulinot veut être là pour aider les particuliers à mieux trier
- 74 Investissement forestier : EcoTree veut faire changer les mentalités
- 77 L'application Yuka en 5 chiffres
- 78 Soutenue par l'Adie, Alexandra a pu ouvrir sa boulangerie traditionnelle
- 79 Entourage, pour créer du lien social avec les sans-abri
- 80 Hypra et sa bataille en faveur du « médiateur en inclusion numérique »
- 82 François Marty : « Il ne faut pas avoir le melon car tout le monde veut être un héros »
- 84 Cécile Galoselva, l'éthique de responsabilité
- 85 Rutabago, la recette d'une box bio
- 86 Réseau Éco habitat : rendre la « dignité » grâce à la rénovation énergétique
- 87 Cueillette Urbaine veut essaimer sur les toits de France et d'Europe
- 88 Le rêve européen de Phenix
- 90 **Les entrepreneurs sociaux à l'épreuve de la Covid-19**
- 92 Quand Môm'arte veut grandir... mais pas trop !
- 93 Portrait chinois d'Annabelle Grousset, présidente APA de Géant
- 94 AlterMassage en 3 chiffres clés
- 95 DUO for a JOB propose du mentorat de jeunes de la diversité par des plus de 50 ans
- 96 L'Agence du Don en Nature face au défi de la Covid-19
- 97 myfood ou la volonté de « relocaliser jusque dans le jardin »
- 98 Arnaud de la Taille : « Tout business devrait être for good »
- 100 Lemon Tri propose aux entreprises des solutions innovantes pour trier leurs déchets
- 102 ilek veut éduquer la population à l'intérêt de l'énergie verte
- 103 Portrait chinois de Margaux Gaillard, déléguée générale de l'association La Cloche
- 104 Le Fonds pour les soins palliatifs en bref
- 105 **Sélection de podcasts**
- 106 Portrait chinois d'Ariane Delmas, co-fondatrice et dirigeante des Marmites Volantes
- 107 Les Opticiens Mobiles, le magasin d'optique qui vient à vous !
- 108 **« De quoi tu parles ? » Petit lexique pour débiter dans l'ESS !**
- 110 Label Emmaüs, une boutique de produits d'occasion 2.0
- 112 Portrait chinois de Jean-Michel Ricard, président et cofondateur du Groupe Associatif Siel Bleu
- 113 **Le visage de ce TOP 50**
- 114 Interview de Lucie Basch, cofondatrice de Too Good To Go
- 115 ESPEREM
- 116 WebForce3 en quatre chiffres
- 117 Make ICI
- 118 Portrait chinois de Louise Fourquet, présidente de Baluchon
- 119 France Barter
- 120 **3 chiffres du baromètre de l'entrepreneuriat social 2020**
- 121 Énergie Jeunes, luttons contre les inégalités scolaires
- 122 IML 93
- 124 5 chiffres sur Reconnect
- 126 **Les participants**
- 130 **Principales informations par catégorie**
- 132 **TOP 50 des entrepreneurs à impact**



C'est tout le mérite de ce Top 50 de l'entrepreneuriat à impact que d'avoir délaissé les grands discours pour se concentrer sur la rigueur des chiffres.



Olivia Grégoire

Secrétaire d'État chargée de l'économie sociale, solidaire et responsable
auprès de Bruno Le Maire, ministre de l'Économie, des Finances et de la Relance

L'impact est un mot encore contesté dans la langue française, et d'aucuns le considèrent toujours comme un anglicisme, estimant qu'un impact, en bon français, ne peut désigner que le phénomène physique par lequel deux corps entrent en collision ou la trace laissée par le choc.

Pourtant, à y bien regarder, il est toujours question, quand on parle d'entreprise à impact, d'une empreinte : celle que laisse une entreprise sur son environnement et son écosystème, qu'il soit écologique ou social. On a pris conscience depuis les années 1980 en Europe

que l'impact d'une entreprise ne se limite pas à quelques chiffres en plus ou en moins sur le compte bancaire de ses clients, de ses salariés, de ses actionnaires ou de ses investisseurs. Par ses activités, une entreprise peut en effet laisser des empreintes beaucoup plus profondes, qu'elles soient vertueuses ou nuisibles, sur le capital humain de ces mêmes salariés, sur la santé de ses consommateurs et évidemment sur les ressources naturelles de notre planète.

Ce qui ne se mesure pas ne s'améliorera pas. Le chiffrage de cet impact est incontestablement le premier levier de la transformation du capitalisme, le seul moyen d'objectiver le changement

et d'améliorer l'empreinte des entreprises. Lassée par les « green », « social » ou « purpose » washings (cette fois, il s'agit incontestablement d'anglicismes), l'opinion publique ne se satisfait plus de promesses, elle veut des gages plus que des engagements.

Depuis le début du quinquennat, l'enjeu est de faire, mais aussi de faire (la) preuve. Avec la société à mission qui place l'effectivité de la raison d'être d'une entreprise sous le contrôle de ses parties prenantes, avec la valorisation des fonds qui garantissent un investissement vert ou responsable, avec la transparence sur les inégalités femmes-hommes dans les entreprises.

C'est tout le mérite de ce Top 50 de l'entrepreneuriat à impact que d'avoir délaissé les grands discours pour se concentrer sur la rigueur des chiffres. Une telle ambition, qui demande bien sûr de s'appuyer sur de nombreuses expertises, est déjà à saluer, mais surtout à prolonger : c'est en l'éprouvant avec plus d'expériences sur le temps long qu'elle se renforcera. Autant sur le plan de la méthodologie, s'il en était besoin, que pour créer une dynamique dans ce Top 50. Autorisons-nous à rêver pour demain d'un Impact 40 à la manière de notre CAC 40 !



Après cette année de crise sanitaire, économique et sociale, il est grand temps de mettre en valeur des solutions vertueuses et efficaces.



Flavie Deprez

Fondatrice et directrice générale
de Carenews



Nous ne sommes pas des bisounours », « Il est possible de concilier développement économique et impact social »... Si vous vous intéressez à un demain durable, souhaitable, responsable. À une économie sociale et solidaire. Au secteur de l'engagement et de l'impact... Vous avez déjà dû entendre ces phrases que ces entrepreneurs d'un genre différent prononcent inlassablement pour se défendre d'être des idéalistes ou pour convaincre leurs confrères de l'économie « classique ».

Depuis six ans, Carenews, le média des acteurs de l'engagement, voit émerger, en parallèle du secteur associatif, une manière d'entreprendre autrement, qui place le respect des hommes et de la planète avant la nécessité du profit et qui répond à des problématiques cruciales pour que demain soit meilleur. Associations, coopé-

ratives, entreprises à impact : nous les avons valorisées et nous les avons vues grandir. Nous savons que c'est grâce à elles que l'on peut vraiment « Changer la norme », le podcast que Carenews leur consacre.

Nous nous sommes récemment butés à une frustration de journalistes : peu de chiffres économiques ou financiers existent sur ces structures. Pour analyser les succès de ces « champions de l'entrepreneuriat à impact », il faut pourtant s'appuyer sur des données et non sur leur « pitch », pour contrer une tendance du secteur. Et cela au service d'une conviction : qu'elles soient à impact ou plus classiquement de l'ESS, ces structures sont la norme de demain.

Il y a un an, en route pour ChangeNOW, je me suis dit que j'allais me frotter à des centaines de *change makers*, d'entrepreneurs sociaux,

bref à des personnes qui ont choisi d'entreprendre différemment pour changer les choses ou les réparer. J'avais, à cette période, vu passer des ritournelles de classements de patrons et d'entreprises – c'est un peu le marronnier en fin ou début d'année. Mais rien sur cet écosystème entrepreneurial pourtant de plus en plus présent dans le quotidien des Français et dans les médias. Les étoiles étant parfois impeccablement alignées, j'ai échangé ce même matin avec Alexis Krycève, fondateur de HAATCH, assez aventureux pour dire oui à la réalisation d'un classement dont on ne connaissait même pas au début les contours. Le soir même, je présentais le projet à Antoine Sire, directeur de l'engagement de BNP Paribas, en lui rappelant que la première fois que je l'avais interviewé, il avait énoncé : « Tout nouveau domaine a besoin de ses métriques. » Dans la foulée, nous avons également embarqué Thierry Sibieude et l'ESSEC

qui ont apporté un regard critique et constructif sur une méthodologie exigeante. Et dans les mois qui ont suivi, nous avons eu le plaisir de constater la curiosité et l'intérêt des structures du secteur de l'impact et de leurs équipes pour ce projet ambitieux et inédit.

Après cette année de crise sanitaire, économique et sociale, devant les conditions climatiques qui se dégradent et le lien social qui s'étiole, devant une année aux bonnes nouvelles certaines, mais aussi parsemée de signaux funestes, il est grand temps de mettre en valeur des solutions vertueuses et efficaces. Et de les suivre d'année en année pour un effet boule de neige (tant qu'il y a de la neige). C'est le but de ce classement ; et après des mois de travail acharné par toutes les équipes enthousiastes et passionnées des partenaires que je remercie vivement, je crois pouvoir dire que nous y sommes arrivés.



De l'égalité des chances, à l'accès à l'emploi, de l'agriculture durable à la santé, tout en passant par la transition énergétique ou l'économie circulaire ; l'ESS recrée de la valeur et du lien social.



Antoine Sire

Membre du comité exécutif et directeur de l'engagement d'entreprise de BNP Paribas

Il y a maintenant plus de trois ans, face à l'augmentation des inégalités sociales et territoriales et à la nécessité d'une mobilisation générale pour le climat et l'environnement, BNP Paribas a décidé de faire de l'engagement d'entreprise un grand chantier de transformation, au même titre que la digitalisation de son activité. Nous avons alors intégré les 17 objectifs de développement durable (ODD) de l'ONU à notre stratégie. Plus récemment, nous les avons aussi inscrits dans notre raison d'être. Cette stratégie nous permet aujourd'hui de nous positionner comme un acteur de premier plan en matière de financement d'une croissance durable.

Nous agissons particulièrement dans quatre domaines pour lesquels nous disposons de leviers forts, partout où nous opérons : la transition écologique et la protection de la biodiversité, l'inclusion des jeunes, des territoires et le développement de l'entrepreneuriat social et solidaire.

Ainsi, c'est tout à fait naturellement que nous avons apporté notre soutien à l'étude Top 50 de l'entrepreneuriat à impact, lancée par Carenews, afin de mettre davantage en lumière les entrepreneurs engagés partout en France. Au-delà

d'un classement, ce document met surtout en exergue pour la première fois la diversité de vos talents et donne à voir un secteur qui contribue à construire la société responsable et durable à laquelle nous aspirons tous.

Il y a longtemps que notre groupe, en tant que banque au service de l'économie a commencé à construire une relation forte avec l'économie sociale et solidaire. Dès 1993, nous avons soutenu l'Adie (Association pour le droit à l'initiative économique) et encore aujourd'hui, nous sommes le premier refinanceur et mécène de cette banque associative qui joue un rôle essentiel pour l'inclusion sociale.

Par la suite, nous avons élargi notre soutien pour développer notre expertise de la microfinance dans le monde. Aujourd'hui, nous consacrons plus de 1,5 milliard d'euros au financement des entreprises sociales et de la microfinance, dans 33 pays.

Dès 2014, nous avons accéléré notre soutien aux entrepreneurs sociaux pour créer, en 2018, le programme Act For Impact : un accompagnement bancaire spécifique des entrepreneurs sociaux qui portent des solutions innovantes.

150 chargés d'affaires ont été formés pour accompagner la croissance de tout l'écosystème des entrepreneurs engagés et plus de 2 000 entrepreneurs sont déjà suivis à ce jour. Nous accompagnons d'ailleurs une nouvelle entreprise sociale et solidaire sur quatre en France.

Côté produits, nous innovons pour faciliter et accélérer le développement des projets des entrepreneurs sociaux. Ainsi, en lien étroit avec les pouvoirs publics, nous structurons notamment des Contrats à Impact Social (CIS), un mécanisme de financement public-privé, destiné à favoriser l'émergence de projets sociaux innovants. Enfin, BNP Paribas a choisi de favoriser l'entrepreneuriat féminin. En France, une enveloppe de deux milliards d'euros est allouée chaque année au financement d'entreprises dirigées par des femmes.

Ces initiatives s'inscrivent aussi dans notre volonté plus large de faire grandir l'écosystème de l'impact. Nous sommes ainsi membre du French Impact, lancé par le gouvernement en 2018, et mécène fondateur de la Fondation la France s'engage qui promeut et accélère l'innovation sociale. Plus récemment, nous avons aussi noué un partenariat avec le Grameen Creative Lab du

Professeur Yunus, qui vise à favoriser le développement de produits à impact positif au sein de la banque.

Aujourd'hui, l'ESS représente 10% du PIB et la loi PACTE – qui consacre notamment la raison d'être et l'entreprise à mission – donne raison à tous ceux qui s'engagent depuis des années en faveur d'un impact positif. Dans la période de crise que nous traversons, le secteur porte en lui un formidable potentiel de transformation de notre économie en offrant des services de qualité et en innovant socialement ou technologiquement. De l'égalité des chances, à l'accès à l'emploi, de l'agriculture durable à la santé, tout en passant par la transition énergétique ou l'économie circulaire ; l'ESS recrée de la valeur et du lien social. Notre banque est et continuera d'être aux côtés des entrepreneurs qui font bouger les lignes et font advenir une société plus écologique et sociale.

J'adresse mes chaleureuses félicitations aux lauréats et à l'ensemble des entrepreneurs qui ont candidaté. Je remercie également Carenews, HAATCH et l'ESSEC pour leur travail, leur sympathie et pour l'ensemble de nos échanges constructifs.

POURQUOI UN TOP 50 DE L'ENTREPRENEURIAT À IMPACT ?

Carenews, le média des acteurs de l'engagement, décrypte au quotidien l'actualité du mécénat, de l'engagement sociétal et de l'économie sociale et solidaire (ESS). Entreprise labellisée ESUS (entreprise solidaire d'utilité sociale), Carenews s'est donné pour mission d'accélérer le développement de l'engagement sociétal, en informant, fédérant et animant le secteur. Notre responsabilité de média nous mène à conduire des études de fond, basées sur des faits et des données vérifiés pour délivrer à nos lecteurs, en toute transparence, une information fiable et de qualité. C'est dans cet esprit que Carenews a lancé le Top 50 de l'entrepreneuriat à impact. Ce classement totalement inédit et ambitieux vise à valoriser l'entrepreneuriat à impact et à récompenser et faire connaître les structures et les entrepreneurs.

Démarche entrepreneuriale qui a connu des développements spectaculaires ces dix dernières années, l'entrepreneuriat à impact gagnerait encore à se diffuser pour infuser et changer en profondeur l'économie. Ce classement, qui se base sur des données essentiellement quantitatives, offre davantage de repères et de visibilité sur cette manière d'entre-

prendre au bénéfice de l'humain et de la planète. Le Top 50 de l'entrepreneuriat à impact a pour objectif de distinguer, par catégorie, les meilleurs projets à impact de l'année 2019. Un questionnaire élaboré à partir de la méthodologie MESIS* a permis d'évaluer l'impact de chaque projet.

L'évaluation a porté sur quatre domaines :

- 1. IMPACT**
(portée, intensité, pérennité de l'impact)
- 2. SOLUTION**
(potentiel de changement d'échelle, démarche d'innovation, maturité de la mesure d'impact)
- 3. ENGAGEMENT**
(actions de plaidoyer, liens avec l'écosystème)
- 4. RESPONSABILITÉ**
des pratiques au sein des organisations

Avec l'aide du cabinet de conseil HAATCH et de l'ESSEC Business School, nous avons donné à ce classement des gages de qualité pour le positionner durablement comme une référence et un repère pour l'ensemble du secteur de l'engagement.

BNP Paribas soutient la réalisation de ce travail et contribue à sa diffusion afin de faire connaître, au plus grand nombre, les projets et les entrepreneurs à impact.

HAATCH

Cabinet de conseil en stratégie RSE et développement durable pour de grandes entreprises, des PME, des associations ou des acteurs publics. Dans

le cadre du Top 50 de l'entrepreneuriat à impact, HAATCH est en charge de la collecte et de l'analyse des données.

ESSEC Business School

École supérieure des sciences économiques et commerciales qui poursuit depuis plus d'un siècle un projet pédagogique innovant plaçant l'individu au cœur de son modèle d'enseignement, promouvant les valeurs de liberté et d'ouverture, d'innovation et

de responsabilité. Dans le cadre du Top 50 de l'entrepreneuriat à impact, l'ESSEC Business School a un rôle de contrôle académique sur la méthodologie, le questionnaire et les terminologies employées.

BNP Paribas

Banque de premier plan en Europe avec un rayonnement international, BNP Paribas est présente dans 73 pays, avec plus de 196 000 collaborateurs, dont près de 149 000 en Europe. Le Groupe accompagne l'ensemble de ses clients (particuliers, associations, entrepreneurs, PME, grandes entreprises et institu-

tionnels) pour les aider à réaliser leurs projets en leur proposant des services de financement, d'investissement, d'épargne et de protection. Engagé de longue date en faveur de l'entrepreneuriat social et solidaire, BNP Paribas soutient le classement du Top 50 de l'entrepreneuriat à impact.

DANS LES COULISSES DU « TOP 50 »

Pondération et méthodologie MESIS pour mesurer l'impact

Comment mesurer au mieux la notion d'impact ? Et surtout comparer avec objectivité des acteurs travaillant dans des domaines aussi variés que le logement, la santé ou encore la transition énergétique sans oublier la lutte contre l'exclusion pour n'en citer que quelques-uns. La chose n'a pas été simple pour ce tout premier « Top 50 de l'entrepreneuriat à im-

pact » et ses quatre partenaires : le média Carenews, BNP Paribas, l'ESSEC et le cabinet HAATCH. Alexis Krycève, le patron-fondateur de ce cabinet spécialisé en RSE, ironise d'ailleurs : « Plus on est entré dans le projet, plus on a réalisé sa complexité alors qu'a priori on s'était dit que ce top 50 était un projet sympa, fun et qu'il serait simple à réaliser. »

Un processus de sélection robuste et une méthodologie basée sur la récolte de données

Pour mesurer cet « impact », les partenaires ont décidé d'utiliser « MESIS », pour « Mesure et Suivi de l'Impact Social ». Concrètement, un site a été créé et la collecte des données a duré 45 jours, jusqu'au 25 septembre 2020. Sur les 418 questionnaires entamés, 257 structures ont finalement été sélectionnées.

En ce qui concerne la méthodologie, un questionnaire a été établi avec une cinquantaine de questions « fermées » notées chacune sur un point et une trentaine de questions sont restées « ouvertes ». Les questions notées font partie de cinq catégories « pondérées » selon leur importance dans la note finale. Il s'agit de la pérennité du projet (8 %), son impact (39 %), ses

caractéristiques (23 %), son engagement (18 %) ainsi que ses pratiques responsables (12 %). Le comité de pilotage a ensuite examiné lors des délibérations les dossiers et plus précisément certaines réponses des candidats comme le « potentiel de changement d'échelle ».



Cela aura consisté en un mix entre des questions de pérennité, de robustesse, des questions de pertinence, de bénéfices pour les bénéficiaires et aussi de coopérations avec l'écosystème de pratiques responsables.

ALEXIS KRYCÈVE



Méthodologie

Critères d'éligibilité

Étaient éligibles à ce classement les structures :

- Quel que soit leur statut juridique
- Quelle que soit leur date de création
- Quel que soit le nombre de salariés

Les projets devaient néanmoins avoir tout ou partie des bénéficiaires de leur impact en France.

Pour postuler, les candidats devaient au préalable choisir la catégorie d'impact correspondant à leur activité parmi les 10 catégories suivantes :



FORMATION PROFESSIONNELLE ET ACCÈS À L'EMPLOI



ACCÈS AU LOGEMENT



ÉGALITÉ DES CHANCES EN MATIÈRE D'ÉDUCATION



ACCÈS À LA SANTÉ ET MAINTIEN DE L'AUTONOMIE



LIEN SOCIAL ET LUTTE CONTRE L'EXCLUSION



ACCOMPAGNEMENT ET FINANCEMENT DES ENTREPRENEURS À IMPACT



CONSOMMATION RESPONSABLE



RECYCLAGE ET RÉDUCTION DES DÉCHETS



AGRICULTURE DURABLE ET MAINTIEN DE LA BIODIVERSITÉ



TRANSITION ÉNERGÉTIQUE

Critères d'évaluation

Les projets ont été évalués à partir d'un questionnaire quantitatif et qualitatif validé par un comité de pilotage composé de membres de Carenews, HAATCH, l'ESSEC et BNP Paribas (une voix par structure).

Les questions d'évaluation ont en outre été établies en s'appuyant sur la méthode MESIS.

Chaque entité était notée sur un total de 100 points, à l'aide de séries de questions notées chacune d'un à quatre points selon leur importance.

Les structures étaient invitées à répondre à ces questions, tantôt fermées (réponses à choix multiple), tantôt ouvertes (réponses en texte ou en chiffres), et à compléter leurs réponses en fournissant des documents permettant d'étayer leurs déclarations.

Les réponses fermées et les réponses ouvertes en chiffres ont été utilisées pour une première évaluation basée sur les réponses aux questionnaires uniquement. Cette évaluation a été réalisée par les équipes de HAATCH.

Dans un second temps, le comité de pilotage a été mis à contribution pour départager les projets avec une notation proche, sur la base de leurs réponses qualitatives et de la connaissance experte que les membres du comité ont des projets concernés.

Le questionnaire d'évaluation était découpé en 5 sections :

1.

PÉRENNITÉ DE L'ORGANISATION

Les structures étaient évaluées sur la solidité de leur modèle économique, afin d'évaluer la pérennité potentielle de leurs impacts positifs. Il était demandé aux structures de montrer leur solidité financière, en prenant notamment en compte (i) pour les associations, la diversité de leurs sources de financement et (ii) pour les entreprises à but lucratif, la diversité de leurs clients, la rentabilité de leur structure, le niveau de leurs fonds propres et de leur trésorerie, l'évolution de leur chiffre d'affaires...

CETTE SECTION ÉTAIT NOTÉE SUR 8 POINTS.

2.

BÉNÉFICES CRÉÉS

Les structures étaient évaluées sur la portée, l'intensité, la pérennité et la qualité de leur impact. Cette section du questionnaire d'évaluation était adaptée en fonction de la catégorie d'impact sélectionnée au début par le candidat, et donc différente d'une catégorie d'impact à l'autre.

CETTE SECTION ÉTAIT NOTÉE SUR 39 POINTS.

3.

SOLUTION

Les structures étaient évaluées sur le caractère innovant de leur solution, sa répliquabilité, son niveau de différenciation par rapport à l'existant (additionnalité de l'impact), le potentiel de changement d'échelle de son modèle, l'anticipation des risques et l'accessibilité du produit ou du service offert.

CETTE SECTION ÉTAIT NOTÉE SUR 23 POINTS.

4.

ENGAGEMENT

Les structures étaient évaluées sur l'intensité et la maturité de leur engagement, notamment la formalisation et la mesure de leur impact, mais aussi sur leur contribution au rayonnement des enjeux sociétaux, sociaux, environnementaux qu'ils portent, via leurs prises de parole et leur implication au sein de l'écosystème des organisations à impact.

CETTE SECTION ÉTAIT NOTÉE SUR 18 POINTS.

5.

PRATIQUES RESPONSABLES

Les structures étaient enfin évaluées sur leurs pratiques en termes de gouvernance, d'égalité, de transparence et d'implication des parties prenantes. Cette évaluation s'appuyait notamment, mais pas seulement, sur l'Impact Score mis au point par la coalition Nous Sommes Demain.

CETTE SECTION ÉTAIT NOTÉE SUR 12 POINTS.

Chaque candidat était évalué au sein de sa catégorie d'impact.

Le ratio suivant a été appliqué pour obtenir le nombre de lauréats par catégorie :

$$\frac{50}{\text{Nombre total de candidats}} \text{ soit } \frac{50}{257} = 19,5 \%$$



FORMATION PROFESSIONNELLE ET ACCÈS À L'EMPLOI

8 PROJETS



ACCÈS AU LOGEMENT

3 PROJETS



ÉGALITÉ DES CHANCES EN MATIÈRE D'ÉDUCATION

4 PROJETS



ACCÈS À LA SANTÉ ET MAINTIEN DE L'AUTONOMIE

5 PROJETS



LIEN SOCIAL ET LUTTE CONTRE L'EXCLUSION

8 PROJETS



ACCOMPAGNEMENT ET FINANCEMENT DES ENTREPRENEURS À IMPACT

5 PROJETS



CONSOMMATION RESPONSABLE

8 PROJETS



RECYCLAGE ET RÉDUCTION DES DÉCHETS

4 PROJETS



AGRICULTURE DURABLE ET MAINTIEN DE LA BIODIVERSITÉ

3 PROJETS



TRANSITION ÉNERGÉTIQUE

2 PROJETS

Comme tout système d'évaluation, les seules réponses aux questionnaires, pour une grande diversité de projets, et sur une base déclarative, pouvaient naturellement créer des biais et générer des notes très proches, considérées comme une marge d'incertitude. Un préclassement a donc été présenté au comité de pilotage, à qui il a été demandé d'apporter un regard critique sur les lauréats potentiels. Il leur a notamment été permis de :

- Corriger la notation de certains projets à l'aide des réponses qualitatives fournies par les candidats et de leur connaissance personnelle des projets concernés.
- Départager des projets ayant obtenu une différence de notation inférieure à 0,5 point, en se basant sur les réponses qualitatives et quantitatives des lauréats et sur leur connaissance experte.

* La méthode MESIS (Mesure et suivi de l'impact social) a été développée par la Caisse des dépôts, BNP Paribas et INCO, accompagnés par KIMSO, cabinet de conseil et d'évaluation spécialisé en impact social. Cette méthodologie se base sur trois objectifs : harmoniser les démarches existantes et capitaliser sur les bonnes pratiques, faire émerger des outils de mesure partagés et promouvoir une appropriation par les financeurs et les porteurs de projets.

CATÉGORIES

CATÉGORIE 1

FORMATION PROFESSIONNELLE ET ACCÈS À L'EMPLOI

- › Favoriser l'accès à l'emploi des publics éloignés du marché du travail, ou sous-représentés dans certains métiers
- › Favoriser l'accès à la formation professionnelle des publics éloignés du marché du travail, ou sous-représentés dans certains métiers

CATÉGORIE 3

ÉGALITÉ DES CHANCES EN MATIÈRE D'ÉDUCATION

- › Permettre l'accès aux ressources nécessaires à l'apprentissage
- › Accompagner les jeunes de tous âges dans leur processus éducatif (soutien scolaire, ouverture culturelle, etc.)

CATÉGORIE 2

ACCÈS AU LOGEMENT

- › Fournir un hébergement d'urgence ou temporaire
- › Fournir un logement décent
- › Accompagner dans la recherche, l'accès et l'aménagement d'un logement pérenne et salubre

CATÉGORIE 4

ACCÈS À LA SANTÉ ET MAINTIEN DE L'AUTONOMIE

- › Proposer des outils ou services à destination des personnes en situation de dépendance
- › Accompagner les professionnels de la santé par des outils ou services les aidant dans leur travail

CATÉGORIE 5

LIEN SOCIAL ET LUTTE CONTRE L'EXCLUSION

- › Développer des outils, des services ou des lieux permettant le maintien du lien social
- › Lutter contre toutes les formes d'exclusion, d'isolement et de pauvreté

CATÉGORIE 8

RECYCLAGE ET RÉDUCTION DES DÉCHETS

- › Lutter contre le gaspillage
- › Offrir des solutions innovantes pour permettre le tri ou le recyclage des acteurs économiques et/ou des citoyens
- › Favoriser l'achat/vente d'occasion

CATÉGORIE 6

ACCOMPAGNEMENT ET FINANCEMENT DES ENTREPRENEURS À IMPACT

- › Financer ou accompagner les entrepreneurs dans la recherche de financement
- › Aider les entrepreneurs à impact à se structurer et se développer grâce à des outils, services ou lieux

CATÉGORIE 9

AGRICULTURE DURABLE ET MAINTIEN DE LA BIODIVERSITÉ

- › Lutter contre la déforestation
- › Lutter contre la disparition du vivant et pour la protection des espèces
- › Développer ou promouvoir une agriculture durable (technologie, agroécologie, agroforesterie, etc.)

CATÉGORIE 7

CONSOMMATION RESPONSABLE

- › Produire, vendre ou promouvoir des produits respectueux de l'Homme, des animaux et de l'environnement
- › Favoriser une consommation locale, raisonnée et permettant de réduire la production et la consommation de produits neufs

CATÉGORIE 10

TRANSITION ÉNERGÉTIQUE

- › Développer et promouvoir la production et le recours aux énergies renouvelables
- › Améliorer l'efficacité énergétique et réduire la consommation d'énergie
- › Offrir des solutions innovantes pour une mobilité durable

BILAN CHIFFRÉ

10

CATÉGORIES

20 000

DONNÉES RÉCOLTÉES

418

STRUCTURES
se sont
référéncées

Nombre
de questions

80

EN MOYENNE

6

MOIS D'ÉTUDE
Et autant
de « copils »

257

DOSSIERS ÉTUDIÉS

Maha
Keramane



La méthode « MESIS » Kesako ?

Pour établir ce classement et mesurer au mieux la notion d'impact, les quatre partenaires ont fait le choix de s'inspirer de la méthode MESIS pour « Mesure et Suivi de l'Impact Social ». BNP Paribas avait développé une première méthode en interne en 2015 avant d'entamer à la fin de l'année suivante une collaboration avec la Caisse des Dépôts et INCO pour arriver à une méthode commune.

Concrètement, MESIS passe par une batterie de questions avec trois filtres principaux : Qui sont les bénéficiaires ? Que réalisent-ils comme actions ? Quel est leur impact ? En travaillant sur des modalités d'intervention plutôt qu'en public cible, la méthode offre une meilleure « comparabilité » et une certaine homogénéité dans les indicateurs mis en place. Concrètement, le tableau de bord réalisé avec cette méthode offre à ses destinataires la possibilité de bien mettre la finalité sociale au centre de leurs indicateurs de performance et de vérifier qu'ils ne s'éloignent pas de leurs objectifs initiaux.

Sept domaines d'actions sociales

Dans un contexte d'évolution des modèles associatifs et des ressources au sein de l'économie sociale et solidaire, la méthode s'attaque à sept domaines d'action sociale bien définis. On y trouve l'accès à l'emploi, la microfinance et le soutien à l'entrepreneuriat, l'accès au logement, l'accès à la santé et au maintien de l'autonomie, l'accès à l'éducation et à l'égalité des chances, la protection de l'environnement et enfin les actions de lutte contre la précarité.

« Cette méthodologie a le mérite d'inciter les structures à impact à se poser les bonnes questions et à se fixer les bons objectifs aussi bien en amont du reporting qu'en aval », détaille Maha Keramane, la responsable Entrepreneuriat Social et Microfinance Europe au sein de la direction RSE de BNP Paribas. Si aucune méthode n'est réellement parfaite, cet outil de pilotage et de développement a l'avantage d'offrir une grande « flexibilité » ainsi qu'un outil commun aux acteurs face à leurs financeurs désireux d'avoir des reportings complets.

7 DOMAINES D'ACTION SOCIALE



TOP 50

de l'entrepreneuriat à impact 2020



Formation professionnelle et accès à l'emploi

01.
each One

02.
Ares

03.
Simplon.co

04.
WebForce3

05.
AlterMassage

06.
ESPEREM

07.
Make ICI

08.
Baluchon



Accès au logement

01.
Réseau
Éco habitat

02.
Foncière Chênelet

03.
IML93



Égalité des chances en matière d'éducation

01. Énergie
Jeunes

02. Enactus France

03. Réseau
Môm'artre

04. Rêv'Elles



Accès à la santé et maintien de l'autonomie

01.
Association
Siel Bleu

02.
Fonds pour
les soins palliatifs

03.
APA de Géant

04.
Les Opticiens
Mobiles

05.
ipso santé



Lien social et lutte contre l'exclusion

01.
Agence du Don
en Nature

02.
La Cloche

03.
Hypra

04.
Reconnect

05.
Dons Solidaires

06.
Association Entourage

07.
Solinum

08.
DUO for a JOB

TOP 50

de l'entrepreneuriat
à impact 2020



Accompagnement et financement des entrepreneurs à impact

**01.
Adie**

**02.
France Barter**

**03.
Investir & +**

**04.
AssoConnect**

**05.
microDON**



Consommation responsable

**01.
Label Emmaüs**

**02.
Les Marmites Volantes**

**03.
En direct des Éleveurs**

**04.
Rutabago**

**05.
Too Good To Go**

**06.
Castalie**

**07.
Altermundi**

**08.
Yuka**



Recyclage et réduction des déchets

**01.
Phenix**

**02.
Moulinot Compost
& Biogaz**

**03.
RecycleLivres**

**04.
Lemon Tri**



Agriculture durable et maintien de la biodiversité

**01.
EcoTree**

**02.
myfood**

**03.
Cueillette
Urbaine**



Transition énergétique

01. ETIC

02. IleK

ÉCONOMIE SOCIALE ET SOLIDAIRE : LA GRANDE TRANSFORMATION

En quinze ans, le paysage de l'économie sociale et solidaire a fortement évolué à la faveur d'un rajeunissement de ses acteurs, d'une meilleure prise en compte de ses problématiques par les entreprises et les pouvoirs publics ainsi que de l'émergence dans la sphère publique de la figure de « l'entrepreneur social ». Aujourd'hui, tout le monde – ou presque – veut avoir de l'impact, un mot désormais devenu incontournable. La crise de 2020 et ses retombées vont-elles accélérer cette tendance ?

Et si l'année 2020, avec sa crise de la Covid-19 et ses graves conséquences, avait définitivement propulsé le champ de l'économie sociale et solidaire – en tout cas sa philosophie – dans le monde d'après ? Un monde où les notions d'impact, de résilience, de solidarité pour ne citer que quelques adjectifs, devenaient la norme et plus seulement l'exception ? Force est de constater en tout cas que les douze mois qui viennent de s'écouler ont accéléré une tendance de fond, celle de vivre une vie avec plus de « sens », plus altruiste aussi, où le profit n'est pas le moteur principal. Mais l'ESS – comme Rome – ne s'est pas faite en un jour... Le décollage a pris une petite quinzaine d'années, d'un paysage où figuraient surtout les acteurs classiques du secteur – associations, fondations, mutuelles, coopératives – à l'essor de l'entrepreneuriat social qui a fait évoluer le secteur.

Le mitan des années 2000, période cruciale

Petit retour en arrière. En 2003, l'ESSEC est pionnière et crée une chaire d'entrepreneuriat social. En 2005, c'est l'organisation internationale Ashoka, créée en Inde en 1980 par l'américain Bill Drayton, qui a popularisé le concept d'« entrepreneuriat social » qui s'implante pour la première fois dans l'Hexagone.

L'objectif : développer ce type d'entrepreneuriat en sélectionnant les acteurs à plus fort potentiel. Progressivement, le secteur se structure en même temps que de nouveaux acteurs plus jeunes émergent. En 2010, le Mouvement des entrepreneurs sociaux (Mouvés) est officiellement créé. Jean-Marc Borello, le patron-fondateur du Groupe SOS qui a contribué à structurer le mouvement, en devient son premier président.

Progressivement, de nombreuses nouvelles structures voient le jour avec une démarche entrepreneuriale sous-jacente. Pourtant, tout n'est pas facile et subsistent alors des incompréhensions quasi culturelles sur cette figure de l'entrepreneur social, mais aussi le social impact, le social business... « N'êtes-vous pas au fond qu'une capitaliste anglo-saxonne ? » est le type de réflexions qu'entendait par exemple à l'époque Cécile Galoselva à son retour en France après plusieurs années d'expatriation au Royaume-Uni. La jeune femme, qui occupait le poste de directrice des opérations de la startup Ethical Property, revenait dans l'Hexagone pour fonder ETIC – Foncière responsable, une structure qui crée, finance et gère des espaces dédiés aux acteurs du changement et se souvient encore du manque de compréhension à l'époque.

Quelques entrepreneurs peu nombreux au départ et souvent issus d'écoles de commerce décident de délaisser les chemins classiques pour créer des sociétés qui veulent allier impact social et rentabilité à l'image de Phenix, spécialisée dans la lutte contre le gaspillage alimentaire et créée en 2014 par deux jeunes trentenaires, Jean Moreau et Baptiste Corval. De nombreux incubateurs, organisations et écoles nouvelles générations émergent. L'objectif est d'embarquer les citoyens dans l'aventure de l'entrepreneuriat social ou de faire émerger les talents de demain avec des mouvements comme makesense dès 2010 ou Ticket for Change lancée en 2014, des structures qui s'ajoutent aux plus anciennes comme l'américaine Enactus lancée dans l'Hexagone en 2002. D'autres encore veulent profiter de la volonté politique de développer le numérique tout en ayant une démarche sociale et tech, à l'image de Simplon.co, lancé en 2013 et devenu un réseau de Fabriques solidaires et inclusives proposant des formations gratuites aux métiers techniques du numérique.

Un soutien politique relativement timide

Au niveau politique, les choses évoluent également, quoique timidement. Au printemps 2012, Benoît Hamon devient ministre délégué chargé de l'économie sociale et solidaire après la victoire de François Hollande à la présidence de la République. C'est un coup de projecteur sur ce secteur et le signe d'une volonté politique. « François Hollande est celui qui a sans doute fait le plus, mais il a peu fait », tempère toutefois Aymeric Marmorat, ancien directeur général d'Enactus France, depuis peu à la tête de sa propre structure d'accompagnement Civic Lab. Pour lui, ce sont surtout les collectivités territoriales qui sont motrices du changement au niveau politique. « Le politique peut aider à changer d'échelle, il permet d'amplifier, mais il est rarement à l'initiative », décrypte-t-il.

La même année à Bruxelles, Michel Barnier, qui est alors commissaire européen chargé du marché intérieur et des services, indique que « l'Union européenne veut aider l'entrepreneuriat social à se développer ». Deux ans plus tard, Benoît Hamon fait adopter le 31 juillet 2014 la loi relative à l'économie sociale et solidaire qui définit le périmètre du secteur et intègre pour la première fois l'entrepreneuriat

social aux autres familles qui composent traditionnellement l'ESS : les mutuelles, les coopératives, les fondations et les associations. Le futur candidat à la présidentielle de 2017 définit aussi pour la première fois la notion de subvention. Cinq ans plus tard, c'est sous le gouvernement du juppéiste Édouard Philippe que la loi « PACTE » (plan d'action pour la croissance et la transformation des entreprises) offre aux entreprises la possibilité d'inscrire une « raison d'être ». Un vrai symbole.

Changement générationnel

Aujourd'hui, nombre de jeunes diplômés de grandes écoles veulent rejoindre ce secteur pour avoir un métier avec plus de « sens », une vraie évolution d'une génération à l'autre. Arnaud Mourot d'Ashoka, diplômé de l'ESCP Europe il y a vingt ans, ironise : « À mon époque, nous étions quatre de ma promotion sur quatre-cents à vouloir nous orienter dans ce secteur, désormais c'est 20 à 25 % d'une promo. » Aujourd'hui, certains lancent même leur structure pendant leurs études, à l'image de Solinum, l'association fondée par Victoria Mandefield pendant ses études d'ingénieur, qui vient en aide aux précaires et exclus. Idem pour Théo Scubla qui a cofondé en 2015 Wintegreat – devenu each One – qui vient en aide aux réfugiés, alors qu'il avait seulement 20 ans !

Ce rajeunissement suscite également la fascination de certaines personnalités historiques du secteur. « Il y a une génération qui n'est plus une génération qui se lève par injustice, mais elle se lève par compétence. C'est la différence avec la génération d'avant qui venait d'une éducation populaire et civique, de vision de la société », raconte ainsi François Marty, président de la Foncière Chênelet qui vient en aide aux plus démunis à travers des maisons écologiques. Ce patron atypique de 66 ans, dont quatre décennies de militantisme, se dit « émerveillé de voir tous ces jeunes gens qui vont nous doubler ». Pourtant, Thierry Sibieude, professeur à l'ESSEC où il a cofondé en 2003 la chaire d'Innovation et entrepreneuriat social, met en garde quant à un éventuel clash générationnel : « Ce à quoi il faut être attentif, c'est que les uns – les historiques – ne voient pas les nouveaux comme des usurpateurs. Et que les nouveaux ne considèrent pas qu'ils sont le Nouveau Monde et qu'enfin avec eux les choses vont changer... »

EACH ONE VEUT « INDUSTRIALISER » SA SOLUTION POUR AVOIR PLUS D'IMPACT

Spécialisée dans l'accompagnement des réfugiés dans l'accès aux études et à l'emploi, each One veut accélérer son développement et suivre le parcours des personnes sur tout leur parcours d'intégration.

Nouvelle étape dans la vie d'each One, l'entreprise à mission créée en 2015 pour accompagner les personnes réfugiées dans l'accès aux études et à l'emploi. Après avoir délaissé au printemps 2020 son nom de Wintegreat pour une appellation plus facile à prononcer, mais surtout pour revenir aux « fondamentaux » et souligner la valeur des personnes qu'elle aide, each One veut parvenir à un changement « systémique ». Concrètement, l'association propose un programme de trois mois appelé « Tremplin », pensé avec une logique de coaching sportif. Le but est de permettre à des personnes réfugiées/primos-arrivantes de mieux s'intégrer au travers de partenariats avec de grandes écoles et universités d'un côté et des entreprises de l'autre.

« Notre prochain objectif est d'industrialiser notre solution. Aujourd'hui, on a accompagné 2 000 personnes. On arrivera à un changement de paradigme et systémique quand on aura réussi à les accompagner et les intégrer totalement à notre économie et notre société », confie Théo Scubla, le jeune directeur fondateur de 25 ans. Au-delà de ce changement de nom récent, la nouvelle entité each One intègre Wero, l'agence cofondée avec Fanny Prigent et Maxime Baudet à l'été 2019 qui assurait jusqu'à pré-

sent une mission en externe de placement des réfugiés aidés et formés par Wintegreat.

Objectif : doubler le chiffre d'affaires en 2021

Désormais, l'objectif est d'offrir un « parcours intégré pour pouvoir accompagner les personnes réfugiées sur tout leur parcours d'intégration », confie celui qui a créé Wintegreat alors qu'il était encore étudiant à ESCP Europe avec son comparse Eymeric Guinet. Les participants au programme d'each One – qui compte 53 nationalités – ont une moyenne d'âge de 32 ans et un quart d'entre eux sont des femmes.

Les pays les plus représentés sont la Syrie (31 %), le Soudan (16 %) et l'Afghanistan (13 %), et l'association revendique un taux de sorties positives du programme – c'est-à-dire les reprises d'études ou d'emploi après la participation au programme – de 73 %. each One, dont la nouvelle promotion du programme débutera en février 2021, vise désormais à franchir le cap des 10 000 personnes accompagnées pour 2025. L'entreprise devrait enregistrer en 2020 un chiffre d'affaires de 2,9 millions d'euros et espère doubler ce résultat l'année suivante.

2020, année charnière ? En tout cas, la crise de la Covid-19 n'épargne ni la santé de la population, ni celle des entreprises et encore moins celles issues de l'ESS, dont les modèles économiques sont pour certaines fragiles et qui se retrouvent en difficulté. Le gouvernement, qui a fait entrer cet été la députée LREM Olivia Grégoire au nouveau secrétariat d'État, promet 1,3 milliard d'euros à la rentrée au secteur associatif dans le cadre du plan de relance de 100 milliards annoncé par le Premier ministre Jean Castex.

Quand le secteur s'organise pour « peser »

Mais en même temps, la crise révèle l'importance des thèmes portés par l'ESS depuis de longues années. 2020 est aussi celle des dix ans du Mouves, un anniversaire qui est l'occasion de rebattre les cartes. L'état-major est renouvelé avec comme nouveaux coprésidents Jean Moreau et Éva Sadoun, la fondatrice de LITA.co. La structure se rebaptise le Mouvement IMPACT France. L'objectif est de fédérer davantage, de peser sur le débat public et de représenter une alternative face au puissant Medef.

La deuxième édition des « Universités d'Été de l'Économie de Demain » qui se tient à l'été 2020 insiste encore sur le rôle de ses acteurs à l'heure de la crise en rappelant l'importance du collectif #NousSommes-Demain créé en 2018. Il faut dire que le nombre d'entreprises et structures de l'économie sociale et solidaire est désormais de 200 000 entreprises et compte 2,38 millions de salariés, soit près de 14 % des emplois privés en France !

La crise de la Covid-19 et la notion d'impact

Plusieurs acteurs reconnaissent en outre être vigilants sur l'utilisation du terme « impact » désormais repris partout, parfois seulement par opportunisme, par bon nombre d'entreprises avec une dérive possible autour du « greenwashing » ou « social washing ». « On commence à avoir des difficultés à trouver des projets de changement systémiques », reconnaît Arnaud Mourot au sujet du recrutement de Fellows d'Ashoka. « Le défi est de montrer qu'on peut rester vertueux en restant petit », estime pour sa part Cécile Galoselva d'ETIC. Le cofondateur de Simplon.co, Frédéric Bardeau, veut pour sa part « faire grossir l'impact de Simplon.co sans faire grossir Simplon.co ». L'ESS jouera-t-elle un rôle majeur dans le monde

post-Covid ? « La crise a en tout cas augmenté considérablement la prise de conscience des limites de notre modèle actuel et de la vulnérabilité de notre société, indique le VP – Global Corporate Alliances and Changemaker Companies d'Ashoka. Je pense que ceux qui seront capables de montrer que les modèles de l'ESS peuvent être plus résilients auront une belle opportunité. L'ESS peut être un poisson-pilote de ce mouvement-là », veut-il croire. Une opinion proche de celle d'Aymeric Marmorat de Civic Lab qui estime que s'il est trop tôt pour faire le bilan de cette crise, l'ESS et ses valeurs « peuvent être un idéal à atteindre ».

QUAND LA POLITIQUE ACCÉLÈRE L'ÉMERGENCE DE L'ESS

19 FÉVRIER 2001

La loi sur l'épargne salariale, dite la loi Fabius, rend obligatoire la présence d'au moins un fonds commun de placement d'entreprise solidaire (FCPES) pour les salariés, dans le cadre de leur Plan d'épargne retraite collectif (PERCO).

4 AOÛT 2008

La loi de modernisation de l'économie (LME), applicable au 1^{er} janvier 2010, prolonge l'obligation de présentation d'au moins un fonds solidaire dans tous les dispositifs de plan d'épargne entreprise (PEE) et interentreprises (PEI).»

2012-2013

Le commissaire européen Michel Barnier évoque la nécessité d'aider l'ESS.

31 JUILLET 2014

Loi relative à l'économie sociale et solidaire.

2017

Le Lillois Christophe Itier, soutien précoce d'Emmanuel Macron, est nommé Haut-commissaire à l'Économie sociale et solidaire et à l'innovation sociale. Il sera remercié en octobre 2020.

22 MAI 2019

Adoption de la loi relative à la croissance et la transformation des entreprises, dite PACTE qui permet notamment aux entreprises d'inscrire une « raison d'être ».

26 JUILLET 2020

La députée LREM Olivia Grégoire intègre le gouvernement en tant que secrétaire d'État chargée de l'Économie sociale, solidaire et responsable tandis que Sarah El Haïry, notamment co-auteurice du rapport *La philanthropie à la française*, est nommée secrétaire d'État à la jeunesse et à l'engagement.

SEPTEMBRE 2020

Jean Castex annonce un plan de relance de 100 milliards d'euros, dont 1,3 milliard consacré au secteur de l'ESS.

« IL FAUT FOCALISER SON ÉNERGIE LÀ OÙ ON PEUT VRAIMENT CHANGER LES CHOSES ! »



Matthieu Dardaillon

Entrepreneur social, Fellow Ashoka 2016 et diplômé d'ESCP Europe, Matthieu Dardaillon est le cofondateur de Ticket for Change, une école nouvelle génération pour les acteurs du changement. Auteur de *Activez vos talents, ils peuvent changer le monde*, le trentenaire donne six conseils aux entrepreneurs sociaux.

01.

Entourez-vous.

C'est tellement compliqué d'entreprendre sur des sujets sociaux et environnementaux extrêmement complexes que cela demande de s'entourer des bonnes personnes. Cela veut dire trouver la bonne équipe et de bons cofondateurs. Il faut aussi s'entourer de bons mentors qui vont avoir plus d'expérience pour pouvoir poser les bonnes questions, prendre du recul sur les grandes décisions. Enfin, il faut s'entourer de bons

partenaires, donc s'associer avec tous les acteurs qui font déjà un travail dans le domaine en question. Être entrepreneur, c'est apporter une nouvelle solution et il faut aussi travailler avec tous les acteurs qui sont déjà là. Trop souvent, on voit des entrepreneurs qui sont isolés et qui, du coup, n'ont pas la capacité à passer à l'action.

02.

Attaquez-vous au bon problème.

Pour moi, c'est la clé. Tout le sujet, quelle que soit la thématique, est de trouver spécifiquement un problème urgent, important, qui n'a pas d'alternative sa-

tisfaisante. L'enjeu est de s'attaquer à la racine de ce problème-là et pas seulement à ses conséquences.

03.

Focalisez-vous sur la qualité.

Une fois que l'on a trouvé le bon problème, il faut trouver la bonne solution. Cela paraît évident comme ça, mais il faut être obstiné pour trouver la bonne solution – ou un bout de solution – à ce problème-là

et être concentré sur la qualité et l'impact qui va en ressortir. Il faut travailler avec les personnes qui sont directement affectées pour inventer une solution et faire en sorte que cela soit la meilleure solution pos-

sible par rapport à ce problème complexe et non résolu. Souvent, on voit des entrepreneurs qui vont un peu se disperser sur différentes offres. C'est bien

de penser la suite, mais il faut d'abord trouver une réponse qui a un vrai impact.

04.

Soyez ingénieux pour la diffusion et sa démultiplication.

Il faut viser aussi la quantité pour avoir un impact à grande échelle. Il faut être ingénieux : trouver des leviers stratégiques pour faire beaucoup avec peu. Le numérique apporte cela par exemple tout comme les partenariats stratégiques, l'open source éventuellement. Pour moi, lorsque l'on a une solution qui a une qualité, qui marche, qui a prouvé sa valeur, peut

être que le succès, c'est de se faire voler cette idée de manière à ce qu'elle se diffuse partout... Cela change la manière de voir l'entrepreneuriat. Si le but est de vraiment changer le système et d'avoir un impact à très grande échelle, il faut être ingénieux sur la démultiplication, et peut-être que la meilleure manière c'est d'aider d'autres à faire la même chose.

05.

Pensez bien au modèle économique.

Dès le début du projet, il faut bien penser le modèle économique. On a besoin de bien comprendre le problème et de mettre en place la solution pour voir au fur et à mesure qui va être en capacité de payer. Il faut avoir une attention particulière pour créer un modèle économique pérenne. Si ce n'est pas le cas, il n'y aura pas de pérennité de l'impact et de démultiplication, car il n'y aura pas les moyens et l'équilibre. Il faut trouver un modèle économique où il y a quand même quelqu'un qui va payer. À chaque fois,

il y a souvent des pistes de modèles, mais ça va être des pistes de dispersion. Cela veut dire développer de nouvelles activités où des gens vont être prêts à acheter ce service, mais ce n'est pas vraiment pour l'impact envisagé. Il va y avoir une dispersion d'énergie, on va devoir inventer de nouvelles offres avec de nouveaux clients. Il va y avoir une sorte de schizophrénie avec deux activités parallèles : une pour financer et une pour faire l'impact. C'est une possibilité, mais qui ne permet pas le changement d'échelle.

06.

Prenez soin de vous.

Être entrepreneur à impact, cela demande énormément de courage, de résilience... L'invitation est donc de faire attention au chemin aussi. Moins, mais mieux. Il faut focaliser son énergie là où on peut vraiment changer les choses. Je pense que les entrepreneurs à impact sont particulièrement sujets ou à risque en termes d'épuisement professionnel parce qu'un entrepreneur à impact s'adresse à un problème qui

est non résolu, immense, urgent et sans alternative. On va trouver une solution qui va être au début une goutte d'eau dans l'océan. L'impact direct ou indirect peut mettre plusieurs mois ou années à pouvoir se mesurer... Du coup, cela peut être vraiment fatigant même si c'est un chemin qui peut être très épanouissant.

SOLINUM RÊVE D'ESSAIMER EN FRANCE (ET AU-DELÀ...)

Luttant contre la précarité et l'exclusion, l'association créée en 2016 vise à essaimer à travers toute la France, mais aussi à convaincre de la pertinence de son modèle en Europe.

« Notre premier défi est de nous déployer en France », répond Victoria Mandefield quand on l'interroge sur les ambitions et les challenges de Solinum, l'association qu'elle a fondée pendant ses études d'ingénierie. L'objectif de la structure est de lutter contre la précarité et l'exclusion : Solinum propose tout d'abord soliguide.fr, une plateforme en ligne qui permet d'orienter toutes les personnes en situation difficile vers les structures adéquates. Une deuxième activité est « merci pour l'invitation », une plateforme qui met en relation des femmes à la rue avec des familles accueillantes. Une troisième activité concerne la production d'études et de données en lien avec l'exclusion.

Trois activités qui sont synonymes de beaucoup de travail à produire dans les années à venir. Mais comme ironise la jeune professionnelle de 26 ans : « On n'a même pas fait 10 % du travail. » La structure, qui compte aujourd'hui onze salariés, des services civiques et des freelances, et qui est présente dans huit territoires, vise à s'implanter dans toutes les capitales régionales de l'Hexagone en 2021. Dans ce cadre, le budget de Solinum, qui est d'environ 500 000 euros, devrait doubler pour l'année à venir.

S'inspirer des stratégies qui marchent

Solinum aimerait ensuite avoir un essaimage plus précis encore grâce à une stratégie de franchises et de licences, des méthodes inspirées par la politique mise en place par des précurseurs comme Simplon.co ou La Cloche qui ont « défriché le sujet », comme le décrit avec enthousiasme la jeune entrepreneure. « On a beaucoup de chance d'arriver après eux et d'avoir tous ces enseignements », explique celle qui s'est lancée dans la lutte contre l'exclusion en étant bénévole pour des maraudes pendant ses études.

À terme, Solinum compte aussi aller au-delà des frontières hexagonales et essaimer en Europe : la Hongrie et la Roumanie sont particulièrement envisagées. Des discussions ont déjà lieu avec des partenaires comme la Croix-Rouge française. L'association a aussi entamé une collaboration avec CentraleSupélec pour développer des projets de data science afin d'offrir des ressources à des preneurs de décisions.



LES EXCLUS LES BIENVENUS

Avec ou sans accent, avec ou sans piston, tout le monde peut l'ouvrir avec Nickel.
Depuis 2014, Nickel permet à tous d'ouvrir un compte chez un buraliste ou Point Nickel, pour 20€ par an et sans frais cachés. Ce n'est pas un hasard si presque 2 millions de clients en ont déjà fait la première des néo-banques françaises. Chez Nickel nous pensons que tout le monde à sa place dans l'économie solidaire, même les établissements bancaires.
Et si tout le monde s'y mettait ?

 **NiCKEL**
COMpte POUR TOUS

L'ESS : UN ÉCOSYSTÈME FÉDÉRÉ PAR DE NOMBREUX RÉSEAUX

Considéré comme étant encore trop marginal par certains, le secteur de l'ESS, en forte croissance depuis quelques années, représente 10 % du PIB et 14 % des emplois privés en France. Dans une volonté de le structurer ou encore d'en faire la promotion, de nombreux réseaux ont émergé.

Antropia ESSEC

Accélérateur d'entreprises sociales développé par l'ESSEC Business School, Antropia ESSEC propose divers programmes d'accompagnement de la modélisation d'un projet, à la définition d'une stratégie de changement d'échelle en passant par l'évaluation de son impact. Depuis sa création en 2008, l'incubateur social a accompagné plus de 230 projets.

Ashoka

Ashoka est un réseau qui a vocation à rassembler les entrepreneurs sociaux à travers le monde. Lancée en Inde en 1981, la communauté compte plus de 3 500 lauréats (Fellows) dans plus de 92 pays. Chaque Fellow intègre ainsi le réseau à vie et bénéficie d'un accompagnement durant trois ans. Depuis son implantation en France en 2006, 72 Fellows ont été désignés. Assimilé à un « prix Nobel de l'entrepreneuriat social », Ashoka est un réseau puissant et reconnu dans le secteur. L'ONG a d'ailleurs été classée au 13^e rang des ONG les plus influentes au monde par l'organisme NGO advisor.

L'Avise

L'Avise, l'agence d'ingénierie pour entreprendre autrement, a été créée en 2002 dans le but de développer l'ESS et l'innovation sociale en France, comme l'explique son président Jérôme Saddier : « Le projet associatif de L'Avise est de faire de cette forme collective d'entrepreneuriat et de l'innovation sociale les moteurs d'un changement nécessaire de notre économie pour la rendre plus durable, plus soutenable et en définitive plus humaine. » Pour ce faire, l'association propose plusieurs programmes, notamment pour accompagner la création d'entreprise, aider au changement d'échelle des structures de l'ESS ou encore développer l'évaluation de l'impact. L'Avise met également à disposition du grand public de nombreux outils et sources d'informations sur le secteur. En étroite collaboration avec les institutions publiques, 6 000 structures sont ainsi accompagnées chaque année.

Carrefour des Innovations Sociales

Créé en 2018, le Carrefour des Innovations Sociales est une plateforme coopérative destinée aux asso-

ciations, financeurs, acteurs publics ou encore chercheurs. Comptant actuellement plus de 3 000 projets référencés, la plateforme vise à recenser et promouvoir, par le biais d'un moteur de recherche, toutes les initiatives en lien avec l'innovation sociale.

Convergences

« Zéro exclusion, Zéro carbone, Zéro pauvreté », telle est l'ambition de Convergences. Créée en 2008, l'association promeut les Objectifs de développement durable (ODD) grâce à des programmes de réflexion, de mobilisation ou encore de plaidoyer. Elle organise notamment le Forum Mondial Convergences qui réunit tous les ans la société civile, les entreprises, les associations et les institutionnels pour échanger et trouver des solutions afin de répondre aux défis sociaux et environnementaux. L'association attribue également les Prix Convergences, dont les derniers lauréats ont été désignés en 2018.

ESS France

ESS France est née de la fusion, en 2019, de la Chambre française de l'ESS avec le Conseil National des Chambres Régionales de l'ESS (CNCRESS). Selon la loi ESS de juillet 2014, elle « assure, au plan national, la représentation et la promotion de l'économie sociale et solidaire » et devient ainsi l'institution qui structure le réseau des CRESS (Chambre Régionale de l'Économie Sociale et Solidaire). ESS France a également mis en place le Prix de l'ESS, qui, chaque année, désigne des structures de l'ESS lauréates. Elle a lancé en parallèle, en novembre 2020, « La République de l'ESS », une plateforme collaborative pour exprimer la vision du secteur de l'ESS durant la campagne électorale de 2021-2022.

Fondation la France s'engage

Initialement un label porté par François Hollande durant son mandat présidentiel, la Fondation la France s'engage s'est structurée en fondation reconnue d'utilité publique en 2017. Elle est depuis présidée par François Hollande et a vocation à promouvoir et soutenir l'innovation sociale en France. Chaque année, un concours désigne des lauréats qui bénéficient d'un accompagnement durant trois ans. Depuis son lancement en 2014, la structure a ainsi accompagné 117 projets.

France Digitale Impact

Organisation de startups tech, France Digitale a développé son programme Impact, qui compte à lui seul plus de 300 membres. Persuadé que la technologie doit être mise au service de l'intérêt général et de la transition environnementale et sociale, le programme Impact de France Digitale a ainsi vocation à accompagner les startups afin de renforcer l'impact de leur projet sur la société.

France Active

« Accélérer la réussite des entrepreneurs en leur donnant les moyens de s'engager », telle est la mission que s'est fixée France Active. Depuis 1988, France Active finance et accompagne les entreprises de l'ESS et les fédère autour d'un réseau engagé comme le précise son directeur général Denis Dementhon : « Nous voulons amplifier le mouvement et transformer en profondeur le modèle économique dominant. »

La Fonda

Créée en 1981, la Fonda est un laboratoire d'idées au service de l'intérêt général et plus particulièrement du monde associatif. Pour ce faire, elle diffuse des ressources sur les évolutions du secteur, met son expertise à disposition des associations et promeut des initiatives inspirantes. Dans le cadre de l'Agenda 2030 et des objectifs de développement durable établis par l'ONU, la Fonda a lancé le programme Faire ensemble 2030 pour ainsi créer un espace de dialogue et de coopération entre les différentes parties prenantes.

French Impact

Lancée par le commissariat à l'Économie sociale et solidaire et à l'innovation sociale en 2018, French Impact est, depuis, devenue une association qui vise à fédérer les acteurs de l'innovation sociale en France. French Impact propose, entre autres, un programme pour soutenir des projets dans leur changement d'échelle ou encore pour expérimenter des politiques publiques. Dans le but de faciliter l'identification des écosystèmes d'innovation sociale, l'association a également mis en place le label « Territoires French Impact ».



PORTRAIT CHINOIS DE MÉLANIE SUEUR SY, DIRECTRICE GÉNÉRALE D'ENACTUS FRANCE

Si vous étiez une mission à impact, laquelle seriez-vous et pourquoi ?

Repenser l'éducation pour permettre à chaque jeune de se connecter à ses rêves, ses aspirations et de développer pleinement son potentiel, ses compétences pour construire un monde plus juste, plus inclusif et plus durable !

Si vous étiez un engagement social, lequel seriez-vous et pourquoi ?

L'éducation pour devenir acteur de changement !

Si vous étiez un engagement environnemental, lequel seriez-vous et pourquoi ?

Réduire l'impact individuel et collectif des femmes et des hommes sur la planète.

Si vous étiez un objectif ?

L'ODD 4, sans nul doute : éducation de qualité pour tou-te-s ! Nous sommes convaincus que les jeunes sont porteurs de cet élan de changement et que c'est en agissant avec et pour eux que nous ferons émerger une société souhaitable pour tous. Mais aussi l'ODD 17 pour créer des partenariats vertueux pour la planète et la société car nous croyons à la force du collectif et à l'union des forces et des engagements de chacun pour réaliser notre mission !

Si vous étiez un modèle économique ?

Un modèle économique hybride pour être solide et durable dans le temps : privé, public, subventions,

mécénat, mécénat de compétences, vente de prestations. Nous mettons toutes les chances de notre côté pour atteindre les objectifs ambitieux que nous nous sommes fixés !

Si vous étiez une personnalité engagée ?

Greta Thunberg : elle représente l'élan de la jeunesse et l'engagement des jeunes d'aujourd'hui. Elle souhaite construire un avenir respectant l'humain et la planète : vivre en harmonie, dans un monde plus juste et plus solidaire et donner à entendre la voix des jeunes ; c'est cela qui nous inspire !

Si vous étiez un entrepreneur ?

Alors nous sommes en réalité de multiples entrepreneurs : Maxime Durand, Ophélie Vanbremeersch, Clothilde Perez, Laetitia Defoi, Alexandre Durand... Chez Enactus, nous sommes tous ceux-là et plein d'autres encore, à l'image des 14 200 jeunes que nous avons accompagnés jusqu'à présent et qui ont développé leur potentiel d'acteur de changement.

Si vous étiez un endroit ?

Dans le monde, cela serait la France bien sûr... Et notamment chacune des parties de notre territoire français car nous sommes conscients que les enjeux sociaux et environnementaux sont partout autour de nous et c'est en agissant au plus proche de nos territoires, au plus proche de nos bénéficiaires que nous contribuerons à construire cette société souhaitable pour tous.

Sinon, à plus grande échelle je dirais... la lune... car c'est elle que l'on essaie toujours de viser.



Le portrait chinois est un célèbre jeu d'esprit créé par l'écrivain français Marcel Proust et logiquement aussi appelé « questionnaire de Proust ».



Le Labo de l'ESS

Association d'intérêt général, le Labo de l'ESS est un think tank qui a vocation à structurer et développer le secteur en informant et en promouvant les initiatives innovantes sur le territoire. Reposant sur un travail collaboratif, elle publie de nombreuses études et autres contenus en lien avec le secteur et ses thématiques.

Mouvement IMPACT France

Lancé en octobre 2020, le Mouvement IMPACT France est né de la fusion entre le Mouves (Mouvement des entrepreneurs sociaux) et le réseau Tech for Good France. Présidé par Jean Moreau et Éva Sadoun, il a vocation à créer une coalition en s'ouvrant aux structures ne faisant pas nécessairement partie de l'ESS pour ainsi « donner plus d'ambition à l'écosystème de l'entrepreneuriat à impact », comme l'avait expliqué la cofondatrice et présidente de LITA.co à Carenews. Le mouvement compte actuellement 750 adhérents et ambitionne de recruter 30 % des entreprises françaises d'ici trois ans.

PIE

Créée en 2000 à l'initiative de la Ville de Paris, de la région Île-de-France, de la Caisse des dépôts et de la CCIP, Paris Initiative Entreprise (PIE) est une plateforme de financement d'entreprises à fort impact social. Agréée ESUS, l'association a également lancé en 2019 la plateforme d'orientation et d'accompagnement destinée aux entrepreneurs à impact poussés. paris.

RTES

Le Réseau des collectivités Territoriales pour une Économie Solidaire rassemble plus de 140 collectivités territoriales engagées pour le développement de l'ESS. Grâce à de nombreuses publications et fiches techniques sur des initiatives du secteur, le RTESS est une source d'informations sur laquelle peuvent s'appuyer les acteurs de l'ESS. Le réseau a également une mission de plaidoyer auprès des pouvoirs publics. Il a été à l'initiative de la déclaration commune des réseaux de collectivités locales en faveur de l'ESS en 2018 qui a donné lieu, deux ans plus tard, à « l'appel national des élus locaux pour une économie sociale et solidaire ».

Social Economy Europe

Créée en 2000 dans le but de représenter l'économie sociale au niveau européen, Social Economy Europe regroupe près de trois millions de structures sociales européennes. L'organisation a ainsi vocation à porter leur voix auprès des institutions européennes. Elle a notamment proposé, lors des élections européennes de 2019, dix propositions « pour construire l'Europe du futur ».

Social Good Accelerator EU

Le Social Good Accelerator est un think & do tank qui a vocation à rapprocher l'innovation sociale et l'innovation technologique. Ce mouvement européen né en 2017 promeut ainsi une transition numérique inclusive et solidaire. Soutenu par la Fondation la France s'engage, le collectif s'est positionné sur un travail de plaidoyer pour porter ces revendications à la Commission européenne à Bruxelles. Le Social Good Accelerator EU réunit actuellement 33 associations et entreprises sociales ainsi que des citoyens engagés entre Paris, Lisbonne et Bruxelles.

INCUBATEURS À IMPACT : UNE OFFRE DIVERSIFIÉE QUI NE FAIT QUE GRANDIR

Hébergement, financement, expertise, formation, réseaux... Structure publique ou privée, l'incubateur accompagne les projets d'entreprises et/ou leur développement en leur fournissant des services. Le concept s'est développé à la suite de la loi sur la recherche et l'innovation (loi Allègre) de juillet 1999, dans le cadre de laquelle des incubateurs de la recherche publique ont été lancés. Des incubateurs spécialisés dans l'économie sociale et solidaire se sont ensuite créés. En 2008, l'ESSEC a ainsi lancé l'incubateur Antropia.

Plus de 50 incubateurs à impact

Sur environ 220 incubateurs, il y en aurait, selon le mouvement Tech for Good France (aujourd'hui intégré à IMPACT France), plus de 50 dédiés à l'impact sur le territoire, un chiffre qui ne fait qu'augmenter. Nationaux ou implantés en région, leurs programmes peuvent durer de quelques semaines à un an. Ils visent à faire émerger ou à développer une entreprise à impact social et/ou environnemental, et sont, pour ce faire, parfois spécialisés dans un domaine d'action (tech for good, solidarité...) ou destinés à certains profils d'entrepreneur-e-s (femmes, jeunes...). Proposant une multitude de services avec à la fois des ateliers collectifs en commun avec les autres incubé-e-s et un accompagnement personnalisé, ils peuvent être gratuits comme payants. Certains incubateurs, s'ils offrent un programme gratuit, proposent en outre des bureaux à louer.

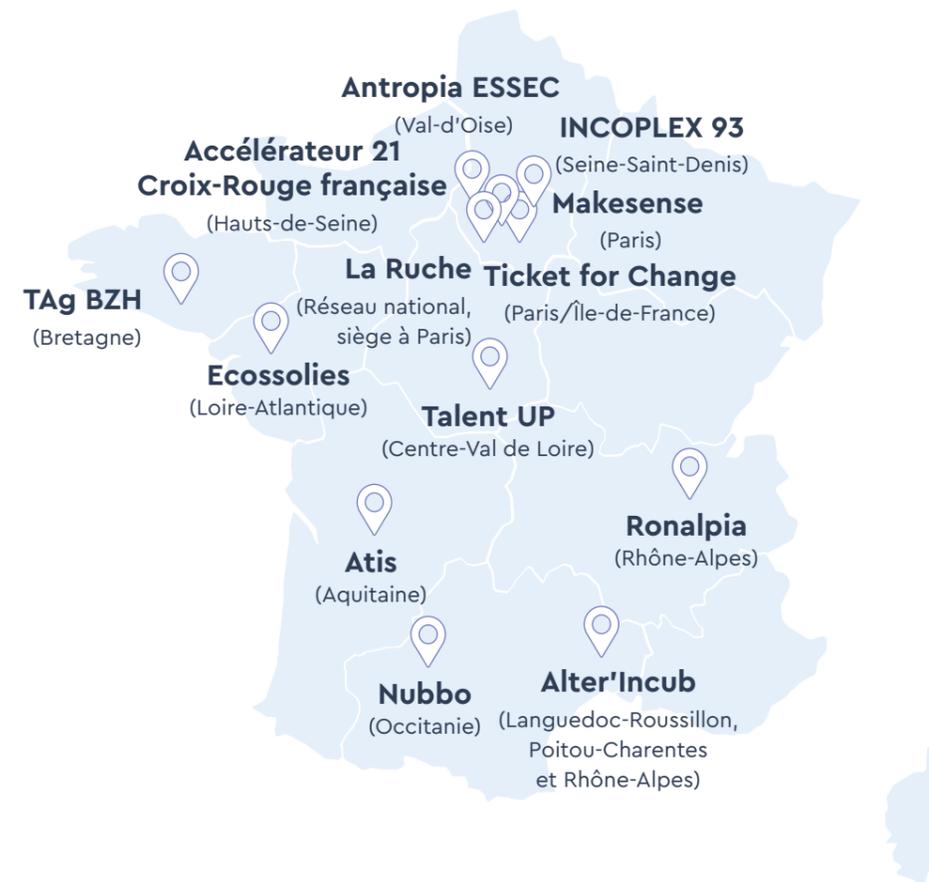
Les incubateurs à impact sont portés par un nombre lui aussi grandissant d'acteurs, allant des agences de développement économique, aux écoles et aux entreprises – et même aux associations, comme pour l'incubateur 21 de la Croix-Rouge française. Les entreprises peuvent sourcer des projets dans lesquels investir ou les intégrer à leurs parties prenantes et apportent aux incubés leurs expériences et leurs conseils pratiques. Le degré d'implication de l'incubateur dans l'entreprise à impact est également variable : Impact Track, entreprise agréée ESUS, de mesure et de gestion d'impact social et environnemental, rapporte ainsi que l'incubateur national 1Kubator effectue une prise de participation auprès de chaque startup qu'il accompagne.

Vers une ligue internationale des incubateurs d'entreprises sociales ?

Ressources humaines et matérielles, mises en relation, accès aux anciens incubés... Les incubateurs apportent aux entrepreneurs à impact une mise en réseau clé, et créent un véritable esprit de communauté au sein des promotions et des programmes forcément décisifs pour les actrices et acteurs de l'économie sociale et solidaire en devenir. L'avenir

des incubateurs à impact est donc au cœur des stratégies de déploiement de l'ESS. En juillet 2019, l'alliance mondiale pour l'économie sociale et inclusive Pact for Impact se donnait d'ailleurs, parmi ses objectifs prioritaires, la création d'une ligue internationale des incubateurs d'entreprises sociales.

Carte (non-exhaustive) des incubateurs nationaux et régionaux de l'ESS





DAVID LORRAIN

LE COUP D'APRÈS

Après avoir fondé en 2008 la société RecycLivre, David Lorrain veut aujourd'hui aller plus loin pour son business en l'étendant géographiquement et au-delà de l'ouvrage imprimé. Ce geek entrepreneur de 47 ans veut surtout convaincre les grandes entreprises du CAC 40 qu'il est possible d'allier business et impact social.

Il y a une douzaine d'années, lorsque l'entrepreneur David Lorrain a lancé dans son garage RecycLivre, l'initiative détonnait. Le principe de cette entreprise pionnière en la matière était simple : donner une seconde vie aux ouvrages en permettant à la société de venir les chercher gratuitement pour les stocker, les inventorier puis les revendre à bas prix. Avec désormais plus d'un million d'ouvrages en stock, une trentaine de salariés et près de 8 millions d'euros de chiffre d'affaires attendu pour 2020, RecycLivre est rentable, mais surtout s'engage socialement.

Se placer sur le créneau – porteur – de la seconde main

Pour réduire ses émissions de CO2, les salariés de RecycLivre vont ainsi chercher en véhicule électrique les ouvrages et l'entreprise reverse directement 10 % de ses revenus nets générés par la revente des livres à des associations et des programmes d'action de lutte contre l'illettrisme. L'entreprise, qui est membre du mouvement 1 % For the Planet et certifiée B Corp,

affiche sur son site le nombre d'arbres sauvés grâce à ce recyclage. De quoi rendre fier son président fondateur David Lorrain de ce « business qui allie l'impact sociétal – en termes de développement durable et solidarité – et la rentabilité économique sans avoir touché une seule fois une subvention publique ou privée ».

Fort de ce constat et dans un contexte de prise en compte accrue des problématiques environnementales et de consommation, le dirigeant souhaite aller plus loin que le seul marché du livre. Sans toutefois vouloir dévoiler ce projet majeur prévu pour la fin 2021...À peine consent-il à expliquer qu'il s'agit du business de la « seconde main ». Pour l'ancien responsable de projets, geek depuis son plus jeune âge : « Notre enjeu pour RecycLivre est d'avoir plus d'impact à une échelle plus importante, que cela soit en nombre de livres et de produits ou de produits différents ». La société qui a ouvert en 2019 un bureau à Madrid compte s'étendre à Barcelone et vise l'Italie en 2021 avant une expansion possible en Allemagne.

Convaincre les entreprises du CAC 40 d'avoir plus d'impact

Parallèlement, le dirigeant, qui a aussi fondé en 2018 la solution SaaS Bilberry.team destinée à la logistique, le transport et l'économie circulaire, veut convaincre les dirigeants des grandes entreprises de s'engager davantage dans la société. « Une de mes motivations est d'aller à la rencontre des entreprises du CAC 40 pour leur montrer que l'on peut faire des choses pour l'homme et la planète tout en gagnant de l'argent », explique celui qui a commencé sa carrière sur les marchés financiers à Londres. Concrètement, il compte pousser le sujet auprès du Mouvement IMPACT France (ex-Mouves) et a évoqué le dossier avec sa déléguée générale Caroline Neyron.

Pour lui, les actionnaires de ces grandes entreprises peuvent faire pression sur les dirigeants pour insuffler un renouveau. Le dirigeant pense même aller au niveau européen pour faire émerger à des incitations fiscales, par exemple en fonction de l'engagement



David Lorrain

sociétal. Lors des Universités d'Été de l'économie de demain organisées fin août, le Mouves avait proposé une série de mesures – notamment la conditionnalité d'aides de l'État à des engagements sociaux et écologiques – dans le cadre de #NousSommesDemain.

En tout cas, cet entrepreneur né, très marqué par « Liberté & Cie » du professeur Isaac Getz, un ouvrage qui défend la liberté du salarié pouvant être synonyme de succès pour l'entreprise, inspire d'autres entrepreneurs. À l'image de Jean Moreau, patron-fondateur de Phenix et nouveau coprésident d'IMPACT France qui le classe spontanément parmi ses « modèles » d'entrepreneurs.

THIERRY SIBIEUDE

« POUR QU'IL Y AIT IMPACT, IL FAUT QU'IL Y AIT UNE VOLONTÉ DE TRANSFORMA- TION DE LA SOCIÉTÉ »

Thierry
Sibieude



Professeur à l'ESSEC où il a cofondé en 2002 la chaire d'entrepreneuriat social avec Anne-Claire Pache, puis l'accélérateur d'entreprises Antropia ESSEC en 2008 avec Marie Trelu-Kane et le laboratoire d'évaluation et de mesure d'impact social en 2018 avec Élise Leclerc, Thierry Sibieude a été également très actif dans le domaine de l'autisme. Ancien membre du Haut Conseil à l'égalité entre les femmes et les hommes, il fut par ailleurs vice-président du conseil général du Val-d'Oise.

Comment voyez-vous l'évolution de l'économie sociale et solidaire depuis ces 15 dernières années ?

On observe notamment la réalisation la plus emblématique, c'est le vote de la loi PACTE, une sorte de « mainstreamisation », pour reprendre un horrible néologisme, dans le business au quotidien d'un certain nombre des objectifs et des valeurs que les entrepreneurs sociaux portent. Quand vous prenez la loi PACTE (Loi relative à la croissance et la transformation des entreprises du 22 mai 2019, ndlr) qui permet donc à une entreprise d'inscrire dans ses statuts une raison d'être et de se donner une mission autre que celle de créer de la valeur pour ses actionnaires et pour celles et ceux qui la constituent, cela montre que l'entreprise est forcément engagée dans la prise en compte du bien collectif. La deuxième idée est que

non seulement l'entreprise est engagée, mais qu'elle doit aussi se saisir de cet engagement et qu'elle en est un vecteur efficace. Enfin, elle a besoin d'outils et de moyens pour attester le fait qu'elle s'engage. L'évolution est donc plutôt positive notamment par rapport à tout ce qui est cadre réglementaire. L'évolution peut se résumer en une prise en compte plus forte par les entreprises de préoccupations liées aux enjeux sociétaux et environnementaux, mais qui reste encore insuffisante. L'entrepreneur a donc encore un rôle d'innovation pour tirer la machine et continuer à faire bouger les lignes.

Quel est le plus grand défi de l'ESS aujourd'hui ?

Si vous prenez l'ESS canal historique, son grand défi, mais c'est le même depuis toujours, c'est d'être en capacité d'innover et d'apporter plus que le sec-

teur privé lucratif. Il y a un avantage considérable quand vous êtes dans l'ESS, c'est que, pour beaucoup de structures, vous n'avez pas un actionnaire à rémunérer. Il est important que cette exonération d'un actionnaire à rémunérer soit mise à profit pour développer des actions plus inclusives dans tous les sens du terme (pour les plus pauvres, les personnes handicapées, les personnes âgées...). Après, il y a un enjeu qui tourne autour de la numérisation qui est un formidable levier de déploiement et de démultiplication. Le troisième enjeu est le financement de l'innovation et toutes les questions concernant la mesure et l'évaluation de l'impact.

Le mot « impact » revient de plus en plus dans la société. Effet de mode ou vraie révolution ?

La communication autour de ce mot est à la fois formidable et catastrophique. C'est formidable parce que vous donnez une caisse de résonance à une idée ou une notion qui est absolument nécessaire. C'est aussi un outil de « social washing » parfait. Tout le monde peut se dire à impact. Pour moi, pour qu'il y ait impact, il faut qu'il y ait une volonté de transformation de la société. Pour l'ESS, l'un des enjeux c'est de montrer cette volonté de transformation et d'être en capacité de l'évaluer.

Y a-t-il finalement des spécificités françaises à l'économie sociale et solidaire ?

Oui et non. D'abord, nous sommes sur des principes de non-lucrativité, de gouvernance démocratique, d'« un homme = une voix » ainsi que d'adhésion vo-

lontaire. Il n'y a pas de différences. Après il y en a dans le déploiement. En France, le secteur financier et bancaire est géré et animé par des mutualistes ou des coopérativistes, respectivement à plus de 50 % et 60 %. C'est une spécificité que vous n'avez pas dans les autres pays européens. Là-bas, cela se joue dans les activités ESS qui sont déployées et sont fonction des politiques d'État. Finalement, les acteurs du secteur jouent un rôle d'innovation, mais aussi de compensation et de complément de ce que faisaient ou font les pouvoirs publics.

Il y a eu un retour cet été de l'économie sociale, solidaire et responsable au gouvernement avec un secrétariat d'État et la nomination de l'ancienne députée LREM Olivia Grégoire. Est-ce une bonne nouvelle pour le secteur ou ce n'est pas suffisant ?

Dans le secrétariat d'État d'Olivia Grégoire, il y a un R pour responsable (économie sociale, solidaire et responsable, ndlr). Cela veut dire que l'on acte le fait que l'ESS n'est pas un ghetto réservé à une petite minorité de gens qui se considèrent bien-pensants et vertueux. On est clairement sur un secteur de l'activité économique qui est ouvert sur l'écosystème et contribue à quelque chose de responsable et sans jugement de valeur. Ensuite, le secrétariat d'État est rattaché à Bercy. Cela illustre bien qu'il y a une dimension économique aussi forte que le reste. C'est un peu moins bien, car il y a le risque d'être digéré par Bercy. Après, Benoît Hamon était ministre délégué, Olivia Grégoire est secrétaire d'État... Est-ce que ça

EN DIRECT DES ÉLEVEURS



change beaucoup ? Je ne crois pas. Ce qu'il faut bien regarder est très technique, c'est le périmètre réel des administrations. Si l'on parle en affichage, l'ESS avance donc. Après, on verra dans un ou deux ans, ce qu'Olivia Grégoire a pu impulser, ce qu'elle a pu obtenir et ce qu'elle a pu faire...

Le Mouvement des entrepreneurs sociaux (Mouves) se rebaptise Mouvement IMPACT France. Qu'est-ce que cela dit de la nécessité de bien communiquer et fédérer les acteurs de l'ESS ?

Cela dit qu'il y a une forme de diversité qui est une bonne chose : de la diversité naît la richesse. Cela officialise aussi qu'un certain nombre d'acteurs – très dynamiques, jeunes et dont les logiques d'entreprises ne sont pas nécessairement celles de l'ESS traditionnelle – montent en puissance et c'est une bonne chose. Ce à quoi il faut être attentif, c'est que les uns – les historiques – ne voient pas les nouveaux comme des usurpateurs. Et que les nouveaux ne considèrent pas qu'ils sont le Nouveau Monde et qu'enfin avec eux les choses vont changer, parce que leurs prédécesseurs sont vieux et ringards et n'ont rien compris !

On est dans une période où les défis sont très importants. La jeunesse en 2020 est-elle finalement plus forte que celle d'il y a 20-30 ans ?

Les jeunes sont forts différemment. À cette époque, l'engagement était prioritairement associatif ou politique, donc plus collectif et un peu séparé de l'activité économique. On assiste aujourd'hui à un plus grand mélange entre son activité professionnelle et son engagement. On est sur des modes plus individualisés, plus « consommateurs » : Je donne du temps, mais il faut que cela soit un temps limité, cadré, dans un lieu déterminé, là où on était auparavant sur des engagements plus globaux. C'est lié à la volonté d'impact. Quand vous êtes engagés et que vous faites une maraude, vous voyez tout de suite à quoi vous servez. Si vous êtes administrateur de la Croix-Rouge française, bien sûr la Croix-Rouge fait des maraudes, mais la réalité physique de ce que vous faites est plus éloignée...



LEUR POCHE DE LAIT EST

50 %

PLUS LÉGÈRE QU'UNE BRIQUE ALIMENTAIRE OU UNE BOUTEILLE EN PLASTIQUE, soit plus de 100 t de déchets en moins chaque année.



ILS PRODUISENT, TRANSFORMENT ET VENDENT

+ de **7**

MILLIONS DE LITRES DE LAIT



LA MARQUE

« EN DIRECT DES ÉLEVEURS »

ET LA LAITERIE APPARTIENNENT aux éleveurs et aux consom'acteurs.



LEUR LAIT PERMET

UNE JUSTE RÉMUNÉRATION DES ÉLEVEURS (2 000 euros par mois).

« L'IMPACT » POUR LES NULS (OU PRESQUE)

C'est un mot protéiforme qui séduit souvent, convainc les investisseurs...et parfois énerve même ! Alors, vous l'avez ? C'est évidemment celui d'impact, une notion très à la mode dans l'économie sociale et solidaire. Mais l'impact, c'est quoi au fond ? La question est vaste tant la notion prend une coloration importante quand elle est appliquée à ce secteur. Car le point commun de tous ses travailleurs est d'évoluer dans des structures qui mettent en pratique un certain nombre de valeurs fondatrices parmi lesquelles une gestion démocratique, autonome et indépendante des pouvoirs publics et des principes communs de solidarité et de responsabilité.

En somme, l'idée est d'avoir de l'impact sur la société et les citoyens, mais un impact social et environnemental. Cette notion d'impact social fut utilisée d'abord aux États-Unis dans les années 70 dans le cadre de recherches universitaires avant de se démocratiser dans les années 90 et d'être de plus en plus utilisée aujourd'hui. Cette ambition de « sens » chère aux structures comme aux acteurs du secteur n'est pas encore la règle dans notre société, mais encore une exception. Dès lors pour se distinguer, il faut pouvoir mesurer cet impact, savoir comment les décisions et les actions ont des effets bénéfiques.

La chose n'est pas toujours simple pour mesurer cet « impact social » car il y a les éléments objectifs, facilement quantifiables, mais aussi ceux relativement subjectifs qui ne se mesurent pas ou très difficilement. Un exemple : une famille en très grande précarité vivant dans une « passoire énergétique » qui, grâce à une isolation majeure rendue possible grâce

à la solidarité et l'énergie de structures de l'ESS, se reconstruit. Elle regagne de la dignité, une dynamique d'emploi et de la confiance en ses capacités de rebond... et abandonne aussi ce poster de l'extrême droite qui trônait dans l'habitation. Un détail peut-être, mais qui veut dire aussi beaucoup pour certains acteurs de l'ESS. « Il faut savoir créer parfois nos propres méthodes pour mesurer l'impact », sourit un ponte du secteur.

Pour ce qui est du quantifiable en revanche, plusieurs méthodes existent parmi lesquelles le retour social sur investissement (SROI) ou encore la méthode ME-SIS pour « Mesure et Suivi de l'Impact Social ». Des outils qui prennent de l'essor pour quantifier des résultats et qui s'annoncent cruciaux face à des investisseurs ou des parties prenantes. Plus généralement, l'émergence de la notion d'impact est allée de pair avec le développement rapide du secteur qui compte désormais plus de 200 000 entreprises en France soit 2,38 millions de salariés. Formulé autrement, cela signifie que ce secteur englobe plus de 14 % des emplois privés en France !

Signe que la notion est en vogue et s'est propagée à tout l'écosystème, de nouveaux concepts ont émergé comme l'investissement à impact social ou encore beaucoup plus récemment les contrats à impact social. Alors l'impact est-il le signe du succès ? Oui, assurément. Et comme le dit Michelle Obama : « Le succès ne se mesure pas à la quantité d'argent que vous gagnez, mais à l'impact que vous avez sur la vie des gens. »

carenews 

Suivez le média des acteurs
de l'engagement pour tout savoir
sur l'ESS, la responsabilité sociétale,
l'impact et le mécénat...

carenews.com



ACCÉDEZ
À 20 000
CONTENUS

SUIVEZ
+ DE 1 000
ACTEURS
DE L'ENGAGEMENT

REJOIGNEZ NOS
80 000
VISITEURS UNIQUES
PAR MOIS

#TOP50IMPACT



Formation professionnelle et accès à l'emploi

01. each One

LE MOUVEMENT DE SOCIÉTÉ OÙ CHACUN TROUVE SA PLACE

Depuis 2015, l'association each One (ex-Wintegreat) accompagne les personnes réfugiées vers l'accès aux études et à l'emploi.

02. Ares

TOUS LES CHEMINS MÈNENT À L'HOMME

Créé en 1991, le Groupe Ares (association pour la réinsertion économique et sociale) est le premier acteur de l'insertion par l'activité économique.

03. Simplon.co

RÉSEAU DE FABRIQUES NUMÉRIQUES ET INCLUSIVES

Simplon.co est un réseau de fabriques qui propose, depuis 2013, des formations aux métiers du numérique gratuites destinées aux demandeurs d'emploi.

04. WebForce3

L'ÉCOLE DES MÉTIERS DU NUMÉRIQUE POUR TOUS-TES

Fondée en 2014, WebForce3 est un réseau d'écoles, accessibles à tous, formant aux métiers du numérique.

05.

AlterMassage

DES PRESTATIONS SUR MESURE ET CLÉ EN MAIN EN FAVEUR DE LA QUALITÉ DE VIE AU TRAVAIL

Créée en 2014 et agréée ESUS, AlterMassage vise à promouvoir le bien-être et la santé au travail ainsi qu'à favoriser l'emploi des personnes en situation de handicap visuel.

06.

ESPEREM

L'ASSOCIATION D'AIDE AUX PERSONNES EN DIFFICULTÉ

Née de la fusion des associations Arfog-Lafayette et Henri Rollet en 2018, ESPEREM est engagée auprès des personnes en difficulté.

07.

Make ICI

UNE ENTREPRISE ENGAGÉE, SOCIALE ET SOLIDAIRE

Make ICI est un réseau d'ateliers partagés destinés aux artisans, artistes, entrepreneurs ou encore aux personnes éloignées de l'emploi. Depuis 2012, elle met à disposition des machines professionnelles et propose des formations aux métiers manuels.

08.

Baluchon

Baluchon est un traiteur qui propose des plats cuisinés à partir de produits locaux et de saison en employant des personnes éloignées de l'emploi. Créée en 2014, l'entreprise est agréée ESUS ainsi qu'entreprise d'insertion.



Accès au logement

01.

Réseau Éco Habitat

SORTIR DE LA PRÉCARITÉ ÉNERGÉTIQUE C'EST POSSIBLE !

Depuis 2014, Réseau Éco Habitat est engagé dans la lutte contre les habitats précaires ainsi que la précarité énergétique.

02.

Foncière Chênelet

MONTEUR DE PROJET SOCIÉTAL AUTOUR DU LOGEMENT SOCIAL ÉCOLOGIQUE

Fondée en 2009, la Foncière Chênelet construit des habitats écologiques pour les ménages à bas revenus.

03.

IML 93

Fondée en 2009 par le Groupe SOS, Intermédiation locative (IML) a vocation à lutter contre la pénurie de logements sociaux. Pour ce faire, elle loue des logements afin de les mettre à disposition des ménages en difficulté.



Égalité des chances en matière d'éducation

01.

Énergie Jeunes

LUTTONS CONTRE LES INÉGALITÉS SCOLAIRES !

Agréée par le ministère de l'Éducation nationale, Énergie Jeunes est une association qui, depuis 2009, lutte contre les inégalités scolaires.

02.

Enactus France

ACCÉLÉRATEUR DE COMPÉTENCES POUR UN IMPACT POSITIF

Créée en 2002, Enactus France promeut l'engagement et l'innovation des jeunes en les formant à l'entrepreneuriat social. Elle est membre du réseau Enactus World-Wide, une ONG présente dans 37 pays.

03.

Réseau Môm'artre

L'ÉDUCATION ARTISTIQUE ET CULTURELLE POUR TOUS

Depuis 2001, le Réseau Môm'artre vise à révéler les talents des enfants et adultes à travers la pratique artistique et la découverte culturelle.

04.

Rêv'Elles

UNE ÉTINCELLE, DES POTENTIELS

L'association Rêv'Elles propose des programmes d'aide à l'orientation innovants à destination des jeunes femmes de milieux modestes afin de révéler leur potentiel.



Accès à la santé et maintien de l'autonomie

01.

Association Siel Bleu

LA SANTÉ PAR L'ACTIVITÉ PHYSIQUE ADAPTÉE

Créé en 1997, le Groupe Associatif Siel Bleu intervient auprès des personnes âgées, en situation de handicap ou atteintes de maladies chroniques pour leur permettre de pratiquer des activités physiques adaptées à leurs besoins et à leurs capacités.

02.

Fonds pour les soins palliatifs

ENTREPRENDRE POUR SOUTENIR L'INNOVATION EN SOINS PALLIATIFS

Depuis 2011, le Fonds pour les soins palliatifs est un incubateur de projets au service des acteurs de soins palliatifs, des personnes gravement malades et de leurs proches.

03.

APA de Géant

Créée en 2016, APA de Géant favorise les activités sportives adaptées (APA) pour les personnes ayant des besoins particuliers telles que des personnes touchées par un handicap physique, des personnes autistes ou encore des seniors.

04.

Les Opticiens Mobiles

L'OPTICIEN VIENT CHEZ VOUS

Les Opticiens Mobiles est un réseau de professionnels spécialisés en santé visuelle qui se déplacent sur les lieux de vie et de travail des personnes afin de favoriser leur autonomie.

05.

ipso santé

Fondé en 2012, ipso santé a pour ambition de repenser la médecine de proximité, pour un système de santé bienveillant et accessible à tous.



Lien social et lutte contre l'exclusion

01.

Agence du Don en Nature

Association reconnue d'intérêt général, l'Agence du Don en Nature lutte, depuis 2008, contre l'exclusion et la précarité par le don de produits neufs non alimentaires.

02.

La Cloche

AGIR POUR ET AVEC LES SDF

La Cloche est une association engagée dans la lutte contre l'exclusion et l'isolement des sans-abri. Depuis 2014, elle met en place de nombreuses initiatives pour informer les citoyens et les inciter à franchir le pas pour aller à la rencontre des personnes à la rue.

03.

Hypra

GÉNÉRATEUR DE PUISSANCE D'AGIR

Créée en 2015, Hypra est une entreprise agréée ESUS qui propose des ateliers afin de rendre le numérique accessible aux personnes âgées ou encore en situation de handicap.

04.

Reconnect

LE CLOUD SOLIDAIRE

Créée en 2016 par deux ingénieurs, Reconnect met à disposition des personnes sans-abri un coffre-fort numérique pour qu'elles puissent stocker leurs documents administratifs.

05.

Dons Solidaires

DONNER, DISTRIBUER, PARTAGER

Depuis 2004, Dons Solidaires collecte dans les entreprises des invendus non-alimentaires pour ensuite les redistribuer aux personnes en difficulté via des associations caritatives.

06.

Entourage

LIEN SOCIAL AVEC LES SDF

Créée en 2014, l'association Entourage a pour vocation de valoriser le lien social avec les SDF et ainsi créer un réseau de soutien pour qu'ils puissent reprendre leur place dans la société.

07.

Solinum

LE NUMÉRIQUE AU SERVICE DE CEUX QUI EN ONT LE PLUS BESOIN

Solinum est une startup associative lancée en 2016 et qui a, entre autres, mis en place Soliguide, une carte interactive qui référence les lieux et services utiles et accessibles aux personnes en situation de précarité.

08.

DUO for a JOB

QUAND L'ÉCHANGE FAIT LA DIFFÉRENCE

Créée en Belgique en 2012, DUO for a JOB organise du mentorat intergénérationnel et interculturel en mettant en contact des jeunes issus de la diversité et réfugiés avec des personnes expérimentées de plus de 50 ans.



Accompagnement et financement des entrepreneurs à impact

01.

Adie

ENTREPRENDRE, C'EST POSSIBLE !

Depuis 1989, l'Adie est une association reconnue d'utilité publique qui défend l'idée que chacun, même sans capital, même sans diplôme, peut devenir entrepreneur s'il a accès au crédit et à un accompagnement.

02.

France Barter

LE PREMIER RÉSEAU D'ÉCHANGES DE MARCHANDISES ET SERVICES ENTRE PROFESSIONNELS.

Créé en 2014, le réseau France Barter est à la croisée de l'économie collaborative circulaire et du networking, il propose aux entreprises de s'échanger entre elles des services et des produits.

03.

Investir&+

DES ENTREPRENEURS POUR FAIRE RÉUSSIR DES ENTREPRENEURS D'IMPACT.

Créé sous forme de SAS en 2011, Investir&+ est une structure d'investissement de long terme dédiée à des entrepreneurs qui développent des projets à fort impact social ou environnemental.

04.

AssoConnect

LE LOGICIEL TOUT-EN-UN POUR GÉRER SIMPLEMENT VOTRE ASSOCIATION.

Fondée en 2011, AssoConnect est une entreprise qui aide les responsables associatifs à gérer plus facilement leur association grâce à un logiciel complet et ergonomique disponible en ligne.

05.

microDON

S'ENGAGER UN PEU, PLUS SOUVENT.

microDON est une ESUS certifiée B Corp fondée en 2009 qui développe des solutions de collecte de micro-dons pour permettre aux entreprises solidaires d'engager leurs clients et de mobiliser leurs salariés.



Consommation responsable

01.

Label Emmaüs

UNE DEUXIÈME VIE POUR LES OBJETS, UNE SECONDE CHANCE POUR LES HOMMES ET UN BEL AVENIR POUR LA PLANÈTE.

Créée en 2016, cette marketplace de produits d'occasion emploie des personnes en situation d'exclusion. Label Emmaüs est le premier site de e-commerce multi-vendeurs français dont le catalogue est exclusivement alimenté par des acteurs du Mouvement Emmaüs et ses partenaires de l'économie sociale et solidaire.

02.

Les Marmites Volantes

Fondé en 2012, Les Marmites Volantes est un service de restauration qui défend une alimentation de qualité, accessible, élaborée à partir de matières premières issues de circuits courts et produites avec le plus faible impact environnemental possible.

03.

En Direct des Éleveurs

PRODUIRE, TRANSFORMER ET VENDRE UN PRODUIT SAIN, ÉCOLOGIQUE, DU PRODUCTEUR AU CONSOMMATEUR RÉSUME BIEN LE PROJET D'EN DIRECT DES ÉLEVEURS.

Créé en 2016, En Direct des Éleveurs résulte du regroupement de plusieurs exploitations laitières produisant deux millions de litres de lait par an et souhaitant innover leur modèle économique.

04.

Rutabago

L'UNIQUE BOX À CUISINER DU 100 % BIOLOGIQUE.

Née en 2016, Rutabago est une entreprise de box culinaires bio dont chaque ingrédient contribue à un système plus équilibré.

05.

Too Good To Go

INSPIRER ET ENGAGER L'ENSEMBLE DE LA SOCIÉTÉ POUR LUTTER CONTRE LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE.

Créée en 2016, l'entreprise Too Good To Go agit via une application mobile qui lutte contre le gaspillage alimentaire en permettant aux commerçants de proposer leurs invendus à petits prix.

06.

Castalie

UNE EAU QUI (VOUS) VEUT DU BIEN.

Créée en 2011, Castalie est une entreprise sociale agréée ESUS qui installe des fontaines à eau filtrantes dans les restaurants, les hôtels et les entreprises.

07.

Altermundi

SÉLECTIONNER POUR VOUS LES MARQUES QUI MÉRITENT D'ÊTRE CONNUES.

Depuis 2003, la société Altermundi défend un commerce mondial plus juste, plus éthique, respectueux non seulement de la planète, mais aussi des femmes et des hommes qui la peuplent.

08.

Yuka

FAITES LES BONS CHOIX POUR VOTRE SANTÉ.

La société Yuka, créée en 2017, a lancé une application mobile pour mieux manger, en rendant plus transparente la composition des produits pour permettre aux consommateurs de faire des choix plus éclairés.



Recyclage et réduction des déchets

01.

Phenix

DÉTERMINÉ À BÂTIR UN MONDE SANS GASPILLAGE, PHENIX PROPOSE DES ALTERNATIVES À LA POUBELLE.

Fondée en 2014, l'entreprise sociale Phenix met en relation les distributeurs avec différents partenaires de son réseau pour redistribuer les invendus, alors transformés ou redistribués à des partenaires associatifs. Phenix, c'est aussi une application proposant aux commerçants de vendre leurs invendus et les produits en date courte à prix cassés sous forme de paniers thématiques directement au grand public.

02.

Moulinot Compost & Biogaz

INSPIRÉ DE LA NATURE OÙ LES DÉCHETS DES UNS SONT LES RESSOURCES DES AUTRES.

Moulinot est une Entreprise Solidaire d'Utilité Sociale spécialiste du tri, de la collecte, du traitement et de la revalorisation des biodéchets, et des déchets bio organiques « déchets vert », et du recyclage des déchets, méthanisation agricole et lombricompostage ou compostage (compost bio).

03.

RecycLivre

LE 1^{ER} VENDEUR DE LIVRES D'OCCASION À PETITS PRIX SUR INTERNET, ENGAGÉ POUR L'ÉCOLOGIE ET LA SOLIDARITÉ.

Fondée en 2008, RecycLivre est une entreprise qui propose aux particuliers, aux entreprises, aux collectivités et aux associations un service gratuit de récupération de livres d'occasion, et leur donne une deuxième vie en les mettant en vente sur Internet.

04.

Lemon Tri

ADOPTONS LES BONS ZESTES.

Fondée en 2011, Lemon Tri est une entreprise qui propose des solutions innovantes, incitatives et solidaires pour recycler plus et mieux.



Agriculture durable et maintien de la biodiversité

01.

EcoTree

DEVENEZ PROPRIÉTAIRE D'ARBRES SUR DES MASSIFS FORESTIERS GÉRÉS DURABLEMENT ET PROFITEZ DES BÉNÉFICES ÉCOLOGIQUES ET ÉCONOMIQUES !

Fondée en 2014, EcoTree rachète en France des espaces forestiers et les remet en état. Les internautes peuvent ensuite y acheter leurs arbres.

02.

myfood

RECONNECTEZ-VOUS À VOTRE ALIMENTATION.

myfood est une entreprise créée en 2015 qui conçoit des serres connectées clé en main à destination de tous ceux qui souhaitent produire leur propre alimentation.

03.

Cueillette Urbaine

IMAGINEZ DES VILLES PLUS VERTES ET PLUS RÉSILIENTES, OÙ LES FRUITS ET LÉGUMES SERAIENT PRODUITS LOCALEMENT SANS AUCUNE POLLUTION.

Cueillette Urbaine est une entreprise créée en 2016 qui œuvre pour le développement de l'agriculture et de ses bienfaits en milieu urbain et dont l'objectif est de proposer une agriculture nourricière et locale, qui puisse contribuer à dépolluer la ville et à renforcer le lien social.



Transition énergétique

01.

ETIC

FONCIÈREMENT RESPONSABLE.

ETIC est une entreprise fondée en 2010 et agréée ESUS qui crée, finance et gère des bureaux partagés et de commerce permettant aux associations, entrepreneurs sociaux et autres acteurs responsables, d'accéder à des locaux professionnels abordables et de mutualiser équipements et services.

02.

Ilek

DONNER L'ACCÈS À UNE ÉNERGIE VERTE SANS COMPROMIS.

Ilek est un fournisseur privé français d'énergie verte créé en 2015 proposant aux consommateurs de choisir directement leur producteur indépendant d'énergie renouvelable en France.

COMMENT IPSO SANTÉ A-T-IL VOULU REPENSER LA RELATION SOIGNANT-PATIENT ?

Lancée en 2012, la société ipso santé propose des centres de soins alternatifs qui veulent repenser l'accueil des patients et offrir un meilleur cadre de travail aux professionnels.

Proposer un accueil de soins de proximité, différent, plus respectueux et à l'écoute du patient sur une amplitude horaire large et sans dépassement d'honoraires, telle est l'ambition d'ipso santé. Lancée en 2012, la société va ouvrir au 1^{er} trimestre 2021 dans une zone prioritaire du 13^e arrondissement parisien son quatrième centre dans la capitale. À plus long terme, ipso santé, qui vise une lucrativité limitée, compte se lancer dans les territoires, notamment à Lyon à partir de 2022 avant une montée en puissance pour atteindre 20 à 30 cabinets d'ici six ans.

Un quatrième centre à Paris avant un déploiement national

« Le métier est en train de changer et le secteur s'est très peu renouvelé. On veut repenser ce métier à l'aune des problématiques d'aujourd'hui », explique Benjamin Mousnier-Lompré. Issu d'une famille de professions médicales et médicosociales, cet entrepreneur social, diplômé de HEC et passé par McKinsey, a fondé la société avec Gabriel d'Yvoire, également passé par le grand cabinet de conseil américain, l'ingénieur technique Antonin Blanc, mais aussi les médecins Marie Benque, Mathilde Roze et Charlotte Parment.

La petite équipe a voulu renouveler la façon d'accueillir les patients dans un secteur encore peu propice au changement. L'idée est notamment de décharger le personnel médical de lourdeurs administratives. Premier résultat : « On arrive à avoir plus de patients

par heure travaillée tout en leur consacrant plus de temps », explique-t-il fièrement. Le réseau revendique aujourd'hui près de 80 000 consultations par an et mise aussi beaucoup sur la recherche et le développement avec 12 000 heures consacrées chaque année.

« Des blocages institutionnels et culturels »

« Il y a énormément de blocages institutionnels et culturels qui font qu'on a du mal à faire cette transformation. On a du mal aussi à repenser le rapport des soignants aux patients qui est historiquement assez paternaliste », poursuit Benjamin Mousnier-Lompré d'une voix calme. Celui qui est Fellow 2017 d'Ashoka évoque un public « qui se sent mal accueilli, mal pris en charge, jugé dans son mode de vie », citant les exemples de personnes LGBT ou des femmes enceintes. Le cabinet travaille aussi à une optimisation permanente de ses locaux et souhaite ainsi proposer un cadre plus agréable aux professionnels de santé.

Pour réussir cette transformation, ipso santé a notamment noué un partenariat expérimental de cinq ans avec l'Assurance Maladie. Nommée « Médecin Traitant Renforcé », l'initiative vise à proposer un meilleur accueil avec un meilleur suivi et à la clé une précieuse prévention des maladies et en conséquence des économies de dépenses. L'ambition est de traiter 10 000 patients dans les 18 mois et près de 50 000 dans les cinq ans à venir.

LE GROUPE ARES EN 10 DATES CLÉS

- 1. 1991**
CRÉATION D'ARES
(et dans les années qui suivent : Ares TT, première Entreprise d'Intérim d'Insertion, Ares Services, puis Ares Atelier)
- 2. 1999**
ARES SE DÉPLOIE HORS IDF avec la naissance d'Ares Coop en Gironde
- 3. 2011**
CRÉATION DE LOG'INS première entreprise adaptée tremplin avec Norbert Dentressangle / XPO et première Joint-Venture Sociale
- 4. 2013**
ATELIERS SANS FRONTIÈRES intègre le Groupe Ares
- 5. 2014**
ARES SE JUMELLE AVEC BERDINE
- 6. 2016**
CRÉATION D'ACCES INCLUSIVE TECH avec la Fondation Accenture et Investir&+, de SocialCOBizz avec Vitamine T et Investir&+ et duplication de Log'ins en Auvergne Rhône-Alpes
- 7. 2017**
CRÉATION D'APRÈS chantier d'insertion en milieu carcéral
- 8. 2018**
CRÉATION DE LIVA avec Vinci Construction France
- 9. 2019**
LANCEMENT D'ARES+ et du programme Mobileemploi avec BimBamJob
- 10. 2020**
CRÉATION DE RÉPARESEB avec le Groupe SEB

MICRODON

Depuis son lancement fin 2013, L'ARRONDI solidaire a fait peu à peu sa place dans le quotidien des Français. Proposé en caisse, sur salaire, relevés bancaires ou encore achats en ligne ; L'ARRONDI solidaire a franchi en 2020 le cap des 20 millions d'euros collectés.

Les chiffres clés

23 

MILLIONS D'EUROS
ONT ÉTÉ COLLECTÉS
et reversés à
des associations
depuis la création.

+ de 600 

ENTREPRISES PARTENAIRES
via l'ARRONDI en caisse,
sur salaire, et le don
de temps en entreprise.

+ de 65 

MILLIONS D'ARRONDIS
réalisés depuis
le lancement
du dispositif

+ de 1300 

ASSOCIATIONS
BÉNÉFICIAIRES

Associations et entrepreneurs à impact,
**PARCE QU'ENSEMBLE NOUS SOMMES
PLUS FORTS, BNP PARIBAS CONTINUE
DE VOUS SOUTENIR.**

ACT FOR IMPACT⁽¹⁾ : LE PROGRAMME DE BNP PARIBAS DÉDIÉ À L'ÉCONOMIE SOCIALE ET SOLIDAIRE

- Financeur d'un entrepreneur social sur 4.
- 150 chargés d'affaires référents dans toutes les régions.
- Une politique spécifique de crédit : 25 millions d'euros investis dans des fonds d'investissement à impact.

Pour plus d'informations, contactez votre chargé d'affaires BNP Paribas ou RDV sur banqueentreprise.bnpparibas/actforimpact⁽²⁾



BNP PARIBAS

La banque
d'un monde
qui change



(1) Offre réservée aux clients agissant pour des besoins professionnels.

(2) Coût de connexion selon opérateur.

RÊV'ELLES S'ATTAQUE AU « TRIPLE DÉTERMINISME » SUBI PAR LES JEUNES FILLES ISSUES DE MILIEUX MODESTES

En sept ans, l'association Rêv'Elles a aidé plus de 700 jeunes filles issues de milieux modestes à construire un projet professionnel. Créée en Île-de-France, elle s'est lancée à Lyon en 2020 et compte bien continuer son expansion malgré la pandémie de Covid-19.

L'idée de Rêv'Elles naît en 2012, alors qu'Athina Marmorat, consultante et formatrice en innovations pédagogiques et sociales, intervient dans les lycées des quartiers populaires franciliens sur les thèmes de l'orientation et de la connaissance de soi. Et y constate, d'abord, « un manque d'ouverture du champ des possibles dans les trajectoires professionnelles » envisagées par les élèves, comme elle nous l'a détaillé :

« Quand je demandais aux jeunes filles quel métier elles souhaitaient faire, elles répondaient systématiquement assistante, secrétaire ou puéricultrice. En creusant, je me suis rendu compte que les jeunes filles faisaient toujours ces mêmes choix parce qu'il s'agissait des métiers présents dans leur environnement social ou familial. »

Lutter contre un triple déterminisme

En plus de ce manque d'« égalité des rêves dans l'égalité des chances », Athina Marmorat observe des problématiques spécifiques liées à la question du genre. Les lycéennes prennent moins la parole que leurs camarades masculins, manquent de confiance en elles, s'autocensurent, notamment quant au choix

de leur orientation scolaire et professionnelle. Elle crée son association, Rêv'Elles, à partir du profond « sentiment d'injustice » qu'elle éprouve face au constat que « quand on est une jeune femme de milieu modeste, on subit un triple déterminisme, social, territorial et de genre, qui impacte forcément notre trajectoire de vie ».

Lancée l'année suivante, l'association vise à accompagner ces jeunes filles issues de milieux modestes vers un épanouissement personnel et professionnel. Et comble un manque dans les offres d'aide à l'orientation proposées par d'autres structures, qui ne prennent alors pas spécifiquement en compte l'impact du genre. Les maîtres-mots de l'association ? « Accompagner, stimuler et inspirer ». Les programmes de Rêv'Elles sont ainsi conçus pour développer la confiance en soi, décupler le pouvoir d'agir et favoriser l'accès à l'information concernant les différents métiers et filières ainsi que les codes professionnels.

Plus de 220 « rôles modèles »

Pour ce faire, Athina Marmorat a créé un panel de programmes gratuits à destination des jeunes filles



de 14 à 20 ans scolarisées, en décrochage scolaire ou en recherche d'emploi. Pour les accompagner et les stimuler, l'association forme des coachs professionnelles et s'appuie sur des figures féminines inspirantes. Ces plus de 220 « rôles modèles », bénévoles, sont des cheffes d'entreprises, avocates, militantes associatives ou encore ingénieures qui viennent partager leur expérience et invitent dans leur quotidien professionnel les participantes aux programmes.

Ces dernières s'inscrivent généralement après les ateliers de sensibilisation menés par Rêv'Elles dans des établissements scolaires et au sein d'autres associations. Un entretien, notamment, permet à l'équipe de s'assurer de la motivation et de la disponibilité des intéressées — le parcours d'entrée, Rêv'Elles Ton Potentiel, commence par une semaine pleine pendant les vacances scolaires. La plupart des participantes aux programmes de Rêv'Elles sont des lycéennes, et « beaucoup viennent parce qu'elles sont sur le point de décrocher, manquent de motivation car elles n'ont pas de projet professionnel », précise Athina Marmorat. En cinq jours, Rêv'Elles Ton Potentiel les aide à mieux se connaître, à acquérir les outils nécessaires pour construire un projet professionnel et se projeter dans le monde de l'entreprise. Les participantes y font une immersion chez une société partenaire, et finissent la semaine en pitchant individuellement leur projet devant les « rôles modèles » de l'association.

Un « véritable changement de paradigme » pour les participantes

Elles bénéficient ensuite d'un accompagnement individuel et collectif de cinq mois, peuvent intégrer la communauté des alumnae de Rêv'Elles et suivre les autres programmes de l'association. Ces derniers sont dédiés à la tech ou à la fonction publique, ou permettent encore de s'immerger une journée dans un métier. Celles qui le souhaitent peuvent également s'investir au sein de l'association, en devenant ambassadrices ou en contribuant à ses pôles logistique et événementiel.

Athina Marmorat fait valoir un « véritable changement de paradigme » chez les participantes, nombreuses à avoir « ensuite envie de s'engager dans l'association ». Sur les plus de 700 jeunes filles qui ont été accompagnées par Rêv'Elles depuis sa création, plus de 450 sont actives dans la communauté d'alumnae et participent à ses sorties et activités. L'association rapporte que 89,8 % des participantes aux parcours d'octobre 2020 affirment se sentir mieux dans leur peau, et que 95,9 % disent mieux savoir ce qui leur correspond. De quoi encourager Rêv'Elles à continuer son expansion, après son lancement à Lyon en 2020. Pandémie oblige, l'association va en 2021 tester « des parcours 100 % digitaux », indique Athina Marmorat, qui y voit « l'occasion d'innover, de faire autrement ». En 2022, en plus de mettre le cap sur Lille, Rêv'Elles se veut plus ancrée localement, avec « un essaimage plus territorialisé » pour que ses programmes puissent aider toujours plus de jeunes filles.

DONS SOLIDAIRES®

AGIT POUR L'HYGIÈNE DES PLUS PRÉCAIRES

En 2020, pour répondre à sa double mission de lutte contre le gaspillage et contre la précarité, l'association Dons Solidaires® a collecté et distribué 53 millions d'euros de produits non alimentaires (hygiène, entretien, jeux et jouets, peluches, fournitures scolaires, petit électroménager...). Agissant comme un trait d'union entre les entreprises et les associations, Dons Solidaires® simplifie la démarche du don de produits pour les entreprises en prenant en charge les aspects logistiques et en les redistribuant à une multiplicité d'associations caritatives de toutes tailles. Ces dons de produits neufs et de qualité répondent aux besoins des personnes en grande difficulté.

Aujourd'hui, Dons Solidaires® peut compter sur plus de 140 donateurs et s'appuie sur un maillage de 900 associations caritatives impliquées sur le terrain et pleinement soucieuses de répondre, chaque jour, aux besoins des plus pauvres. Ce réseau est constitué d'épiceries sociales ou solidaires, de centres d'hébergement d'urgence, d'accueils de jour, de chantiers d'insertion, de foyers de protection de l'enfance, de maraudes...

À travers ces associations, Dons Solidaires® touche un public très varié : personnes sans domicile fixe, familles monoparentales, jeunes sans diplôme, sans emploi, chômeurs en fin de droit, travailleurs pauvres, personnes âgées, étudiants... L'action de Dons Solidaires® permet ainsi d'aider 950 000 bénéficiaires en leur donnant accès à des produits non alimentaires de qualité pour se laver, s'habiller et subvenir aux besoins du quotidien.



À l'écoute des besoins exprimés par les associations caritatives sur le terrain, Dons Solidaires® observe depuis plusieurs années une demande croissante de produits d'hygiène, classés produits de première nécessité. Un signal fort qui a poussé l'association Dons Solidaires® à mettre un coup de projecteur sur une précarité encore peu identifiée et débattue : la



précarité hygiénique. En mars 2019, Dons Solidaires® interpellait l'opinion, les pouvoirs publics et les entreprises en révélant que « 3 millions de Français se privent de produits d'hygiène, que sont brosses à dents, dentifrices, savons, couches, papier toilette » (sondage national mené par l'IFOP pour Dons Solidaires®). Fort de ce constat, Dons Solidaires® a inscrit la lutte contre la précarité hygiénique au cœur de ses actions prioritaires.

La même étude révélait que « 1,7 million de femmes en France manquent de protections hygiéniques » (chiffres IFOP pour Dons Solidaires®). Depuis, Dons Solidaires® amplifie sa mobilisation pour lutter contre la précarité menstruelle. En 2019, Dons Solidaires® redistribue ainsi des protections hygiéniques à des milliers de femmes et filles en précarité : étudiantes pauvres, adolescentes prises en charge par l'aide sociale à l'enfance, femmes à la rue, femmes victimes de violences ou femmes issues de familles monoparentales.

« La situation financière des femmes que nous accompagnons est tellement précaire qu'elles doivent avoir

recours à des systèmes D pour se protéger quand elles ont leurs règles. Une des techniques consiste à superposer plusieurs couches de papier w.c. dans les sous-vêtements, où a remplir une chaussette de papier toilette et la mettre dans le slip. [...] Au-delà de l'inconfort, il y a donc la notion de honte présente dans cette précarité. Le lot de protections hygiéniques obtenu [...] nous permettra d'en distribuer à des jeunes femmes et à des adolescentes en situation de grande précarité, pendant plusieurs mois », explique l'équipe de l'association Foyer du Léman (74).

En 2020, Dons Solidaires® continue sa mobilisation avec 9 millions de protections hygiéniques distribuées pour assurer 625 000 cycles menstruels dans de bonnes conditions.

Tout au long de l'année, Dons Solidaires® mène différentes opérations auprès de ses associations partenaires : Aide Hivernale, Kit Scolaire, Noël Pour Tous, Femmes en Fête... Ces actions permettent d'aider les plus démunis en leur donnant accès aux produits non alimentaires de première nécessité.

THIBAUT LAMARQUE

« NOTRE MISSION EST DE METTRE FIN À LA FOLIE DES BOUTEILLES D'EAU EN PLASTIQUE »

Créée en 2011, Castalie est une entreprise sociale agréée ESUS qui installe des fontaines à eau filtrantes dans les restaurants, les hôtels et les entreprises. Avec 2 500 machines et deux millions d'utilisateurs tous les mois, elle estime avoir évité l'usage de 24 millions de bouteilles plastiques, rien qu'en 2019. Rencontre avec Thibault Lamarque, son fondateur et dirigeant.

D'où vous est venue cette vocation de travailler sur la problématique de l'eau ?

Lorsque j'étais en Master Affaires internationales à Paris-Dauphine, j'ai rédigé un mémoire sur l'accès à l'eau. Puis, j'ai travaillé pour Veolia, qui est le plus grand producteur d'eau potable au monde. Cela m'a permis d'auditer à l'étranger de nombreuses filiales du groupe, ce qui était passionnant. En revanche, je me sentais un peu déconnecté du terrain. Un jour, j'ai lu dans Libération le portrait de Tristan Lecomte, le fondateur de la marque de commerce équitable Alter Eco. Je me suis retrouvé dans son ennui et l'envie de vouloir changer les choses. J'ai attendu pendant un an et demi qu'un poste se libère chez Alter Eco et j'ai été embauché comme directeur administratif et financier. J'ai découvert ce qu'était la vie d'une PME et la réalité des entreprises militantes. En auditant une coopérative de café en Bolivie, j'ai pu constater par moi-même l'impact considérable qu'un achat pouvait avoir sur la vie de centaines de familles.

J'ai toujours été entrepreneur dans l'âme. Étudiant, je montais des projets. Alors, quand j'ai découvert Sodastream, en 2006 (entreprise qui commercialise des machines pour gazéifier les boissons, NDLR), j'ai trouvé cela super, car cela réglait le problème des bouteilles d'eau ! Et en voyant un jour le prix d'une bouteille d'eau dans un restaurant de la place du marché Saint-Honoré à Paris, je me suis dit : « pourquoi ne pas me lancer et commercialiser un Sodastream BtoB » ?

En quoi Castalie est-elle différente de toutes les entreprises qui louent des fontaines à eau ?

Nous n'avons pas inventé la fontaine à eau, mais 99 % des modèles sont en plastique et fabriqués en Chine. Ils coûtent en moyenne 15 euros par mois et ne font pas l'objet de maintenance. Nous avons en revanche réinventé le modèle autour de la fontaine à eau : les fontaines Castalie sont made in France, les kits filtres sont assemblés par un ESAT qui emploie 16 travail-



Thibault Lamarque

leurs en situation de handicap à Issy-les-Moulineaux. Nous avons gagné des prix de design, car nos fontaines et les bouteilles en verre pour servir l'eau sont très esthétiques. Nous proposons également un très haut niveau de maintenance par rapport à ce qui se fait sur le marché (de l'ordre de quatre interventions par an). Notre proposition est de fournir la même qualité que l'eau en bouteille. L'enjeu pour nous est donc de développer des services et des usages de l'eau potable. Nous avons par exemple mis au point une fontaine connectée, qui permet d'obtenir de la data en permanence pour faire de la maintenance prédictive et du reporting environnemental pour nos clients. Notre modèle économique étant celui de la location, notre objectif est donc de faire durer le plus longtemps possible nos machines.

Est-ce que c'est « ESS » de vendre de l'eau du robinet ?

Je suis un grand défenseur de l'eau du robinet. Un de nos plus gros clients est d'ailleurs Eau de Paris, avec

qui nous avons installé des fontaines à eau pétillante dans la ville. Nous avons pour projet de réinstaller des fontaines urbaines, car les points d'eau se font rares dans les grandes villes, ainsi que dans les gares et les aéroports. Partout où Castalie est distribuée, la carafe d'eau reste gratuite. Ce qui est « ESS », c'est de proposer au consommateur qui ne veut pas boire de l'eau du robinet, une alternative à l'eau en bouteille bonne et moins chère. Notre mission, c'est de mettre fin à la folie des bouteilles d'eau en plastique.

Quels sont les différents problèmes posés par les bouteilles en plastique ?

Le premier sujet auquel on ne pense pas toujours, c'est la question du transport des bouteilles d'eau de la source au consommateur. Ensuite, il y a la question du contenant : le verre, même consigné, a un impact carbone plus élevé que les bouteilles en PET. Nous avons mené une analyse du cycle de vie (ACV) qui nous a permis de constater que l'eau de Castalie avait un impact carbone 90 % inférieur à celui d'une bou-



teille en plastique. Notre eau n'est pas transportée et nos bouteilles pour verser l'eau sont réutilisées. De plus, 90 % des bouteilles en plastique consommées en France ne sont pas recyclées, mais incinérées, enfouies ou finissent dans les océans. Et elles libèrent des microplastiques nocifs pour la santé.

Vous avez levé 13,5 millions d'euros pendant le confinement ; quels sont vos objectifs ?

Nous avons levé auprès de fonds à impact (Amundi finance et solidarité, RAISE) et auprès de Ring Capital et SEB Alliance. Nous voulons grossir pour avoir

davantage d'impact. Notre objectif est de rentrer dans la vie des gens. Pour cela, nous allons commercialiser une gourde en verre fabriquée en France, car actuellement toutes les gourdes, à l'exception d'une, sont fabriquées en Asie. Nous voulons aussi accélérer notre développement dans les entreprises et être présents dans tous les « restos attentionnés », envers leurs clients et l'environnement. C'est le cas des restaurants de Jean-François Piège, Yannick Alléno et Alexandre Couillon avec qui nous travaillons déjà. Au milieu de l'année prochaine, nous voulons aussi commercialiser une poudre bio à base de fruits déshydratés français pour aromatiser l'eau. À terme, on pourrait aussi proposer des machines grand public.

 Retrouvez en intégralité l'interview de Thibault Lamarque réalisée par Hélène Fargues le 17 septembre 2020 sur carenews.com



CHANGER LA NORME LE PODCAST carenews

LES ENTREPRENEURS SOCIAUX SONT-ILS COMME LES AUTRES ?

La réponse en écoutant "CHANGER LA NORME", le podcast de Carenews qui donne la parole aux acteurs de l'engagement.

Les entrepreneurs sociaux se défendent d'être des bisounours, les héritiers de Gandhi ou de doux rêveurs. Chez Carenews, nous en sommes convaincus. Et nous savons aussi que pour changer la norme, il faut se parler normalement et aborder sans langue de bois les vrais sujets : *business model*, rapports avec les pouvoirs publics, relations humaines, commercialisation, cadre juridique, financements...

Écoutez sur soundcloud, itunes, spotify, deezer etc. et partagez !

EMMANUEL BENTEJAC

Wenabi

GRÉGOIRE BLEU

UpCycle

SAID HAMMOUCHE

Mozaïk RH

HORTENSE HARANG

Fleurs d'ici

AUGUSTIN JACLIN

Lemon tri

LOUIS JACQUOT

Les cuistots migrants

JEAN MOREAU

Phenix

HUBERT MOTTE

La vie est Belt

MARIE NGUYEN

WeDressFair

VULFRAN DE RICHOUFFTZ

PANAFRICA

ÉVA SADOON

LITA.co

THIBAUT DE SAINT BLANCARD

Alenvi

MAUD SARDA

Label Emmaüs

CLAIRE TOURNEFIER

Rejoué

SIMPLON.CO

RÊVE D'AVOIR UNE « VOCATION MONDIALE »

Depuis son lancement en 2013, Simplon.co n'a cessé de former au numérique des publics sous-représentés (chômeurs, femmes, réfugiés...) dans le secteur et a élargi son offre pédagogique. La société veut aujourd'hui accélérer sur l'aspect international où se trouve son potentiel de croissance – et d'impact – sans toutefois faire grossir sa structure.

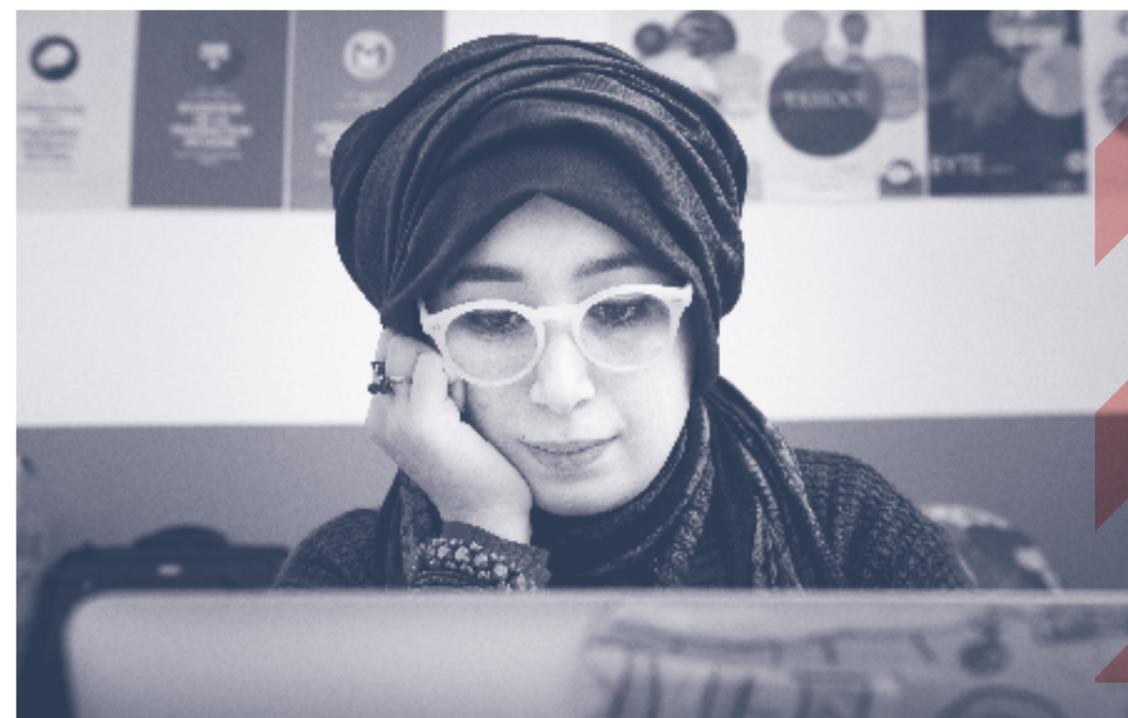
Frédéric Bardeau ne cache pas son ambition pour Simplon.co. « Nous avons une vocation mondiale » explique l'ex-communicant qui a cofondé en 2013 avec Andrei Vladescu-Olt et Erwan Kazzar ce réseau de fabriques qui propose des formations au numérique ciblant prioritairement des publics sous-représentés au sein de la tech. Pourtant, l'ancien patron-fondateur de l'agence LIMITE souligne que le défi de cette internationalisation inscrite dans son plan d'action est de « réussir à faire grossir l'impact de Simplon sans faire grossir Simplon ».

Désormais plus de Simploniens formés à l'international

Si son réseau a ouvert une fabrique dès l'année 2014 en Roumanie, la vraie phase d'internationalisation a débuté à partir de 2016-2017 avec la Belgique, le Liban ou encore la Côte d'Ivoire. Depuis, Simplon.co a appuyé sur l'accélérateur. Signe que le sujet est stratégique, le nombre de 'simploniens' formés à l'international au dernier trimestre 2020 – plus de 3000 personnes – a dépassé pour la première fois

le nombre en France ! Pour l'épauler dans ce développement, Frédéric Bardeau a nommé, début 2019, Lynda Attias, une ancienne de l'ONG Action Contre la Faim, en tant que directrice du développement et des opérations internationales.

Début 2020, le groupe a lancé des formations en République Démocratique du Congo, au Burkina Faso, au Kenya ainsi qu'au Mali. S'il a fait une première incursion en Amérique du Sud mi-novembre en ouvrant une formation en Colombie, le groupe a surtout comme priorités géographiques l'Europe, le Moyen-Orient, l'Afrique ainsi que l'Inde. Crise de la Covid-19 oblige, plusieurs projets sont suspendus ou décalés comme au sein du géant asiatique où la population subit un confinement strict et où une dizaine d'écoles devaient voir le jour. À moyen terme, la structure compte aussi se lancer en Australie, en Corée du Sud et au Québec. Simplon.co, qui possède une vingtaine d'écoles dans 17 pays rêve de toucher prochainement une trentaine de pays en évangélisant une « méthode Simplon » : des formations gratuites, des publics cibles et des partenariats nombreux et variés pour une formule gagnant-gagnant.



Adhésion au Global Compact de l'ONU

Au sein de Simplon.co, l'internationalisation est nécessaire. « C'est là-bas qu'il y a la plus grosse croissance », souligne Frédéric Bardeau sous-entendant que de nombreux acteurs – par ailleurs concurrents potentiels – existent déjà dans l'Hexagone. L'international offre toutefois des surprises au réseau lors des négociations. « À l'étranger, quand on dit qu'on proposait des formations gratuites, ils ne comprenaient pas toujours », ironise celui qui est Fellow 2017 de la communauté internationale d'entrepreneurs sociaux Ashoka. Simplon.co fonctionne à la fois via des franchises mais aussi des filiales. Sur la vingtaine de millions d'euros de chiffre d'affaires de Simplon.co attendus fin 2020, environ quatre devraient avoir été réalisés à l'international, l'objectif est désormais de faire grimper ce chiffre à six en 2021.

Parallèlement, Simplon.co adhère aussi à des ini-

tatives internationales à l'instar du processus onusien Global Compact, qui fêtait en 2020 ses 20 ans. « Comme beaucoup de cordonniers mal chaussés dans l'ESS, on est très fiers de notre impact, mais en termes de RSE, on n'est pas toujours au top, donc on a pris un peu le taureau par les cornes », justifie Frédéric Bardeau. François Durollet, CEO de Simplon.co a adressé fin mars au secrétaire général Antonio Guterres sa lettre d'adhésion et y souligne que l'entreprise soutient les dix principes de cette initiative concernant les droits de l'homme, les normes internationales du travail, la protection de l'environnement et la lutte contre la corruption. Si cette adhésion correspond aux valeurs de Simplon.co et qu'elle est parfois requise pour répondre à des appels d'offres, elle est aussi opportuniste. Le Global Impact rassemble près de 12000 entreprises de plus de 170 pays soit un grand nombre de partenaires potentiels. De quoi aller plus vite et plus loin dans le développement international.

COMPRENDRE LES FONDS À IMPACT

Quels sont les principaux fonds à impact en France ? Comment les définir ? Sont-ils bien différents des fonds ISR ? Alors que de plus en plus d'investisseurs revendiquent s'inscrire dans une démarche d'investissement à impact, on a voulu faire le point.

C'est en 2007, aux États-Unis, que le terme d'impact investing est défini lors d'une réunion de la fondation Rockefeller. L'année suivante naissait le Global Impact Investing Network (GIIN), qui structure le concept et prône son déploiement. Les fonds à impact commencent alors leur essaimage, et font même l'objet d'un G8 dédié en 2013. En France, l'impact investing est traduit par investissement à impact. Et il ne se passe pas un mois sans qu'un nouveau fonds de ce type voie le jour.

L'impact, "notion mouvante"

Spécialiste des fonds d'investissement en Europe et dans les pays émergents, Aglaé Touchard-Le Drian a notamment été responsable du fonds SIA (Social Impact Accelerator) au Fonds Européen d'Investissement (FEI). Désormais directrice associée chez RAISE Impact (la structure d'investissement à impact développée par le groupe RAISE), elle nous a raconté avoir constaté l'intérêt croissant des fonds de capital investissement classiques pour les fonds à impact à partir de 2013. « Ils sont très à la mode depuis trois à cinq ans », abonde Guillaume de Vauxmoret, responsable de l'analyse solidaire chez Ecofi Investissements. De fait, les sociétés de la Commission Impact de France Invest et l'association française des inves-

tisseurs pour la croissance gèrent six fois plus d'actifs qu'il y a cinq ans. Un engouement qui pose question, puisque l'impact est « une notion mouvante à laquelle de plus en plus d'acteurs se rattachent », a souligné Aglaé Touchard-Le Drian.

Pour clarifier les contours des fonds à impact français, nous nous sommes tournés vers la Commission Impact de France Invest. Pour elle, c'est la définition du GIIN qui fait autorité. Ainsi, les investissements à impact sont « réalisés avec l'intention de générer un retour positif, ayant un impact social et environnemental mesurable, tout en assurant un rendement financier ».

Impact investing : l'intentionnalité et la mesure d'impact

Parmi ces trois dimensions, les expert-e-s que nous avons interrogé-e-s ont particulièrement insisté sur l'intentionnalité et la mesure d'impact. Les fonds à impact sont ainsi créés pour soutenir des entreprises dont la mission première est d'œuvrer à la résolution d'un problème social ou environnemental. « La question de l'impact doit être considérée a priori, pas a posteriori », a appuyé Jon Sallé, responsable de l'Observatoire de Finansol.

Les moyens mis en œuvre par la structure pour répondre à ce problème social ou environnemental doivent ensuite faire l'objet d'une mesure continue et de rapports d'impact. Ces deux critères fondateurs des fonds à impact, l'intention et la mesure d'impact, excluent de fait les fonds labellisés ISR (Investissement socialement responsable), qui se structurent autour des critères ESG (environnementaux, sociaux et de gouvernance). Ces points d'analyse extrafinanciers visent à éviter des impacts négatifs, tandis que l'impact investing a pour objectif d'entraîner des effets sociaux ou environnementaux positifs. Malgré ce distinguo évident en apparence, les fonds investissant dans des entreprises cotées et comportant le mot impact dans leur intitulé peuvent prêter à confusion. Si le GIIN inclut les fonds cotés dans ses calculs, les Français-es appellent à la prudence. Pour Aglaé Touchard-Le Drian, la place et la mesure de l'impact sont plus difficilement appréciables dans l'univers des entreprises cotées. « Il reste plus facile de mesurer et d'influer sur la trajectoire d'amélioration environnementale et sociale d'une entreprise dans le non coté, à travers un rôle d'actionnaire actif dans la gouvernance », a-t-elle notamment souligné. Si la notion d'impact est brandie par de plus en plus de sociétés de gestion traditionnelles, « les fonds à impact relèvent du monde du non coté », défend Jon Sallé.

Que penser alors des fonds solidaires, dit les fonds « 90/10 » ? Si la poche majoritaire est consacrée à des investissements socialement responsables, les 5 à

10 % restants vont bien à des entreprises non cotées agréées ESUS. Pour trancher, il faut ici convoquer la sacro-sainte mesure et se dire que cette frange des fonds solidaires peut être considérée comme relevant des fonds à impact si, et seulement si, ce dernier fait l'objet d'une évaluation continue.

Les fonds à impact, une tache d'huile ?

Ces considérations restent cependant, pour le moment, des questionnements de niche. En avril 2019, le GIIN évaluait le montant d'actifs dédiés à l'investissement à impact à 502 milliards de dollars dans le monde, soit 1 % des actifs mondiaux (en incluant les fonds d'entreprises cotées). France Invest salue toutefois « un montant très significatif et en forte croissance, avec l'arrivée régulière de nouveaux investisseurs ».

Son étude menée en 2018 auprès des membres de sa Commission d'impact a montré qu'en France, les fonds sous gestion dédiés à l'investissement à impact atteignaient 1,6 milliard d'euros. Un montant en constante progression, même si l'Europe reste derrière les États-Unis et le Canada, qui gèrent près de 60 % des actifs mondiaux de l'impact investing. D'après Amit Bouri, le cofondateur du Global Impact Investing Network (GIIN), l'investissement à impact est bien en train de devenir « une force avec laquelle il faut compter ».



MOULINOT VEUT ÊTRE LÀ POUR AIDER LES PARTICULIERS À MIEUX TRIER

Lancée en 2013 par un ancien restaurateur, Moulinot traite et valorise les biodéchets ; une méthode qu'elle compte exporter à travers la France d'ici 2024.

Collecter, trier et valoriser des tonnes de biodéchets tout en formant des personnes à la lutte contre le gaspillage alimentaire et en créant des emplois pour des personnes en réinsertion, voilà l'un des objectifs de Moulinot. L'entreprise a débuté après une réflexion sur un geste banal du quotidien : le rejet des déchets alimentaires. « Dès le début, il y avait une idée d'impact parce que je me suis rendu compte que je jetais mes restes alimentaires dans la poubelle et que ça partait en incinération. Je me suis rendu compte que l'impact était négatif sur l'environnement », explique le restaurateur Stephan Martinez, 50 ans, fils et petit-fils de restauratrices et aujourd'hui président-fondateur de cette entreprise pionnière née en 2013.

Ouverture d'un troisième centre

Au lieu d'incinérer les déchets organiques (épluchures, coquilles d'œufs...) ou de les voir enfouis en décharge, Moulinot les collecte avec ses camions-bennes au gaz naturel, les entrepose avant de les valoriser et les transformer en compost, lombricompost mais aussi en énergie (gaz et électricité) et en engrais (digestat). Après avoir ouvert un premier centre de tri et de traitement puis un deuxième, l'entreprise devrait en ouvrir un troisième à Réau en Seine-et-Marne d'ici fin 2021.

Moulinot revendique aujourd'hui plus de 25 000 tonnes de biodéchets déjà collectés et valorisés et plus de 50 000 personnes formées à la lutte contre

le gaspillage alimentaire. L'entreprise se félicite surtout d'avoir créé et développé une filière. « Ce qui est majeur pour nous, c'est que l'on a réussi à prouver que cette matière fonctionne. De A à Z, on est capables de transformer cette matière, d'en faire des choses intéressantes, aujourd'hui, tout en créant des emplois pour des personnes en insertion » complète Fabien Delory, ancien responsable de l'expertise de Paris Initiative Entreprise (PIE) et directeur général de Moulinot depuis 2015.

Bientôt l'obligation de tri pour les particuliers

Moulinot vise désormais à capitaliser sur son avance et l'expertise acquise au fil des ans. « Le plus gros des défis va être de pouvoir dupliquer cette méthodologie mise en place sur beaucoup de grandes villes en accompagnant les territoires » explique Stephan Martinez. L'objectif est désormais de pouvoir s'implanter sur les dix principales villes de France en 2024. À cette date, le tri à la source doit être généralisé dans le cadre de la loi relative à la transition énergétique pour la croissance verte.

Chaque ménage devra ainsi être équipé de solutions spécifiques, charge à la collectivité où ils habitent de prendre des mesures ; une obligation qui fait office de belle opportunité pour cette ambassadrice de l'économie circulaire. L'entreprise dont l'activité a été ralentie du fait de la Covid-19 s'attend à un chiffre d'affaires de 3,5 millions d'euros pour 2020.

LA MESURE D'IMPACT

Comme dans l'économie sociale et solidaire en général, la mesure du ou des impacts des fonds à impact pose question. « Il y a énormément de méthodes, de grilles d'analyse. La mesure d'impact des fonds n'est pas encore standardisée, nous a expliqué Aglaé Touchard-Le Drian. Il y a cette tension entre la nécessité, d'un côté, de standardiser des indicateurs clés, et, de l'autre, d'être très spécifique à l'investissement en question. Au-delà d'indicateurs quantitatifs, il peut également être inté-

ressant de prendre en compte des indicateurs qualitatifs pour montrer le changement apporté par l'investissement. »

Jon Sallé constate en conséquence « des stratégies liées à l'impact pouvant énormément diverger ». Ainsi, « Citizen Capital est très attaché à la mission, tandis que Phitrust va mettre en avant le capital patient et l'accompagnement de l'entrepreneur ».

N°03.

INVESTIR&+

ACCOMPAGNEMENT ET FINANCEMENT
DES ENTREPRENEURS À IMPACT



INVESTIR&+ L'INVESTISSEMENT À IMPACT PAR DES ENTREPRENEURS « TRADITIONNELS »

Aux origines d'Investir&+, il y a un incubateur de projets à fort impact social et environnemental né en 2005. D'où « un ADN beaucoup plus entrepreneurial que financier » pour la société, qui s'est transformée pour financer des entreprises à impact social et/ou environnemental en 2012. De fait, Investir&+ est une holding d'investissement et non un fonds, explique son président exécutif, Vincent Fauvet. Ses investisseurs ? Des entrepreneurs « traditionnels » qui apportent des ressources financières ainsi que leur réseau et leur expertise pour faire réussir des entrepreneurs à impact. Dans le détail, les investissements peuvent atteindre jusqu'à 3 millions (pour les family offices) en ressources longues (cinq à dix ans), et l'accompagnement humain s'évalue à environ une demi-journée par mois.

Simplon.co, HelloAsso, Make.org, Recyclivre... En huit ans, ce sont 24 investissements qui ont été réalisés, suivant la méthode de la théorie du changement. Des indicateurs d'impact spécifiques ont été définis à chaque fois de façon à « s'adapter à la problématique que chaque entreprise essaie d'adresser », pré-

cise Vincent Fauvet. Et le bilan est plus que positif : « Concernant l'impact, nous sommes au rendez-vous des objectifs que nous nous étions fixés. Et bien que nous soyons impact first, nous avons surperformé au niveau financier par rapport à ce que nous avions annoncé à nos investisseurs. » Vincent Fauvet note toutefois que l'expérience a confirmé une intuition concernant l'investissement à impact : les résultats, souvent liés à des changements de mentalité, mettent plus de temps que pour les investissements traditionnels.

Début novembre 2020, Investir &+ a annoncé le lancement du fonds Mutuelles Impact avec Siparex, une étape de taille pour la holding. « Il s'agit d'un fonds souscrit à plus de 54 millions d'euros par 44 mutuelles, qui s'adresse à toutes les entreprises d'impact dans le domaine de la santé avec des tickets pouvant aller jusqu'à 5 millions d'euros », détaille Vincent Fauvet. Investir&+ est désormais sollicitée « par d'autres partenaires pour dupliquer ce projet dans d'autres domaines que la santé, mais toujours impact first », souligne le président exécutif.



INVESTISSEMENT FORESTIER : ECOTREE VEUT FAIRE CHANGER LES MENTALITÉS

Lancée en 2016, la startup EcoTree permet aux individus comme aux entreprises d'acheter des arbres en forêt. Au-delà du bon geste pour la planète, il s'agit aussi d'un investissement financier.

EcoTree veut faire évoluer les mentalités et convaincre citoyens et entreprises d'investir en forêt. La jeune startup créée en 2016, et dont le siège est basé dans le Finistère, achète le foncier de massifs forestiers, gère les arbres puis en vend – à partir de 18 euros TTC – à des particuliers comme à des entreprises soucieuses de « verdier » leur RSE : l'initiative est bonne pour la planète, mais promet aussi une petite rentabilité lors de la coupe à long terme de l'arbre. « Notre enjeu aujourd'hui est d'identifier des projets un peu partout, dans la mesure de notre capacité à faire et à réaliser. C'est conditionné aujourd'hui par nos clients. Il y a un cercle vertueux qui s'installe », explique Baudouin Vercken, l'un des cofondateurs et responsable des partenariats.

Séduire les investisseurs d'Europe du Nord

L'initiative est née quelque temps après le voyage de quatre copains d'enfance au Danemark où le système de dépôt des canettes et bouteilles usagées marque cette bande de jeunes professionnels. Pas étonnant dès lors qu'ils ouvrent en 2019 leur premier « hub » dans la capitale danoise, un bureau régional qui comprend désormais une douzaine de personnes et que gère le Franco-Autrichien et Danois d'adoption Thomas Norman Canguilhem.

Depuis ce hub, l'objectif est de traiter l'Europe du Nord très portée sur l'environnement avec la Suède



et la Norvège, mais aussi le Royaume-Uni et les Pays-Bas. L'équipe compte convaincre des acteurs d'investir en France dont la forêt est la quatrième européenne en surface derrière la Suède, la Finlande et l'Espagne. « À travers ce hub à Copenhague, il y a une logique franco-européenne. Si l'on continue à se développer on pourra porter des projets dans lesquels on est installés, avoir une émulation européenne sur ce sujet-là », poursuit Baudouin Vercken.

Levée de fonds de trois millions en 2019

La société avait officialisé à l'automne 2019 une seconde levée de fonds de trois millions d'euros souscrite par un nouvel entrant au capital, le fonds luxembourgeois activiste Accurfy 4, ainsi que ses actionnaires existants, West Web Valley et Finistère An-

gels pour développer son implantation en Europe. À terme, l'entreprise envisage de proposer des arbres dans les marchés locaux puis de conquérir le marché germanophone (Allemagne, Suisse et Autriche).

Rentable, la société qui a une équipe de 35 personnes et avait réalisé deux millions d'euros de chiffre d'affaires en 2019 devrait terminer l'exercice 2020 à 3,5 millions d'euros. La jeune startup pilote aujourd'hui 900 hectares, en vise 1 500 en 2021 et a notamment des projets dans la Creuse, la Nièvre, en Bourgogne, mais aussi en Île-de-France. Dans l'ensemble, elle mise beaucoup sur le marché des entreprises dont certaines ont ainsi l'occasion de redorer leur blason ou celui de leur industrie, à l'image du récent et large partenariat avec H&M France, le secteur de la mode n'étant pas connu pour être le plus engagé pour l'environnement.



Le podcast de Carenews qui valorise en 10 minutes les associations.

Ces porteurs de projets vont à la rencontre des plus vulnérables, restaurent le lien social, maintiennent un équilibre même précaire ou luttent tous les jours contre les diverses inégalités.

Découvrez leurs actions quotidiennes et comment les aider en écoutant #CEUXQUIFONT !

Écoutez sur soundcloud, itunes, spotify, deezer etc. et partagez !

- » Adie
- » Banques Alimentaires
- » Ikambere
- » La Cloche
- » Make.org
- » Solidarité Environnement Insertion
- » Surfrider Europe
- » ZupdeCO

L'APPLICATION YUKA EN 5 CHIFFRES

Faut-il encore présenter l'application Yuka ?
Gratuite, elle scanne les étiquettes des produits alimentaires et cosmétiques pour décrypter leur composition et évaluer leur impact sur la santé grâce à une note et un code couleur simple.

Les chiffres clés

1,5

MILLION DE PRODUITS RÉFÉRENCÉS

70 % en alimentaire et 30 % en cosmétiques.

3

CRITÈRES DE NOTATION DES PRODUITS ALIMENTAIRES

La qualité nutritionnelle, la présence d'additifs et la dimension biologique.

20

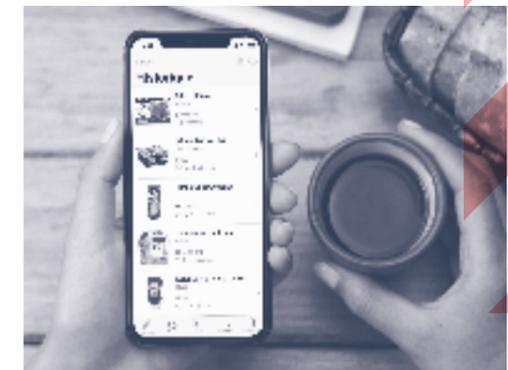
MILLIONS D'UTILISATRICES ET UTILISATEURS en novembre 2020

92 %

DES UTILISATEURS REPOSENT LES PRODUITS LORSQU'ILS SONT NOTÉS ROUGE DANS L'APPLICATION

11

PAYS La France, la Belgique, la Suisse, le Luxembourg, l'Espagne, le Royaume-Uni, l'Irlande, le Canada, les États-Unis, l'Australie et l'Irlande





SOUTENUE PAR L'ADIE, ALEXANDRA A PU OUVRIR SA BOULANGERIE TRADITIONNELLE

Alexandra a inauguré son fournil Mémé la Boulange à quelques kilomètres de Tours, en janvier 2020. Tous les matins, elle se lève aux aurores pour préparer ses pains au levain cuits au feu de bois. « Une boulangerie à l'ancienne », comme elle aime la décrire. Tous ses produits sont bio et proviennent de producteurs locaux : « C'est un petit réseau, on se connaît tous. »

Mémé la Boulange ne s'est pas construite en un jour : « Cela ne se fait pas du jour au lendemain, entre l'idée et l'inauguration, il s'est passé trois ans. »

« Je ne me retrouvais plus du tout dans mon environnement professionnel »

Tout est né de l'envie de « changer d'univers ». Alexandra était auparavant éducatrice de jeunes enfants. « Je ne me retrouvais plus du tout dans mon environnement professionnel », raconte-t-elle. Au fil des rencontres, avec des personnes du « milieu alternatif », des boulangers, l'idée mûrit et elle saute le pas en s'inscrivant à une formation en boulangerie : « J'ai essayé de trouver des organismes qui pourraient m'aider à financer ma formation, mais cela n'a pas fonctionné. J'ai donc dû financer ma formation moi-même. »

Son CAP boulangerie en poche, elle travaille ensuite durant six mois en tant qu'ouvrière boulangère pour apprendre le métier. Après quoi elle entame enfin les démarches pour créer son fournil traditionnel. C'est là qu'elle se heurte à de premiers obstacles : le financement d'un projet.

« Les banques refusaient de m'accorder un prêt »

Une fois le projet ficelé, les partenaires et producteurs trouvés, Alexandra lance une campagne de fi-

nancement participatif. Au total, elle collecte plus de 5 000 euros, sur un objectif initial de 4 000 euros, auprès de 98 contributeurs. Le projet plaît ! La somme récoltée lui permet d'engager ses premiers investissements dans le matériel, mais ce n'est pas suffisant.

Elle se rapproche alors du système bancaire pour demander un prêt bancaire, qu'on lui refuse, car elle est en commission de surendettement : « Ils ne regardent même pas le dossier, ils disent simplement que cela ne respecte pas le protocole. Je trouve dommage de s'arrêter à cela lorsque les projets tiennent la route. »

Le soutien de l'Adie

C'est par son « réseau d'entrepreneurs » qu'Alexandra découvre l'Adie : « Quand j'en parlais autour de moi, on m'a dit : "il existe un organisme qui peut sans doute t'aider !" ». Elle se rapproche donc de l'Adie, qui lui accorde un prêt lui permettant alors d'acheter son four à bois. Tout se débloque et elle peut enfin lancer Mémé la Boulange. L'Adie propose également aux jeunes entrepreneurs un accompagnement, mais Alexandra n'en avait pas besoin.

Janvier 2020. Mémé la Boulange vend ses premiers pains bio. Peu de temps après, le confinement est annoncé : « J'ai vraiment pensé que j'allais fermer, mais finalement, cela m'a presque permis de me propulser. J'étais dans l'alimentation, j'ai vraiment eu de la chance. » Alexandra a d'ailleurs embauché sa première apprentie en septembre.



ENTOURAGE, POUR CRÉER DU LIEN SOCIAL AVEC LES SANS-ABRI

Lancée en 2015, l'association Entourage permet aux personnes exclues et isolées de retrouver une place dans la société. Depuis, trois initiatives ont su insuffler une envie de recréer des liens durables entre les personnes avec domicile et sans-abri.

Tout commence en 2012. Tous les jours, matin et soir, Jean-Marc Potdevin, fondateur de l'association Entourage, passe devant des personnes qui vivent dans la rue. Un jour, il va s'arrêter et prendre le temps d'engager la discussion avec elles. De là va naître une volonté de changer leur vie et de les reconnecter à leur entourage.

Va s'ensuivre la création de l'association Entourage en 2014. L'année suivante, la structure reçoit le soutien de la Fondation Bettencourt-Schueller qui permettra de développer le projet. Ensuite tout s'accélère. En 2016, le réseau Entourage pour le grand public est lancé dans les 2^e et 9^e arrondissements de Paris. 3 000 personnes rejoignent le réseau à la fin de la même année. C'est aussi le moment où l'association est nommée lauréate du concours La France s'engage, et poursuit ainsi son déploiement.

Fin mars 2017, c'est la fin de la trêve hivernale, Entourage décide de lancer la campagne « les sans-abri vous écrivent » pour sensibiliser sur l'importance du lien social lorsqu'on est à la rue. Depuis, l'association n'a fait que de se réinventer en proposant différents projets qui marquent les esprits.

3 grands projets de l'association Entourage

Simple comme bonjour

Après plus d'un an de travail, Simple comme bonjour s'adresse à tout un chacun pour lutter contre l'exclusion et changer de regard sur les sans-abri. Ce programme pédagogique, fait, entre autres, pour et par des personnes démunies, apporte des conseils concrets pour guider les citoyens vers leurs voisins les plus démunis. Des vidéos, interviews, témoignages et un guide sont mis à disposition pour

franchir le pas et aller à la rencontre des personnes sans-abri de son quartier.

Les Apéros Entourage

L'association a lancé les « Apéros Entourage » pour créer encore plus de liens sociaux. Des moments de convivialité destinés à favoriser la rencontre entre voisins, avec et sans abris. La recette du succès de ces rendez-vous repose sur la rencontre entre riverains, avec ou sans domicile, des jeunes et moins jeunes, engagés dans la solidarité ou non. Ces apéros reposent sur trois piliers : les intervenants, le « café suspendu » et les ambassadeurs-relais.

LinkedInOut

Partager son réseau professionnel avec des personnes isolées ou éloignées du marché du travail, c'est le principal objectif de LinkedInOut ! La précarité éloigne de l'emploi. Le projet de l'association Entourage est encore une fois entièrement dédié à lever tous les freins qui gênent la vie quotidienne des personnes exclues. Chacun peut rendre visible sur son propre réseau professionnel une personne qui en a besoin. Et ça marche ! Sur 15 candidats en expérimentation en 2019, onze ont retrouvé un job via LinkedInOut.

À l'occasion de la course en solitaire du Vendée Globe 2020, le bateau du skipper Thomas Ruyant relève le défi de la « course aux changements » en hissant une voile aux couleurs de LinkedInOut. Plus la performance sportive sera forte, plus le message de LinkedInOut sera entendu. Le bateau LinkedInOut se maintient dans le trio de tête de cette course emblématique depuis fin novembre.



HYPRA ET SA BATAILLE EN FAVEUR DU « MÉDIATEUR EN INCLUSION NUMÉRIQUE »

Créée en 2015 et à l'origine d'un PC à accès universel, Hypra veut aujourd'hui développer le nouveau métier de « médiateur en inclusion numérique ». Un combat de la startup qui vise à lutter contre une nouvelle forme d'exclusion.

L'histoire débute par une rencontre à l'Institut d'études politiques d'Aix-en-Provence : Corentin Voiseux rencontre Jean-Philippe Mengual de quelques années son aîné. Tous deux ont la notion du service public chevillée au corps et rêvent d'intégrer l'École Nationale d'Administration. Mais Jean-Philippe est aveugle de naissance. Ce n'est donc pas simple pour lui d'avoir accès à l'intégralité des ressources pédagogiques en ligne. Corentin lui lit à voix haute régulièrement des extraits de manuel. L'amitié se renforce. Finalement... aucun des deux ne fait l'ENA, mais ils poursuivent des études et entrent dans la vie active. Le duo se documente beaucoup et lit notamment Pascal Plantard, un anthropologue spécialiste des usages du numérique.

« Le numérique a un potentiel émancipateur absolument énorme »

Rapidement, la volonté de créer ensemble quelque chose autour de l'illectronisme – une sorte d'illectronisme numérique qui touche près de 17 % de la population française – prend le pas. « C'est l'un des grands enjeux sociaux et sociétaux du XXI^e siècle », résume Corentin Voiseux. Il estime que le combat est crucial, car cette exclusion « fait voler le pacte républicain en morceaux ». Pour le professionnel de 29 ans, « le numérique a un potentiel émancipateur absolument énorme pour les personnes vulnérables et au-delà ».

En 2015, le duo crée la société Hypra : Corentin prend la direction générale tandis que Jean-Philippe en devient le directeur technique. Les deux amis s'attaquent d'abord à la création d'un PC à « accès universel » offrant de précieuses fonctionnalités (zoom puissant, interface simplifiée...) pour des « publics fragiles ». L'ambition est d'offrir à un prix compétitif – environ 2000 euros – cet objet du quotidien qui ne soit pas « stigmatisant » par ses caractéristiques. Progressivement l'entreprise se structure, devient

lauréate de la bourse French Tech de BPI France, et se fait remarquer. Ils élargissent aussi le spectre et proposent des ateliers d'inclusion numérique visant les personnes âgées.

Bataille idéologique

Une nouvelle bataille s'engage désormais pour Hypra : accélérer l'inclusion et la médiation numérique. La société se lance aujourd'hui dans le secteur prometteur de la formation et veut former à un nouveau métier de médiateur en inclusion numérique. La société a toutefois son exigence : un parcours empreint de sciences humaines et sciences sociales contrairement à la vision de certains concurrents. Pour Corentin Voiseux, « une véritable bataille idéologique est en jeu ». Dans le viseur du directeur général figurent des « acteurs qui se sont positionnés dans le plan de relance du gouvernement qui viennent du monde de la tech et pensent qu'il faut plutôt envoyer des geeks ».

Pour l'entrepreneur au débit de mitraillette, « l'urgence de la "digital literacy" est telle dans ce pays que l'on voudrait créer cette profession comme un modèle itinérant, décentralisé, pour aller dans les écoles ». Hypra travaille aujourd'hui sur une plaquette pédagogique de 396 heures et aimerait s'associer au récent projet « Hubs de la réussite ». Créé en 2019, ce projet vise à permettre aux jeunes des territoires d'acquérir des compétences clés dans le numérique.

Et quid de l'avenir et des financements ? Corentin Voiseux reste optimiste. Le jeune professionnel estime toutefois que les subventions publiques vont diminuer dans les années à venir, ce qui devrait se traduire par une hausse des contributions personnelles des participants. Hypra qui devrait réaliser en 2020 un chiffre d'affaires de 350 000 euros aimerait atteindre 900 000 euros pour l'année qui vient et envisage parallèlement une levée de fonds pour assurer son développement.

POUR ACCÉLÉRER LA TRANSITION, SOUTENONS L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE SOUS TOUTES SES FORMES.



Concrètement, BNP Paribas 3 Step IT permet de reconditionner et de revendre 97 % des équipements technologiques en fin de contrat de location, ce qui réduit de 36 % leur empreinte carbone en évitant la production et le transport de nouveaux matériels. Pour réussir le défi de la transition, accélérons ensemble. #PositiveBanking

Pour un impact écologique maîtrisé - campagne réfléchie de manière écoresponsable, et dont l'empreinte carbone de production et de diffusion a été calculée et compensée. © Hervé Plumet.



BNP PARIBAS

La banque
d'un monde
qui change

FRANÇOIS MARTY

« IL NE FAUT PAS AVOIR
LE MELON CAR TOUT
LE MONDE VEUT ÊTRE UN HÉROS »

À 66 ans, dont plus de quatre décennies d'engagement social, le président-fondateur de la Foncière Chênelet qui veut apporter une réponse « logement » adaptée aux plus vulnérables et aux enjeux sociétaux des territoires est prêt à passer le flambeau.

Quand on veut mieux le connaître, François Marty aime se définir avec humour comme « le roi de rien mais avec panache ». Il évoque aussi sa jeunesse difficile où il était « bac -15 », une période au cours de laquelle les moines ont remplacé ses parents en Haute-Savoie. Il a ensuite fréquenté les babas cools du Larzac puis est allé s'occuper des réfugiés à Calais. Un parcours riche mais un fil rouge conducteur demeure pour ce père de cinq enfants au franc-parler qui a créé sa première entreprise d'insertion en 1986 : celui de l'engagement.

C'est parce qu'il a l'engagement chevillé au corps qu'il fonde en 2009 la Foncière Chênelet qui est basée à Landrethun-le-Nord dans les Hauts-de-France. L'entreprise agit comme un maître d'ouvrage spécialisé dans la conception et la construction de logements de très grande qualité à destination de publics vulnérables. Au-delà de la seule construction, le projet est de proposer un logement de qualité, à très faibles consommations, adapté au handicap et aux personnes âgées, mais surtout écologique. L'objectif est également de réinsérer des personnes en difficulté grâce au travail : François Marty revendique ainsi avoir réinséré près de 7000 personnes en trois décennies.

200 logements construits et 30 millions levés

Côté financement, la Foncière Chênelet, qui a construit près de 200 logements, s'appuie sur un modèle hybride : un tiers provient de fonds propres, un tiers d'emprunts auprès de la Caisse des dépôts et consignations, le dernier venant de financements publics et privés. Au total, l'entreprise qui compte parmi ses investisseurs plusieurs banques, assurances et grandes entreprises (ENGIE, Amundi, AG2R La Mondiale, Crédit Agricole, BNP Paribas...) a levé près de 30 millions d'euros en une décennie. « Ce n'est pas la croissance et la réussite qui m'intéresse, c'est de loger les personnes les plus défavorisées dans des endroits où personne ne va », confie celui qui a été Fellow 2009 de l'organisation Ashoka et chevalier de la Légion d'honneur en 2017.

Auparavant, ce proche de longue date de Guy Hascoët avait suivi son ami dans les couloirs du pouvoir lorsque celui-ci était devenu député du Nord en 1997 avant qu'il ne soit propulsé secrétaire d'État à l'économie sociale et solidaire dans le gouvernement Jospin. Après deux ans et demi en tant que chef de cabinet, François Marty



était revenu à l'association et avait pris conscience du travail parcouru en son absence : « J'ai vécu un drame que je ne souhaite à personne... l'entreprise a super bien marché sans moi », rigole-t-il.

Une nouvelle génération qui « se lève par compétence »

L'entrepreneur, qui fut dans une première vie chauffeur de poids lourds, puis fréquenta les bancs de HEC pour un Executive MBA, s'émerveille aujourd'hui de la nouvelle génération « qui n'est plus une génération qui se lève par injustice, mais elle se lève par compétence ». Désireux de voir un vrai changement générationnel, il appelle les acteurs de l'ESS à bien vouloir passer le

flambeau aux jeunes. « Je suis fatigué de la génération à laquelle j'appartiens où tout le monde a voulu être un héros. Les pontifes de l'ESS vont être dépassés et c'est tant mieux, c'est la vie. » Et d'ajouter, au sujet des aînés du secteur : « Est-ce qu'ils sont capables de laisser la place ou, même quand ils ne seront plus là, leurs dents parleront toujours ? » Lui en tout cas se prépare à transmettre le relai à Anne-Gaëlle Charvet, qui est déjà la directrice depuis 2012 de Chênelet Développement et lui succédera au sein de la Foncière Chênelet. S'il se retire des opérations, il garde en tout cas son humour. Quand on l'interroge sur son gros défi du quotidien, ce fort en gueule avoue spontanément : « Il ne faut pas avoir le melon. » Puis d'ajouter qu'heureusement sa femme est là pour veiller...

CÉCILE GALOSELVA

L'ÉTHIQUE DE RESPONSABILITÉ

Patronne-fondatrice de l'entreprise ETIC qu'elle a lancée il y a dix ans dans l'Est lyonnais et qui crée, finance et gère des espaces dédiés aux acteurs du changement, Cécile Galoselva s'apprête à voir doubler la surface de volumes louée par ses soins. Un défi pour celle qui veut montrer qu'on peut grandir tout en restant vertueux.

Objectif : doubler le chiffre d'affaires en 2021

L'année 2021 s'annonce chargée pour Cécile Galoselva, la patronne-fondatrice d'ETIC - Foncièrement responsable. La structure qu'elle a fondée il y a dix ans, qui crée, finance et gère des espaces (bureaux, commerces...) de haute qualité sociale et environnementale à loyers modérés et visant les acteurs du changement, devrait voir doubler ses volumes en 2022. Trois projets majeurs verront le jour : l'un dans le quartier de Bellefontaine à Toulouse, l'autre nommée La LOCO à Lille et le dernier intitulé Wiki Village Factory dans le 13^e à Paris. Tous les trois sont des tiers-lieux qui ont des visées hybrides et se veulent écologiques. Ils viendront s'ajouter à la dizaine de lieux inscrits à l'actif de ETIC, de Montreuil à Nanterre en passant par Lyon, Garches, Grenoble ou encore Paris XVII.

« Ne pas perdre son âme »

Ce changement d'échelle va nécessiter un gros travail en amont pour la société, mais surtout constitue un challenge quasi philosophique. « Le défi est de montrer que l'on peut faire des choses à plus grande échelle sans perdre son âme » confie la dirigeante lyonnaise de 47 ans. En ligne de mire ses parties prenantes qui estiment qu'il faut que la société grandisse davantage tandis que d'autres s'interrogent sur la perte conséquente de valeurs. Elle en est persuadée : on peut grandir sans perdre son âme. Une philosophie qu'elle insuffle au quotidien au sein de son entreprise à la lucrativité limitée qui devrait compter bientôt 25 salariés et réaliser 2,8 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2020.

Une quête de sens qui n'est pas nouvelle chez cette Lyonnaise. « J'ai toujours eu un fort intérêt pour l'environnement et pour mon prochain », confie-t-elle. À la sortie de ses études de commerce, elle rentre dans le monde du travail, évolue en Allemagne, aux États-Unis puis atterrit au Royaume-Uni où son entreprise la sponsorise pour un MBA à Oxford. Elle y découvre alors le « social business », une véritable « révélation » dit-elle avec un enthousiasme communicatif. Elle rejoint la jeune boîte The Ethical Property Company, une société lancée en 1998 qui gère des lieux à travers le Royaume-Uni pour les acteurs du changement, un concept qu'elle exporte ensuite dans l'Hexagone. Elle choisit d'installer sa nouvelle entreprise à Vaulx-en-Velin dans l'Est lyonnais, un choix qui n'est pas anodin : il s'agit des quartiers de son enfance, connus pour ne pas être les plus faciles...

« Vous êtes une capitaliste anglo-saxonne ? »

À l'époque de la création d'ETIC, la France n'est pas aussi avancée qu'outre-Manche dans le domaine du social business, les mentalités diffèrent. « En France, tout est très politisé », rigole-t-elle aujourd'hui en rappelant qu'ici on demande plutôt « qui es-tu ? pour qui tu votes ? » avant de savoir « ce que l'on fait ». Elle se remémore aussi ces réunions où on lui demandait si elle n'était pas, au fond, qu'une « capitaliste anglo-saxonne ». Elle constate aujourd'hui une vraie prise de conscience de la nécessité d'impact et de changement et se félicite de la volonté des jeunes générations d'agir.



RUTABAGO

LA RECETTE D'UNE BOX BIO

Recette 100 % bio et certifiée ESUS !

Recette idéale pour celles et ceux qui souhaitent :

- Préserver l'environnement
- Soutenir les producteurs
- Participer à un projet de société plus durable

Ingrédients :

Des producteurs qui refusent l'utilisation de pesticides pour préserver l'environnement et la santé des consommateurs.

Des consommateurs qui sont de plus en plus soucieux de l'impact de leur alimentation.

Trois anciens collègues désireux d'avoir un impact.

Étape 1 : Franchir le pas

Prenez trois anciens collègues consultants qui, ensemble, réfléchissent à participer à la construction d'une société plus durable.

Patientez jusqu'à 2016, lorsqu'ils décident de créer officiellement Rutabago, qui a vocation à rendre le bio accessible à tous les portefeuilles, et ce, n'importe où en France. Le concept de Rutabago est bientôt prêt. Réservez au frais.

Étape 2 : Conception de la box

C'est l'élément principal de votre recette, soyez donc attentifs. Le résultat doit être innovant : une box, livrée à domicile et contenant des produits frais et bio, nécessaires pour cuisiner des plats équilibrés. Pour s'adapter à tous les régimes alimentaires, n'oubliez pas de mijoter une quinzaine de box différentes (box végétarienne, box vegan).

Ajoutez des fiches-recettes, imaginées et élaborées avec l'aide de diététiciens et de cuisiniers.

NE JETEZ RIEN !

On reconnaît un grand chef à la quantité de ses déchets. C'est pourquoi Rutabago donne ses invendus, si il y en a, à des associations. Elle reverse également 5 % de ses volumes à des épiceries solidaires.

Votre box bio est prête à être dégustée. À savoir que si vous souhaitez la transporter, les emballages sont biodégradables !

RÉSEAU ÉCO HABITAT : RENDRE LA « DIGNITÉ » GRÂCE À LA RÉNOVATION ÉNERGÉTIQUE

Fondée en 2014, l'association Réseau Éco habitat vise à rendre leur dignité aux plus précaires grâce à la rénovation énergétique.

Aider les plus précaires

« Les deux tiers des gens que l'on accompagne retrouvent ensuite une dynamique d'emploi », souligne-t-il, évoquant surtout les effets sur le long terme. Il reprend l'exemple de ce couple en grande difficulté lors de l'arrivée de leur second bébé puis la reprise en main au fil des mois de la femme grâce à ce retour progressif à la dignité. Les effets sont durables et la motivation est décuplée : elle deviendra même maire adjointe de sa petite commune de l'Oise ! Ou encore cette famille très modeste qui avait à son mur une affiche du Front National, un poster qui a vite disparu après la rénovation...

Ces changements petits ou grands sont très importants pour Franck Billeau quand il énumère ces anecdotes : « Les gens se réapproprient leur cadre de vie

et cela recrée un lien social. C'est cela l'impact ». Près de 3,3 millions de ménages en France sont considérés comme en précarité énergétique, soit environ 10 % des foyers français. En outre, 5 millions de logements sont considérés comme des « passoires thermiques ».

« Marre de mettre des sparadraps sur des jambes en bois »

Le réseau, pour partie associatif et pour partie sous la forme d'une société par actions simplifiée, finance concrètement la rénovation des biens des plus précaires grâce à différentes aides et acteurs. Les bénéficiaires, eux, n'ont au final qu'une très faible participation personnelle. Plus largement, Franck Billeau plaide pour qu'entreprises et autorités qui ont tendance à se « regarder en chiens de faïence » travaillent en bonne intelligence. « Il y en a un peu marre de mettre des sparadraps sur des jambes en bois » poursuit Franck Billeau.

Réseau Éco habitat, qui compte comme partenaire privilégié le Secours Catholique et travaille aussi avec de nombreuses fondations (Caritas France, BTP, La Macif, Rexel...), a ouvert début 2020 une antenne dans le Nord-Pas-de-Calais. Il veut aujourd'hui davantage se développer dans l'Hexagone : la Bourgogne, les Pays de la Loire ou encore Marseille sont évoqués.



CUEILLETTE URBAINE VEUT ESSAIMER SUR LES TOITS DE FRANCE ET D'EUROPE

Fondée en 2016, la jeune startup Cueillette Urbaine propose des fermes urbaines et veut essaimer son modèle à travers des projets publics et privés dans l'Hexagone. À terme, elle parie aussi sur l'Europe de l'Ouest afin de concilier urbanisme et agriculture

Arche végétale, petit potager participatif, houblonnière, fontaines à fraises... Telles sont plusieurs des réalisations de la jeune startup Cueillette Urbaine. Lancée en 2016 par Paul Rousselin et Pierre-Frédéric Bouvet, la société vise à améliorer le bien-être en « végétalisant la ville et en produisant des fruits et légumes en circuit court ».

Cueillette Urbaine réalise aujourd'hui plus des deux tiers de sa croissance grâce à la réalisation de fermes citadines et propose ainsi des potagers participatifs d'entreprise ainsi que des ateliers team building. Elle parie sur « le lien social » apporté par ses créations qui ont le mérite également de dépolluer la ville. Si la jeune pousse, installée au garage à startup Station F dans le 13^e arrondissement, est principalement active en Île-de-France pour le moment, elle commence à développer des projets à Lille, Tours, Marseille ou encore à Nantes.

Création d'une marque de produits transformés

Surtout, la société qui compte sept salariés et devrait enregistrer 350 000 euros de chiffre d'affaires pour l'exercice 2020, devrait doubler au minimum ce

résultat en 2021. La raison : l'achèvement de plusieurs projets immobiliers offrant des fermes urbaines. Cet axe est stratégique pour la jeune entreprise qui aimerait pouvoir développer un partenariat de long terme avec un gros promoteur immobilier pour assurer la végétalisation de toutes les futures réalisations ou même être racheté par cet acteur tout en maintenant ses équipes au sein du nouvel ensemble.

À terme, Cueillette Urbaine, qui développe des projets en Belgique et au Luxembourg, souhaite aussi réussir à se développer sur le Vieux Continent. Elle aimerait ainsi pouvoir s'installer sur les marchés de l'Europe de l'Ouest d'ici trois ans. Pour pouvoir exploiter au mieux les ressources tout au long de l'année et compléter l'offre « clé en main » de ferme urbaine, l'entreprise travaille par ailleurs à la création d'une marque de produits transformés comme des sirops ou des eaux aromatisées. « On s'est rendu compte qu'il était difficile de valoriser 100 % de la production sur certains sites » poursuit Pierre-Frédéric Bouvet. Le directeur scientifique et technique de la startup explique que lors de pics de production en été, la plupart des gens sont en congés d'où des difficultés pratiques.

LE RÊVE EUROPÉEN DE PHENIX

La startup spécialisée dans la lutte contre le gâchis alimentaire et les invendus veut internationaliser son modèle. En ligne de mire : une implantation dans les grands pays européens d'ici 2023.

Lorsqu'il œuvrait dans une grande banque d'affaires américaine intégrée à la sortie de son école de commerce, Jean Moreau était à la recherche de « sens ». S'il aimait l'aspect « formateur, professionnel et exigeant » de cette première – et intense – vie professionnelle alors qu'il ignorait encore qu'il deviendrait entrepreneur, le jeune professionnel voulait produire de l'impact. « Donner du sens à mes compétences, c'était 100 % la base de mon switch professionnel », confie-t-il aujourd'hui. C'est fort de ce constat que fut fondée, avec Baptiste Corval, l'entreprise Phenix qui se bat depuis 2014 contre le gâchis alimentaire.

Quatre zones prioritaires en Europe d'ici 2023

L'entreprise, aujourd'hui présente dans 25 villes françaises, veut conquérir d'autres pays européens avec toujours cette volonté de faire sens et produire de l'impact. En ligne de mire : le Royaume-Uni, l'Italie, l'Allemagne ainsi que la zone Benelux. « Notre principal défi est de dépasser le cadre franco-français », explique Jean Moreau. « On n'a pas encore complètement réussi la preuve du concept à l'étranger », ajoute-t-il en précisant que 90 % du chiffre d'affaires de Phenix – environ 15 millions d'euros en 2020 – sera encore réalisé dans l'Hexagone.



Ce développement devait avoir lieu cette année, mais a été décalé du fait de la pandémie. L'entreprise qui avait réalisé une troisième levée de fonds en novembre 2018 de 15 millions d'euros précisément pour se développer à l'international est aujourd'hui implantée en Suisse, en Belgique, au Portugal ainsi qu'en Espagne. Elle se donne jusqu'en 2023 pour conquérir ces grands marchés européens.

Aller à la sortie de l'usine

Dans un contexte de concurrence accrue sur ce créneau de la lutte contre le gâchis alimentaire, Phenix a aussi un défi plus général de diversification sectorielle. Cette ambassadrice de la Tech for Good souhaite pouvoir faire la sortie des usines. « On s'aperçoit depuis qu'on est sur le marché qu'il y a beaucoup de gaspillage qui se joue en amont soit dans la chaîne logistique, dans le transport, dans les entrepôts » poursuit Jean Moreau qui est, par ailleurs, depuis le printemps 2020 coprésident du mouvement IMPACT France (ex-Mouves). Concrètement, cela signifie

chercher et reprendre très en amont des produits « déclassés » qui présentent par exemple un défaut marginal sur une étiquette ou ne seront pas écoulés du fait d'un lancement raté.

Les deux piliers du modèle économique restent toutefois les mêmes : l'offre grand public permet aux individus de trouver via une application un panier alimentaire à prix cassé auprès d'un commerçant local, et de l'autre, l'opportunité pour les grands distributeurs d'offrir aux associations caritatives les produits qu'ils avaient vocation à détruire, Phenix assurant la tâche d'intermédiaire. Pour accélérer sa croissance, la startup veut aussi surfer sur le nouveau cadre réglementaire qui promeut la lutte contre le gâchis alimentaire avec la loi Garot de 2016, mais aussi sur une nouvelle prise de conscience des entreprises et des consommateurs. À terme, l'entreprise qui compte près de 165 salariés veut aussi se digitaliser au maximum. Dans un contexte économique difficile, Phenix estime pouvoir tripler son chiffre d'affaires pour atteindre 45 millions d'euros à l'horizon des trois ans.

LES ENTREPRENEURS SOCIAUX À L'ÉPREUVE DE LA COVID-19

La crise de la Covid-19 est non seulement sanitaire, mais également sociale et économique. Les mesures de restrictions sanitaires ont des conséquences sur toutes les activités économiques. Et le secteur de l'ESS est également touché de plein fouet. Comment les entrepreneurs, qui font de l'intérêt général leur leitmotiv, vivent-ils cette période de crise ? Quelles incidences sur leurs business, organisations, projets ?

Des secteurs d'activité très touchés par les mesures de confinement

C'est ce que nous explique tout d'abord Hélène de la Moureyre, fondatrice de bilum :

« bilum est une maison de création qui donne une seconde vie aux matières normalement mises au rebut. Près de 30 % de notre chiffre d'affaires vient de la transformation des outils de communication (toiles publicitaires géantes, affiches d'abribus, kakémonos, toiles d'événements) en sacs et accessoires. Nos clients annonceurs utilisent ces produits pour un usage de dotations internes, VIP, presse. Avec le confinement, il n'y a plus d'événements, donc oui, il y a un impact direct sur notre activité. »

Même constat pour le fondateur de Gifts for change, Alexis Krycève : « Notre activité est très impactée. Nos objets engagés sont distribués, d'une part, dans des commerces, et offerts comme goodies lors d'événements internes ou externes. Actuellement, le retail et l'événementiel sont à l'arrêt. Nous avons

repris notre activité en septembre dernier, avec de beaux projets qui venaient d'être lancés, notamment un partenariat avec la marque Bessons chaussures et nos tote-bags engagés comme emballages personnalisés avec une illustration artistique de soutien à une cause. Tout s'est donc arrêté. Et pour nos autres projets, tout est reporté. »

« Nous avons près de 700 employés dans différents pays, avec des mesures sanitaires différentes d'un pays à l'autre. Depuis le début de la crise, nous apportons un soutien fort à nos équipes étant donné la situation très compliquée. Nous devons réagir vite, en organisant des réponses en très peu de temps. Les mesures de confinement sont annoncées 24h à l'avance. C'est court pour s'organiser, mettre en place des procédures claires. Nos commerçants sont très impactés par les mesures de couvre-feu et de confinement. Ils ont dû gérer, et nous avec, les stocks d'inventaires alimentaires avant le reconfinement en très peu de temps, et en plein milieu des vacances de la Toussaint, dans des délais hypertendus », nous explique Lucie Basch de Too Good To Go.

Un alignement entre les raisons d'être des entreprises sociales et la crise

Pour ces entrepreneur-e-s, un même constat émerge : un alignement entre l'engagement social de leur activité et les incidences de la crise.

« Il y a un point très important qui nous porte. Nous pratiquons depuis 15 ans l'upcycling (donner une seconde vie avec une valeur supérieure en termes d'usage et d'esthétique), en circuit court, local, 100 % made in France et inclusif. Nous sentions depuis quelques années que ces mots commençaient à avoir une réelle résonance. Et il semblerait que cette crise ait accéléré cette volonté de consommer différemment. Tant pour le grand public que pour les entreprises. Notre boutique en ligne, qui propose nos collections aux particuliers, est d'ailleurs de plus en plus visitée », détaille Hélène de la Moureyre.

« Je pense que cette crise est aussi révélatrice de la pertinence de notre modèle, de ce que nous proposons. Avec Gifts for Change, nous sommes dans un secteur qui a du sens et qui fait sens dans cette crise sociale. Nous devons faire preuve de résilience et continuer à être présents. Tous les signes de la reprise étaient là en octobre. C'est que tout est prêt à repartir. Ce qui est très important en tant que chef d'entreprise, c'est de savoir que ce n'est pas de notre fait, et que notre modèle, ou ce que nous proposons, n'est pas en cause. Notre stratégie est la bonne. C'est rassurant avant tout de savoir qu'on ne s'est pas trompé, qu'on est sur la bonne voie », souligne Alexis Krycève.

« Nous sommes convaincus que la crise actuelle amène une prise de conscience. Le gaspillage alimentaire est encore présent et pour un bout de temps. Le côté positif, si je peux dire, c'est que la crise matérialise le besoin de changement de nos sociétés, nos mentalités, nos habitudes. Et nos entreprises à impact font preuve de beaucoup de résilience pour accompagner cette transition », explique Lucie Basch.

Préparer 2021 avant tout

Anticiper, prévoir et gérer des crises font partie des aléas des entrepreneur-e-s. Même si aucun-e n'avait imaginé vivre une telle expérience en si peu de temps et d'une telle intensité, ils avouent déjà se projeter sur les prochains mois.

« Le retard sera irrattrapable fin 2020. Mais pour 2021, nous espérons retrouver notre rythme de croissance « d'avant », et continuer à déployer nos ailes. Cela se concrétise par un agrandissement, et donc déménager plus près ou à Paris, dans un grand espace qui nous permettra d'accompagner nos nouveaux projets, comme l'étude de nouvelles matières et le déploiement de l'offre aux particuliers. Nous avons quelques idées amusantes. En bref, on continue à innover » confie Hélène de la Moureyre.

« Nous vivons au rythme des annonces du gouvernement depuis des mois. C'est un véritable ascenseur émotionnel, on passe d'une difficulté à une autre. Je comprends bien entendu tout à fait les mesures sanitaires prises. En tant qu'entrepreneur, je reste optimiste. C'est aussi très important de pouvoir se reposer sur ses équipes. Il faut absolument que la reprise soit au rendez-vous en 2021. Je travaille sur une projection des cinq prochaines années en lien avec les actionnaires. Nous réfléchissons à de nouvelles offres, c'est aussi l'occasion d'imaginer une nouvelle communication, un nouveau site web aussi... », ajoute Alexis Krycève.

« Chez Too Good To Go, nous sommes sur une valeur forte du We care pour nos employés. Nous sommes très attentifs à ce point. Et on se prépare déjà pour 2021. Depuis le début de cette crise, nous avons pris l'habitude de prévoir plusieurs scénarios. Un cas de figure où dans le meilleur des cas nous serions déconfinés début décembre. Un autre, plus pessimiste, où des périodes de confinement et de reconfinement se succèderont. Pour le moment, mon objectif est de prendre soin de mes employés », conclut Lucie Basch.

Article publié le 5 novembre 2020 sur [carenews.com](https://www.carenews.com)



QUAND MÔM'ARTRE VEUT GRANDIR... MAIS PAS TROP !

Dix-neuf ans après son lancement, Môm'artre continue de fournir une éducation artistique et culturelle aux enfants. La structure a bien grandi avec bientôt vingt antennes, mais ne souhaite pas aller au-delà pour maintenir la qualité nécessaire dans un contexte social difficile.

« On ne peut pas être entrepreneur si l'on n'est pas optimiste, car tous les jours on n'a plus de raison de s'arrêter que de continuer », lâche Chantal Mainguené. De l'optimisme, la fondatrice de Môm'artre tente d'en avoir tous les jours depuis plus de 19 ans lorsqu'elle a fondé cette structure associative d'éducation artistique et culturelle dans son quartier de Montmartre.

Vingt antennes Môm'artre au maximum

À l'époque, mère célibataire et « citoyenne engagée », elle veut aider les familles débordées à prendre le relais après l'école, pendant les week-ends et les vacances. Aujourd'hui, la structure a bien grandi. De Paris, Môm'artre a fait des petits : en Île-de-France, mais aussi dans le Grand Ouest près de Nantes jusqu'au Sud-Est avec plusieurs antennes à Marseille et ses alentours. Il existe aujourd'hui 18 centres et il devrait en y avoir vingt prochainement. Pour autant, la fondatrice ne veut pas essayer davantage. Il faut maintenir la qualité dans un contexte qui a beaucoup évolué depuis les débuts de l'aventure.

La fondatrice constate que pour les enfants et les parents, il y a aujourd'hui une sorte de « décrochage » plus important. Elle voit plus d'individualisme, de « repli sur soi », une « paupérisation » des parents, débordés et donc moins « impliqués ». Les enfants peuvent aussi connaître dès leur plus jeune âge – et de plus en plus – les affres des inégalités sociales. « Tout est cher aujourd'hui et il y a une sorte de privatisation de l'accès à la culture », regrette-t-elle. Si au Louvre comme dans d'autres musées il peut y avoir des démarches de gratuité, ce n'est pas pour ça que les parents emmèneront leurs enfants sur place. « Il faut en face des catalyseurs, des gens qui vont les emmener. Nous on fait partie de ces traits d'union là », explique-t-elle avec un ton combatif au cours d'une conversation téléphonique. Et d'ajouter, au sujet des enfants désormais surinformés :

« Il faut permettre aux enfants de continuer de rêver et d'être encore un peu des enfants. »

« On est tous un peu usés, mais il y a une source d'espoir »

Môm'artre est aujourd'hui une structure importante avec près de 135 salariés – dont 75 équivalents temps plein – près d'une trentaine de volontaires et fait intervenir chaque année près de 200 intervenants artistiques ponctuels. Son budget prévisionnel en 2021 est de près de quatre millions d'euros dont la moitié provient de facturation, le reste venant de fonds publics et du mécénat privé. Un modèle économique « où tous les œufs n'ont pas été mis dans le même panier » comme le qualifie Chantal Mainguené et qui permet à la structure d'être plus solide. Mais ce n'est pas le cas de tous les acteurs. « La politique publique est en train de bouger depuis la crise après nous avoir mis par terre », estime celle qui a été Fellow 2010 d'Ashoka, une aventure humaine et entrepreneuriale qui lui a permis de lui donner la « force » de se lancer dans ce projet.

Alors que la crise de la Covid-19 a des conséquences durables sur la précarité des plus fragiles et que plusieurs structures associatives connaissent des difficultés, elle appelle à la mobilisation générale du secteur. « Il faut que nos entreprises d'intérêt général ne lâchent pas prise, ce n'est pas le moment », explique-t-elle, déterminée. Et d'ajouter, évoquant le rôle des associations, leurs engagements et leurs résultats : « On est tous un peu usés. Mais il y a une source d'espoir ». C'est dans ce contexte difficile pour les associations que Môm'artre va absorber prochainement l'association « Chemin d'enfances » lancée en 2007 par l'entrepreneuse sociale Martine Roussel-Adam – par ailleurs présidente du fonds Ashoka en France – et qui a pour mission d'accompagner les enfants en situation de handicap et de favoriser leur épanouissement.



PORTRAIT CHINOIS D'ANNABELLE GROUSSET, PRÉSIDENTE APA DE GÉANT

Si vous étiez une mission à impact, laquelle seriez-vous et pourquoi ?

Permettre à un maximum de personnes ayant des besoins spécifiques (handicap, ALD, maladie chronique,...) de pratiquer une activité physique adaptée à leur santé.

Si vous étiez un modèle économique, ?

Prestation de service pour la liberté !

Si vous étiez une personnalité engagée ?

En fait je ne suis pas très midinette j'écris mon histoire, je trace mon chemin avec ce que je trouve bien et ce qui fait écho à mes valeurs. L'important c'est être droite dans mes bottes en accord avec ce que je suis.

Si vous étiez un engagement social, lequel seriez-vous et pourquoi ?

Faciliter l'accès à l'activité physique adaptée, pour chacun.

Si vous étiez un engagement environnemental ?

Le maximum de déplacements en transports en commun.

Si vous étiez un entrepreneur ?

Et bien en fait je suis une entrepreneure !

Si vous étiez un objectif ?

Une France active pour une population en bonne santé.

Si vous étiez un endroit ?

Une salle de sport bien sûr !



ALTERMESSAGE EN 3 CHIFFRES CLÉS

AlterMessage est une entreprise solidaire d'utilité sociale, spécialisée dans le bien-être et la prévention de la santé au travail. L'association propose ses prestations sur le lieu de travail réalisées par des personnes malvoyantes. Découvrez les trois chiffres clés de son développement.

2014, lancement de l'association à Paris

AlterMessage se fait connaître par son expertise dans l'accompagnement sur-mesure au sein des entreprises qui lui font confiance. Elle propose des prestations de bien-être sur le lieu de travail : des massages redynamisants, des ateliers collectifs de détente, des formations professionnelles sur la prévention santé et la gestion du stress au travail.

200 clients réguliers et ponctuels

Agréée Entreprise Solidaire d'Utilité Sociale, l'association AlterMessage est composée de dix praticiens mal ou non-voyants en CDI. En plus des massages, ils endossent le rôle de commerciaux au service du développement de l'association. Tous les praticiens sont formés et certifiés par des Centres de Formation pour la Rééducation Professionnelle (CFRP) ou équivalents. AlterMessage intervient aujourd'hui auprès de plus de 200 clients ponctuels et réguliers, en grandes entreprises, PME, collectivités et grandes écoles.

2019, AlterMessage se développe en créant des filiales régionales

L'objectif pour l'association est de rejoindre localement ses clients et proposer des emplois durables dans les territoires. C'est ainsi qu'AlterMessage Pays de la Loire s'est installée à Nantes en 2019. Pour les praticiens, après quelques années en postes, des opportunités s'ouvrent comme devenir chef de projet puis consultant et enfin associé-gérant de filiale régionale.



DUO FOR A JOB PROPOSE DU MENTORAT DE JEUNES DE LA DIVERSITÉ PAR DES PLUS DE 50 ANS

Née en Belgique, l'association DUO for a JOB organise du mentorat intergénérationnel et interculturel.

La devise de l'association DUO for a JOB ? « La diversité est un fait, l'inclusion est un choix. » DUO for a JOB a été cofondée en 2012 en Belgique par Frédéric Simonart et Matthieu Le Grelle. Formé à l'école de Médecins sans frontières et de la Croix-Rouge internationale, ce dernier en a été le chargé de mission dans une série de pays en guerre (Syrie, Irak, Libye...). Avant de se lancer dans DUO for a JOB.

Faciliter l'emploi des jeunes tout en revalorisant les seniors

« L'association est née d'un double constat, a expliqué Matthieu Le Grelle au quotidien belge L'Écho. Les jeunes issus de l'immigration ont deux fois moins de chances qu'un Belgo-belge de trouver un emploi ; parmi les plus de 50 ans, beaucoup veulent rester actifs via le bénévolat. » En constituant des duos de mentorat intergénérationnel et interculturel, ils facilitent la mise à l'emploi des plus jeunes tout en revalorisant l'expérience des seniors. Dans le détail, DUO for a JOB met gratuitement en contact des jeunes issus de la diversité et réfugiés avec des personnes expérimentées de plus de 50 ans. Les mentors reçoivent une formation de quatre jours sur l'écoute active, les relations interculturelles, les métiers en pénurie ou encore les associations et structures d'aides existantes. Les duos sont ensuite constitués selon les secteurs professionnels et les personnalités. Si la première rencontre est probante, le jeune et son mentor se retrouvent ensuite deux heures par semaine pendant six mois. Ce rendez-vous hebdomadaire est un temps d'échange durant lequel la ou le mentor conseille sa ou son mentoré-e dans sa recherche d'emploi.

Un objectif triple

L'objectif de l'association est triple : DUO for a JOB indique vouloir « contribuer à faire disparaître les inégalités d'accès au marché du travail pour les jeunes issus de la diversité et réfugiés, à valoriser le savoir de nos aînés, et à lutter contre la discrimination en recréant du lien social, de la compréhension et de la solidarité de proximité ».

Après s'être développée dans quatre villes belges, Duo for a JOB s'est lancée à Paris en 2019. « J'ai été étonné par l'accueil réservé là-bas à notre programme. La France dispose d'un secteur associatif plus développé qu'en Belgique, mais il leur manquait un acteur comme DUO for a JOB, avec pareille méthode et pareil public », se souvient Matthieu Le Grelle.

Plus de 3 000 duos formés

L'association prévoit d'ouvrir de nouvelles antennes à Lille ou encore à Marseille, et compte s'exporter aux Pays-Bas, en Allemagne, en Espagne et en Italie. Avec, pour preuve de l'efficacité de son action, des chiffres explicites : DUO for a JOB indique compter en tout plus de 1 100 mentors, et a formé plus de 3 000 duos depuis sa création. Trois jeunes sur quatre passés par son mentorat ont décroché un emploi, un stage ou une formation, et neuf mentors sur dix renouvellent l'expérience. Et si l'association a dû s'adapter à la crise sanitaire en proposant aux duos de se retrouver en visioconférence, elle indique avoir vu les demandes d'information pour devenir mentor chez DUO for a JOB augmenter de 20 % après le premier confinement.



L'AGENCE DU DON EN NATURE FACE AU DÉFI DE LA COVID-19

ADN France doit réussir à relever le défi des conséquences de la Covid-19 et espère à plus long terme pouvoir avoir un meilleur « maillage » à travers l'Hexagone.

Surmonter la crise inédite de la Covid-19 et ses conséquences économiques et sociales à court terme sur les publics précarisés, c'est l'immense défi de l'Agence du Don en Nature (ADN France) et son nouveau patron depuis septembre, Romain Canler. La tâche est immense pour la structure créée en 2008 dont le slogan est « moins de gaspillage, plus de partage ».

Une perte du pouvoir d'achat pour un nombre croissant de Français

Depuis le début de la crise sanitaire en mars, ADN France a enregistré pas moins de 50 % d'augmentation des demandes en produits non alimentaires de première nécessité. « Notre enjeu est de parvenir à faire tourner dans de bonnes conditions l'agence et de continuer à capter des dons dans cette période » explique le nouveau patron de 40 ans, ex-Veolia et jusqu'à présent délégué général de l'Union des Industriels et Constructeurs Bois.

Au-delà de la crise, les effets pourraient être longs. Plus de 40 % des Français disent avoir perdu une partie de leur pouvoir d'achat et 900 000 chômeurs en plus devraient être enregistrés fin 2020. Dans ce contexte difficile, le nombre d'associations partenaires qui ont besoin des dons de la structure présidée par Christian Ringuet, ex-patron de Tefal, est passé de 850 à 1000 environ depuis le début de l'année. ADN France espère aussi pouvoir augmenter le nombre d'entreprises partenaires qui font des dons de produits.

Une implantation territoriale « la plus fine possible »

À moyen terme, la structure qui a depuis février un entrepôt-école à Dourges dans les Hauts-de-France compte beaucoup sur la loi du 10 février 2020 relative à « la lutte contre le gaspillage et à l'économie circulaire ». L'objectif est d'assurer un meilleur développement de ses activités grâce à des partenariats avec des entreprises qui ne donnaient pas jusqu'à présent. Le gâchis et la destruction sont une réalité : près de 630 millions d'euros de produits neufs invendus sont détruits chaque année. Avec ses deux millions d'euros de budget annuel financé notamment par une cotisation solidaire venant des associations et des dons financiers de 200 entreprises donatrices, la structure réussit à redistribuer près de cinq millions de produits pour une valeur marchande de près de 35 millions d'euros.

D'ici plusieurs années, ADN France qui compte une vingtaine de salariés et près de 35 bénévoles et « ambassadeurs » – dont près de 27 en région – veut aussi réussir à avoir un « meilleur maillage » dans l'Hexagone. Plus généralement, l'association veut mieux « accompagner les partenaires pour les faire grandir auprès des populations qu'elles aident. On tend à avoir un accompagnement plus seulement dans le don de produits, mais dans l'accompagnement des associations » poursuit Romain Canler. Et ce dernier de résumer : « On vise à être à la fois un acteur global et local. »



MYFOOD OU LA VOLONTÉ DE « RELOCALISER JUSQUÉ DANS LE JARDIN »

Créée en 2016 et basée en Alsace, myfood vise à permettre à chacun de cultiver ses fruits et légumes grâce à des serres connectées. Une démarche qui intéresse et convainc de plus en plus de citoyens engagés.

Et si, face à l'agriculture industrielle et la crise sanitaire et économique actuelle, la meilleure solution n'était pas de « cultiver son jardin » pour paraphraser le Candide de Voltaire et y recueillir ses propres fruits et légumes ? Si myfood a vu le jour en 2015, la philosophie introduite par cette jeune startup basée en Moselle qui propose des serres connectées semble plus que jamais d'actualité. L'année 2020 a été bénéfique pour l'entreprise. Pas seulement parce qu'elle a été présente pour la première fois au célèbre salon tech « CES » de Las Vegas en janvier, mais aussi plus largement parce que le premier confinement de mars a fait évoluer les mentalités des Français.

Un réseau social pour rapprocher les « pionniers »

« Cela ne va plus être possible de s'alimenter et de cultiver comme on le fait ou comme on l'a fait jusqu'à présent », explique Anne-Cécile De Joode, responsable marketing de la société qui relève la mode du « survivalisme ». Fondée par les ingénieurs Matthieu Urban, Mickaël Gandecki et Johan Nazaraly, myfood propose plusieurs modèles de serres entre 3,5 et 22 mètres carrés pour des prix oscillants entre 5000 et 23000 euros. Elles permettent d'obtenir sur une surface réduite des fruits et légumes frais sans pesticides grâce à la combinaison des techniques d'aquaponie, de permaculture et de culture à la verticale.

Si la structure avait autant de clients professionnels que de particuliers jusqu'au premier confinement,

cette dernière cible a pris l'avantage avec environ 70 % de bénéficiaires particuliers. Près de 80 % d'entre eux sont basés dans l'Hexagone, mais l'entreprise revendique des clients au Benelux, en Amérique du Nord et même au Qatar ! « Il faut relocaliser la production et si l'on peut relocaliser jusque dans le jardin de chacun pour s'assurer de l'ultra-frais, de l'ultra sain à portée de main, c'est l'idéal, c'est l'avenir » poursuit Anne-Cécile De Joode qui explique que le groupe va développer la vente aux professionnels.

Pour parer toute réticence face à la complexité d'une serre, myfood a même mis en place un réseau social privé pour relier entre eux les clients qu'elle appelle les « pionniers ». L'entreprise qui compte une douzaine de salariés et a procédé à deux levées de fonds majoritairement auprès d'acteurs régionaux et de particuliers devrait terminer 2020 à l'équilibre pour un chiffre d'affaires de près d'un million d'euros.





ARNAUD DE LA TAILLE

« TOUT BUSINESS
DEVRAIT ÊTRE FOR GOOD »

Lorsqu'Arnaud de la Taille lance AssoConnect en 2014, avec ses compères Pierre Grateau et Sylvain Fabre, tout est à construire : si les outils de gestion existent depuis longtemps pour les entreprises, personne ne s'était encore intéressé à la gestion administrative des associations. « Une chercheuse nous a même affirmé que les associations ne seraient pas prêtes à payer pour leur gestion administrative », se souvient Arnaud de la Taille.

Pourtant, lui et ses associés, qui sont tous passés par le secteur associatif, ont identifié des besoins croissants en la matière et sont prêts à relever le défi : « Aider les associations sur les aspects gestion leur permet de se concentrer sur leur action d'intérêt général, sans s'éparpiller dans de la paperasse », estime Arnaud de la Taille. Et les années suivantes lui donnent raison, avec la professionnalisation croissante du secteur associatif, et l'augmentation soutenue du nombre d'associations en France, dont le nombre est aujourd'hui estimé à 1,5 million.

Aujourd'hui, l'outil de gestion administrative en ligne d'AssoConnect, lancé sur fonds propres et sans publicité particulière, « au bouche-à-oreille », explique Arnaud de la Taille, est utilisé par 10 000 associations. AssoConnect propose aux associations un abonnement mensuel ou annuel adapté à la taille de l'entreprise, et propose une formule gratuite pour les très petites associations (moins de 30 adhérents).



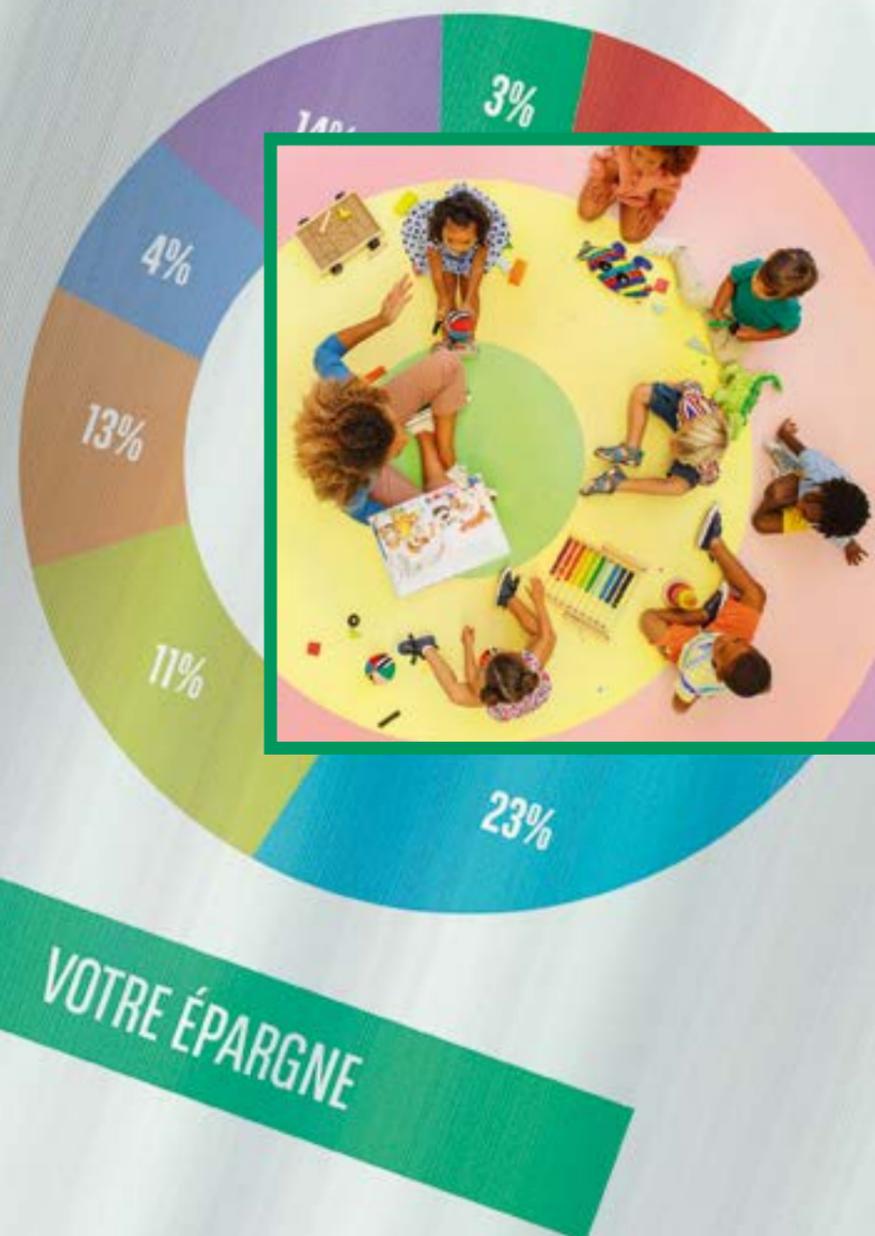
Après une première levée de fonds de 2 millions d'euros avec ISAI en octobre 2017 et 100 % de croissance continue, AssoConnect a annoncé en janvier 2020 avoir bouclé un deuxième tour de table de 7 millions d'euros.



Arnaud de la Taille, cofondateur d'AssoConnect, était l'invité de Flavie Deprez dans le podcast Carenews *Changer la norme*. (Re)écoutez cet épisode sur carenews.com !

POUR ACCÉLÉRER LA TRANSITION, DONNONS D'AUTRES VALEURS À L'ÉPARGNE.

Pour un impact écologique maîtrisé - campagne réfléchie de manière écoresponsable, et dont l'empreinte carbone de production et de diffusion a été calculée et compensée. © Hervé Plumet.



Concrètement, nos clients ont déjà choisi d'investir 36,7 milliards d'euros d'Investissement Socialement Responsable et nous placent ainsi en position de leader sur le marché français. Pour réussir le défi de la transition, accélérons ensemble. #PositiveBanking



BNP PARIBAS

La banque
d'un monde
qui change

LEMON TRI PROPOSE AUX ENTREPRISES DES SOLUTIONS INNOVANTES POUR TRIER LEURS DÉCHETS

Certifiée B Corp, Lemon Tri propose depuis 2011 des solutions innovantes pour recycler les déchets des entreprises. La startup lance en 2016 Lemon Aide, sa branche logistique.

À l'origine de Lemon Tri, Augustin Jaclin et Emmanuel Bardin, deux amis d'enfance. À la sortie de leurs études, ils créent en 2011 leur entreprise. Leur idée : proposer des services pour faciliter les actions de tri et de recyclage dans les lieux autres que les domiciles des particuliers (bureaux, campus, grandes surfaces...). Neuf ans plus tard, l'entreprise certifiée B Corp enregistre un chiffre d'affaires annuel de quatre millions d'euros.

Lemon Tri, des solutions pour mieux trier

Implantée en Île-de-France et en région PACA, Lemon Tri conçoit et commercialise des solutions pour des entreprises – PME comme grands groupes – afin de les aider à mieux trier et recycler leurs déchets. Elle se charge d'installer des bacs de recyclage et des machines intelligentes, qui collectent les emballages, puis de récupérer les déchets et de les traiter.

Certains d'entre eux, tels les biodéchets, sont toutefois confiés à des partenaires, comme UpCycle. Un positionnement qui lui assure une réelle durabilité sur le secteur.

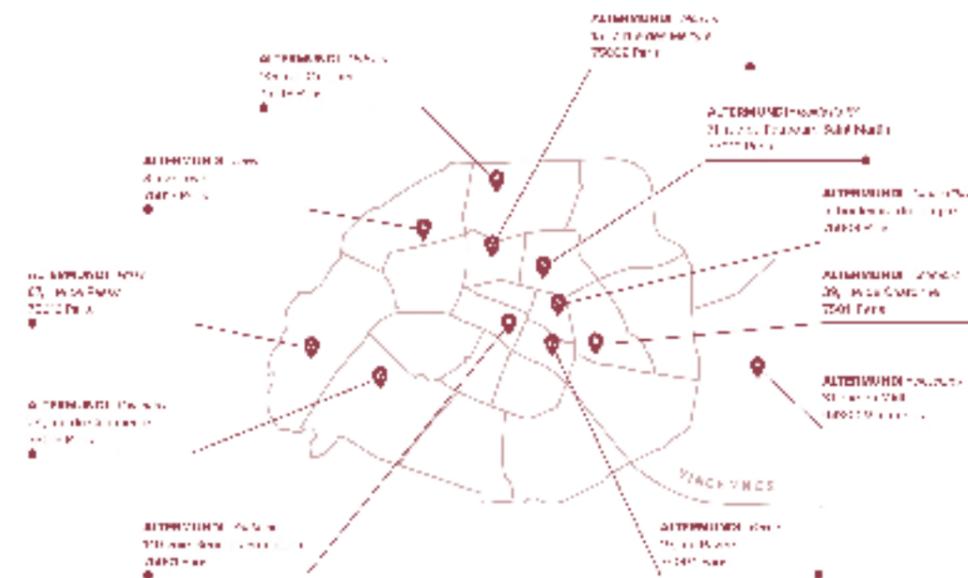
Lemon Aide, une entreprise d'insertion pour collecter, trier et valoriser les déchets

En partenariat avec la Fondation Agir contre l'Exclusion (FACE) et Danone, Lemon Tri a développé, en 2016, une branche logistique : Lemon Aide. Entreprise d'insertion, la filiale est chargée de la collecte, le tri et la valorisation des déchets. Tous les ans, une vingtaine de personnes en insertion, les « Lemonaiders », sont ainsi accueillies et formées aux métiers de l'économie circulaire.

« Nous sommes prestataires de services. Une grande partie de notre chiffre d'affaires provient de l'accompagnement de nos clients et de la location de matériel. Si, demain, le jetable est transformé en réutilisable, des structures de services seront toutefois nécessaires pour déconsigner les emballages, les emmener dans les centres de lavage, et les remettre sur le marché. Ce service existera à l'avenir avec, je l'espère, un mode de fonctionnement et un rapport aux déchets différents. »

Augustin Jaclin, cofondateur de Lemon Tri, était l'invité de Flavie Deprez dans le podcast *Changer la norme*. (Re)écoutez cet épisode sur carenews.com !

ALTERMUNDI



ILEK VEUT ÉDUCUER LA POPULATION À L'INTÉRÊT DE L'ÉNERGIE VERTE

Quatre ans après son lancement, ilek s'attend à 55 millions d'euros de chiffre d'affaires et 100 000 clients. Pour autant, la startup toulousaine veut convaincre les 30 millions de foyers français. En ligne de mire : un changement des mentalités.

ilek a convaincu déjà près de 100 000 clients de changer de fournisseur pour adopter une énergie verte. De quoi permettre à la jeune startup toulousaine lancée il y a quatre ans d'être déjà à l'équilibre, mais aussi de s'attendre fin 2020 à un chiffre d'affaires de près de 55 millions d'euros. Pour autant, ce chiffre demeure – presque – une goutte d'eau parmi le nombre de foyers français : près de 30 millions ! « Il faut éduquer les gens sur ce qu'est l'énergie verte » explique Rémy Companyo, cofondateur avec Julien Chardon de la société.

« Couteau suisse » contre « mitraillettes »

« Aujourd'hui les gens ne savent pas ce qu'est l'énergie verte, que ça existe ou qu'ils peuvent en bénéficier ou même comment faire pour en avoir », ajoute le responsable, qui a cofondé dans le passé une première startup nommée Fresh'in Sport. Une autre raison tient aussi aux arguments et au pouvoir des géants fossiles. Une toute-puissance des acteurs traditionnels que le dirigeant résume avec humour (et l'accent toulousain) : « On se bat avec un couteau

suisse quand en face il y a des mitraillettes ». Il regrette que le « combat soit inégal », mais souligne avec enthousiasme qu'une « vague verte » s'abat sur la France. Les consommateurs sont désormais plus vigilants sur leur manière de manger, de consommer, de se chauffer...

Pour se distinguer, ilek, qui compte désormais une soixantaine de collaborateurs, mise aussi sur la transparence de son sourcing de producteurs locaux. En interne, la société a obtenu par ailleurs sa certification B Corp ce qui plaît aux salariés désireux de s'engager davantage pour la planète. Après avoir levé 6 millions d'euros en septembre 2019 auprès des fonds Alter Equity, Sorepar et Kima Ventures, elle parie enfin sur le gaz vert, se targuant d'avoir été le premier à proposer une matière made in France. « On a des producteurs et on doit porter la valorisation de ce gaz renouvelable qui est méconnu en France », poursuit Rémy Companyo. ilek ambitionne d'être pionnière dans la fourniture de biogaz renouvelable et ne compte plus seulement être un intermédiaire entre des vendeurs et des acheteurs. Elle souhaite « accompagner » les producteurs dans leurs projets.



PORTRAIT CHINOIS DE MARGAUX GAILLARD, DÉLÉGUÉE GÉNÉRALE DE L'ASSOCIATION LA CLOCHE

Si vous étiez une mission à impact, laquelle seriez-vous et pourquoi ?

[Lutter contre l'exclusion des personnes sans domicile] (Re)créer une société où chacun, avec ou sans domicile, se sent chez soi, peut y apporter sa contribution originale et y déployer ses potentiels.

Si vous étiez un engagement social, lequel seriez-vous et pourquoi ?

Changer le regard porté sur le monde de la rue et engager les voisins avec et sans domicile à mettre en place des gestes simples, accessibles et positifs au quotidien pour construire une société plus inclusive et solidaire.

Si vous étiez un engagement environnemental ?

Lutter contre le gaspillage alimentaire : en récupérant des invendus alimentaires que l'on cuisine avec des bénévoles avec et sans domicile et qui sont ensuite dégustés tous ensemble lors d'événements conviviaux.

Si vous étiez un objectif ?

ODD 1.4 accès aux ressources (adapté pour La Cloche) : faire en sorte que chacun.e, quel que soit le montant de ses ressources et sa situation sociale, ait le même accès aux services de base (notamment à la

culture et au lien social) et puissent contribuer à la vie économique, culturelle et citoyenne.

Si vous étiez un modèle économique ?

Un modèle économique tourné vers l'impact à long terme plutôt que le profit à court terme.

Si vous étiez une personnalité engagée ?

L'abbé Pierre qui rappelle que nous avons autant besoin de raisons de vivre que de quoi vivre.

Si vous étiez un entrepreneur ?

Maria Nowak, qui a créé l'Association pour le Droit à l'Initiative Economique. Cette association, partant du principe que chacun, quelles que soient ses ressources ou sa situation sociale peut devenir entrepreneur – garantit l'accès à la création d'entreprise à tous via des microcrédits et de l'accompagnement.

Si vous étiez un endroit ?

Un jardin partagé labellisé Clochettes que tous les voisins, quelle que soit leur situation sociale, cultivent et embellissent afin de le rendre plus agréable, accueillant et vivant.

LE FONDS POUR LES SOINS PALLIATIFS

EN BREF

Depuis sa création en 2011 :

6

MILLIONS D'EUROS
COLLECTÉSet reversés à des projets
en médecine palliative.

Plus de

1,7

MILLION DE
BÉNÉFICIAIRES DIRECTS(patients, soignants
et proches).

84

PROJETS SOUTENUS
ET ACCOMPAGNÉS

72%

DES PROJETS
SONT PÉRENNESaprès les trois ans
d'accompagnement
du fonds.

Source : Étude d'impact du Fonds pour les soins palliatifs : plus de trois millions de bénéficiaires en neuf ans d'action réalisée en octobre 2020. (<https://www.fondssoinspalliatifs.fr/etude-dimpact-du-fpsp-plus-de-3-millions-de-beneficiaires-en-9-ans-daction/>)

SÉLECTION DE PODCASTS

Si le concept d'ESS est loin d'être récent, de nouvelles voix semblent émerger depuis quelques années. Des voix qui inspirent, résonnent et poussent même, parfois, à se lancer dans l'aventure. Entre témoignages et conseils techniques, les podcasts suivants vous apporteront de l'énergie et des idées pour avoir plus d'impact !

Changer la norme

Et si demain, l'ESS n'était pas un écosystème alternatif, mais bel et bien la norme ? Cette idée, de nombreux entrepreneurs la partagent et s'engagent jour après jour pour la faire vivre. Flavie Deprez interroge avec franchise ces « changemakers ». Un podcast garanti sans langue de bois !

🕒 ÉPISODE DE 20 À 30 MIN

Impact positif

Vous en avez marre de la morosité ? Écouter les infos vous déprime ? Impact positif est le podcast qu'il vous faut. « Un problème sans solution est un problème mal posé », disait Albert Einstein. Cette citation résonne dans toutes les interviews réalisées par Sylvia Amicone.

🕒 ÉPISODE DE 45 MIN À 1H15

La compagnie générale des autres

Rudy Pignot-Malapert donne la parole à celles et ceux qui innovent chaque jour pour une société plus juste, inclusive et solidaire. Chacun raconte son parcours, les raisons et les motivations qui l'ont amené à s'engager et se battre pour ses convictions, mais aussi toute la richesse qu'il en retire.

🕒 ÉPISODE DE 20 À 60 MIN

Generation Do It Yourself

Chaque dimanche, l'agence digitale CosaVostra laisse parler un-e invité-e sur ses routines, ses motiva-

tions, ses envies. L'occasion de découvrir les entrepreneurs de l'autre côté du miroir.

🕒 ÉPISODE D'1H30 À 2H

Le Gratin

À chaque épisode, Pauline Laigneau, également fondatrice de Gemmyo, décortique le succès de ses invités. À son micro, des entrepreneurs, des artistes, des médecins... et de temps en temps des réponses pratiques aux questions des auditeurs sur la gestion du stress, l'organisation de son temps ou encore des conseils en recrutement.

🕒 ÉPISODE DE 15 MIN À 1H

Vécus

Comment, comment, comment ? Avec son podcast, Ticket for Change vous livre les réponses à toutes les questions que vous pouvez vous poser. Intrapreneurs, entrepreneurs, en reconversion ou en quête de sens, ce podcast vous apportera quelques clés pour garder de l'énergie en toute circonstance.

🕒 ÉPISODE DE 15 MIN

Canary Call

Réaliser la transition écologique et solidaire au sein des entreprises, oui, mais comment ? Perrine Grua va à la rencontre de celles et ceux qui font bouger les lignes au service d'une économie durable et inclusive.

🕒 ÉPISODE DE 30 À 55 MIN

PORTRAIT CHINOIS D'ARIANE DELMAS, CO-FONDATRICE ET DIRIGEANTE DES MARMITES VOLANTES

Si vous étiez une mission à impact, laquelle seriez-vous et pourquoi ?

Rendre le mieux manger accessible au plus grand nombre.

Si vous étiez un engagement social, lequel seriez-vous et pourquoi ?

Engager la responsabilité de l'entreprise, en tant qu'acteur économique et que son rôle dans la création d'emplois soit pérenne et local. L'accès à l'emploi est un gage d'autonomie, d'inclusion, d'insertion.

Si vous étiez un engagement environnemental ?

Évidemment la mobilité douce : le vélo est LE moyen de transport du présent et du futur et il y a encore beaucoup de logistique à développer avec ce mode.

Si vous étiez un objectif ?

Avoir nourri 4 millions de bouches cumulées en 2025.

Si vous étiez un modèle économique ?

Social, solidaire et ancré dans une réalité de marché c'est-à-dire rentable pour être durable.

Si vous étiez une personnalité engagée ?

Une femme, Christiane Taubira.

Si vous étiez un entrepreneur ?

Résolument Mary Parker Follet, pionnière du management moderne.

Si vous étiez un endroit ?

Oaxaca au Mexique.



LES OPTICIENS MOBILES, LE MAGASIN D'OPTIQUE QUI VIENT À VOUS !

Les Opticiens Mobiles, une entreprise créée par Matthieu Gerber à Lyon en 2014, se positionne sur le service à domicile. Le réseau compte aujourd'hui une centaine d'opticiens actifs sur le territoire.

« C'est du sport et de mon passé de hockeyeur de haut niveau dont je m'inspire aujourd'hui. La rigueur, le dépassement de soi, le sens du collectif, le respect : ces valeurs sont une force et j'ai la certitude qu'elles sont celles des Opticiens Mobiles. Elles

valent dans cette volonté de se faire plaisir. Et c'est bien ce plaisir de servir une personne qui anime Les Opticiens Mobiles ! », Matthieu Gerber, fondateur et PDG des Opticiens Mobiles.

100

OPTICIENS MOBILES

300

RÉFÉRENCES

2,2

MILLIONS D'EUROS DE LEVÉE DE FONDS EN 2015

3,2

MILLIONS D'EUROS DE LEVÉE DE FONDS EN 2019

« DE QUOI TU PARLES ? » PETIT LEXIQUE POUR DÉBUTER DANS L'ESS !

**Idée fabuleuse et révolutionnaire : check ! Étude de marché : check !
Business plan (un peu optimiste) : check. Idées de financement : en cours.
Le grand jour est arrivé, vous êtes prêt·e à vous lancer dans l'aventure
entrepreneuriale. L'ESS vous ouvre ses portes. Pour ne pas vous sentir
comme un éléphant dans un magasin de porcelaine à votre prochain
networking, un petit lexique du jargon du secteur peut s'avérer utile.
Voici donc quelques termes et expressions à bien retenir !**

■ Action Canvas

Outil de validation de projet réalisé par Ticket for Change. Les différentes cases permettent de vérifier l'impact, la faisabilité et l'intérêt d'un projet.

■ Avise

Agence d'ingénierie et de services visant à renforcer les structures de l'ESS et les soutenir dans leur développement. Leur site est une mine d'informations sur tous les aspects techniques (créer sa structure, se faire financer, annuaires...).

■ Benchmark

En marketing, cette technique vise à réaliser une veille des produits de la concurrence, à les analyser pour les améliorer et en réaliser une meilleure version.

■ BPI France

La Banque publique d'investissement accompagne les entreprises dans leur développement en les aidant à trouver les financements adaptés à leur situation.

■ Business angel

Personne qui investit, à titre individuel, dans une entreprise récemment créée. Un pari souvent risqué car la pérennité de l'entreprise et son succès ne sont pas garantis.

■ Business plan

Souvent demandé par votre banquier ou vos futurs

investisseurs, le business plan consigne la mission de votre entreprise, les activités ou les produits développés, le marché visé, la concurrence existante et un plan financier évidemment !

■ CEGES

Conseil entreprises et groupements économie sociale. Cette association se compose de quatre collègues représentant les principales organisations nationales fédérées de l'ESS (coopératives, mutuelles santé et d'assurance...). Elle œuvre pour faire reconnaître l'ESS comme un modèle économique particulier et structurer son développement. Elle organise des débats et des groupes de travail pour envisager tous les enjeux relatifs à la croissance de l'ESS (mode de gouvernance, fiscalité, valeurs...).

■ CEO

Directeur général d'une entreprise.

■ Closing

Le moment crucial où une vente se conclut enfin.

■ CNCRES et CRESS

Conseil national des Chambres régionales de l'économie sociale et solidaire, Chambre régionale de l'économie sociale et solidaire. Ces associations représentatives regroupent les acteurs régionaux de l'ESS : coopératives, mutuelles, associations... Leur objectif est de structurer l'écosystème de l'ESS pour le faire grandir.

■ Crowdfunding

Financement d'un projet par les citoyens via une plateforme comme Kisskissbankbank, Ulule ou Kicks-tarter. Des contreparties sont souvent proposées aux contributeurs suivant le montant de leurs dons : tote-bag, chaussures, flyers, repas... Cette solution de financement demande l'élaboration d'une vraie campagne de communication.

■ Crowdequity

Des citoyens comme actionnaires ? C'est le pari du crowdequity. Les contributeurs achètent des parts de votre entreprise.

■ Crowdlending

Des particuliers vous prêtent de l'argent. Les montants sont limités à 2000 euros par personne pour un délai de sept ans. Chaque année, l'entreprise doit rembourser une partie de son prêt à ses contributeurs.

■ Dettes

Sommes dues à une personne, un établissement financier ou une autre entreprise.

■ Écosystème

Ensemble des acteurs (entrepreneurs, associations, investisseurs, organisations, agences) qui travaillent et œuvrent dans le secteur de l'ESS.

■ Entreprise à mission

Notion développée dans la loi PACTE de mai 2019 qui nécessite au-delà d'une "raison d'être" la mise en place d'un comité de suivi interne et d'une évaluation de la performance.

■ ESUS

Entreprise solidaire d'utilité sociale. Statut créé dans la loi du 31 juillet 2014 relative à l'ESS.

■ Finance verte

Produits financiers qui visent à soutenir une économie bas carbone ou décarbonée et des projets écologiques visant à protéger la planète et à limiter le réchauffement climatique.

■ Incubateur

Structure publique ou privée accompagnant les projets d'entreprises et/ou leur développement en leur fournissant des services : hébergement, financement, expertise, formation, réseaux...

■ ISR

Investissement socialement responsable. Cela consiste à attribuer des critères sociaux et environnementaux aux placements financiers réalisés. Ces critères externes dépassent ainsi la recherche de la simple performance économique.

■ Levée de fonds

Technique de financement qui consiste à ouvrir le capital social d'une entreprise à des investisseurs.

■ Love money

L'argent collecté auprès de ses proches, famille et amis, au démarrage d'une entreprise.

■ Mesure d'impact

Processus visant à comprendre, mesurer ou valoriser les effets, négatifs ou positifs, générés par une entreprise sociale sur ses parties prenantes.

■ RSE

La responsabilité sociale des entreprises comprend toutes les mesures mises en place pour respecter les principes du développement durable (économique, social et environnemental).

■ SCOP et SCIC

Société coopérative gérée de manière démocratique, où les employés sont aussi les actionnaires majoritaires (au moins 51 % des parts).

■ Social business

Concept développé par le prix Nobel de la paix Muhammad Yunus. Il s'agit d'une entreprise ayant pour but de répondre à un problème sociétal précis. Elle ne doit réaliser ni perte, ni dividende et ne pas dépendre des dons. Tout l'argent acquis doit être réinvesti dans l'entreprise.

■ Tech for Good

Elle vise à utiliser le numérique pour fournir une réponse à un enjeu social et/ ou environnemental.

■ UDES

union des employeurs de l'économie sociale et solidaire. Cette organisation multiprofessionnelle rassemble 80 % des employeurs fédérés de l'ESS. Elle représente les employeurs de l'ESS auprès des pouvoirs publics, exprime leurs besoins et négocie des accords collectifs pour le secteur.

LABEL EMMAÜS, UNE BOUTIQUE DE PRODUITS D'OCCASION 2.0

Lancée en 2016 par l'association Emmaüs, Label Emmaüs est une plateforme d'achat de produits d'occasion en ligne qui emploie des personnes en situation d'exclusion.

Avec plus de 350 boutiques solidaires dans toute la France, Emmaüs est un lieu emblématique de l'achat et la vente de produits d'occasion. Comme beaucoup, l'association a su s'adapter au contexte de digitalisation des services. C'est pourquoi, sous l'impulsion de Maud Sarda, l'actuelle directrice générale de Label Emmaüs, une filiale d'e-commerce solidaire d'Emmaüs a été créée : le Label Emmaüs, une société coopérative d'intérêt collectif (SCIC), qui emploie des personnes éloignées de l'emploi.

Un million de produits référencés

La plateforme Label Emmaüs est ouverte aux différentes boutiques Emmaüs, aux structures de l'ESS ou

encore aux particuliers qui souhaitent y vendre leurs produits de seconde main. Plus d'un million de produits y sont aujourd'hui référencés : des livres à deux euros, des vêtements au prix moyen de dix euros, ou encore des produits high-tech reconditionnés vendus en moyenne trois fois moins chers que sur les plateformes de e-commerce classiques.

Trois millions de produits ont été vendus sur la plateforme Label Emmaüs, et un tiers des clients n'avaient jamais acheté dans les magasins Emmaüs auparavant.

Une entreprise d'insertion et des formations diplômantes

Agréée entreprise d'insertion en 2018, Label Emmaüs forme et emploie des personnes éloignées du



monde du travail, et notamment des chômeurs de longue durée. Sur les trente salariés du label, la moitié est en parcours d'insertion professionnelle. Forte de ses convictions, la coopérative a également ouvert, en 2019, Label École, qui propose des formations de e-commerce gratuites et qualifiantes aux personnes exclues de l'emploi. 45 personnes y ont été formées en 2019 et plus du double en 2020.

Le fonds de dotation Label Transition

Dans le prolongement de ses engagements, Label Emmaüs a également lancé son propre fonds de dotation : Label Transition. Il a vocation à soutenir des projets engagés dans la lutte contre l'exclusion des personnes et en faveur d'une transition écologique et solidaire.

Ce fonds est en partie financé par la plateforme Tréma, un projet mis en place par la coopérative. Elle permet aux consommateurs de donner un objet, qui sera vendu sur Label Emmaüs, et dont les bénéfices seront directement reversés à un projet soutenu par le label préalablement choisi par le vendeur.

« Emmaüs n'est pas uniquement réservé à des personnes en situation de précarité. On est d'abord là pour eux, mais tout le monde peut aller dans un bric-à-brac. Il n'y a pas de honte à aller chez Emmaüs. »



Maud Sarda, directrice générale de Label Emmaüs, était l'invitée de Flavie Deprez dans le podcast Carenews Change la norme.

(Re)écoutez cet épisode sur [carenews.com](https://www.carenews.com) !

PORTRAIT CHINOIS DE JEAN-MICHEL RICARD, PRÉSIDENT ET COFONDATEUR DU GROUPE ASSOCIATIF SIEL BLEU

Si vous étiez une mission à impact, laquelle seriez-vous et pourquoi ?

Prendre soin du dernier de cordée quoi qu'il en coûte, car accompagner les plus fragiles d'entre nous est le socle d'une société juste et solidaire.

Si vous étiez un engagement social, lequel seriez-vous et pourquoi ?

Être en bonne santé, cela doit toujours rester un droit et ne jamais devenir un luxe.

Si vous étiez un engagement environnemental ?

Privilégier les modes de transport propres et qui sont bons pour sa propre santé de surcroît comme la marche ou encore le vélo !

Si vous étiez un objectif ?

Lutte contre l'isolement, car la vie sans relation et interaction humaine est vide de sens.

Si vous étiez un modèle économique ?

Hybride avec plein de tuyaux différents irriguant la mission sociale de notre organisation. Cela permet d'innover, de rebondir et de rester indépendant.

Si vous étiez une personnalité engagée ?

Résolument Coluche.

Si vous étiez un entrepreneur ?

Mon ami... frère et cofondateur de l'association Siel Bleu / Jean-Daniel Muller.

Si vous étiez un endroit ?

La planète dans *Le Petit Prince*.

LE VISAGE DE CE TOP 50

Le type de structures

60 %

SONT DES SOCIÉTÉS
(principalement
des SAS)

36 %

SONT DES
ASSOCIATIONS

4 %

SONT DES
COOPÉRATIVES

4

MILLIONS D'EUROS
DE CHIFFRE D'AFFAIRES
EN MOYENNE POUR LES
COOP ET SOCIÉTÉS

68,9 %

DE TAUX DE CROISSANCE
MOYEN EN UN AN
POUR LES COOP
ET SOCIÉTÉS DU TOP 50

22 %

TECH FOR GOOD

Les fondateurs

66 %

HOMMES

22 %

FEMMES

12 %

ÉQUIPES MIXTES

Âge des structures

9,2

ANNÉES D'ANCIENNETÉ
EN MOYENNE
18 % ONT MOINS
DE CINQ ANS

41,3

ÂGE MOYEN
DES FONDATEURS

6 %

DES FONDATEURS
ONT UNE MOYENNE D'ÂGE
INFÉRIEURE À 30 ANS

INTERVIEW DE LUCIE BASCH, COFONDATRICE DE TOO GOOD TO GO

D'où vient l'idée de Too Good To Go et pouvez-vous nous rappeler vos objectifs ?

Nous avons lancé Too Good To Go en 2016, en prenant conscience d'une aberration impossible à accepter : un tiers de la production mondiale de nourriture est jetée. En France, ce sont 10 millions de tonnes de nourriture qui sont gaspillées chaque année. Il était essentiel de remettre le gaspillage alimentaire au centre des conversations et de permettre à chacun d'agir contre.

Too Good To Go a été pensé comme la solution simple du quotidien pour que chacun puisse s'engager à son échelle contre le gaspillage alimentaire, qu'on soit commerçant ou citoyen. Le principe est simple : on met en relation des commerçants de bouche qui ont des invendus, et des citoyens qui peuvent récupérer ces invendus, en fin de journée, à petit prix pour leur éviter de partir à la poubelle. Grâce à cela et en moins de 4 ans, nous avons sauvé plus de 18 millions de paniers de la poubelle, avec l'aide de nos 7 millions d'utilisateurs et nos 14 000 partenaires de tout horizon !

Notre vision : un monde sans gaspillage alimentaire. Notre mission : inspirer et engager l'ensemble de la société pour lutter ensemble contre le gaspillage alimentaire.



Quel premier bilan tirez-vous de la campagne de sensibilisation sur les dates de consommation lancée en octobre dernier ?

Le 16 octobre dernier, à l'occasion de la Journée nationale de lutte contre le gaspillage alimentaire, nous avons lancé une campagne nationale de sensibilisation sur les dates de consommation, responsables de 20 % du gaspillage alimentaire dans les foyers. L'ampleur et la mobilisation autour de cette campagne ont été inédites : des affiches dans 10 villes françaises, notre premier spot national sur petit écran, un relai de la campagne par 51 signataires du pacte, 42 partenaires non signataires et 110 centres commerciaux, une dizaine d'ateliers de sensibilisation et une centaine d'articles.

Cette journée a été également l'occasion de revenir sur les avancées du Pacte sur les Dates de Consommation, lancé en janvier dernier, qui présentait 10 engagements concrets et mesurables pour réduire le gaspillage qui leur est lié.

L'expertise sur les circuits de distribution que possède SOLAAL et son engagement associatif étaient des éléments clés pour la réussite du Pacte. Nous sommes très heureux de travailler ensemble pour un changement en profondeur du système alimentaire, et fiers de voir que SOLAAL ait répondu présent pour relayer la campagne de sensibilisation. Cette campagne n'était que le premier engagement du Pacte, et nous avons hâte de continuer à unir nos forces pour faire avancer, ensemble, le sujet des dates !

Extrait d'un article de Solaal publié sur carenews.com le 6 novembre 2020

ESPEREM

Née de la fusion des associations Henri Rollet et Arfog-Lafayette en 2018, ESPEREM a vocation à soutenir et accompagner les personnes en situation de précarité et d'exclusion. Dotée d'un budget de trente millions d'euros, l'association et ses 400 salariés ont accompagné, en 2019, plus de 7 500 personnes et permis à plus de 2 000 bénéficiaires d'être logés ou hébergés.

L'association est subdivisée en quatre départements

- > HÉBERGEMENTS ET LOGEMENTS D'INSERTION
- > PROTECTION DE LA JEUNESSE
- > FORMATION ET INSERTION SOCIO-PROFESSIONNELLE
- > ACCUEIL ET ACCOMPAGNEMENT ENFANTS-PARENTS





WEBFORCE3

EN QUATRE CHIFFRES

Fondée en 2014 par Alain Assouline, WebForce3 est une entreprise de l'économie sociale et solidaire disposant de l'agrément ESUS. Le réseau, constitué de plusieurs dizaines d'écoles et de CFA, propose des formations courtes et intensives aux métiers du numérique afin de permettre un accès ou un retour rapide à l'emploi aux personnes de tous horizons et de tout âge.

Présentation en quatre chiffres

Plus de

50

ÉCOLES
DE FORMATIONS

Le réseau est implanté
en métropole et outre-mer.

750

PROFESSIONNELS
FORMATEURS

Y accompagnent vers les
métiers du numérique.

5 000

ALUMNIS ONT ÉTÉ FORMÉS

Sur tout le territoire depuis
la création de WebForce3.

90 %

DE SORTIES
POSITIVES



MAKE ICI

Créé en 2012 à Montreuil par Christine et Nicolas Bard, Make ICI est aujourd'hui un réseau de manufactures collaboratives et solidaires implantées à Montreuil, Marseille, Nantes, Paris, Aix-en-Provence et dans le Morvan. Moyennant un abonnement mensuel, chaque manufacture de l'entreprise met à disposition un espace de coworking et un parc de machines afin de permettre à des artisans ou fabricants de se lancer et développer leur activité. Un système qui évite à ces derniers·ères de devoir contracter un emprunt ou un bail.

L'entreprise explique également former des demandeurs d'emploi longue durée, des jeunes en difficulté ou encore des seniors en réorientation professionnelle aux pratiques et à l'entrepreneuriat autour des métiers manuels. En tout, Make ICI revendique plus

de 350 résident-e-s travaillant dans ses 10 000 mètres carrés de manufactures au sein desquelles, chaque année, plus de 100 chômeurs et décrocheurs sont formés et plus de 150 entreprises et emplois directs et indirects sont créés.

Extrait de l'article intitulé [EN IMAGES] Avec « Histoires d'ICI », Make ICI veut promouvoir l'entrepreneuriat dans l'artisanat, publié le 6 janvier 2021 sur Carenews.com



PORTRAIT CHINOIS DE LOUISE FOURQUET, PRÉSIDENTE DE BALUCHON

Si vous étiez une mission à impact, laquelle seriez-vous et pourquoi ?

Transformer nos systèmes alimentaires pour plus de qualité, plus de solidarité, moins de gaspillage.

Si vous étiez un engagement social, lequel seriez-vous et pourquoi ?

L'inclusion professionnelle : pour permettre à chacun de reprendre en main son propre destin économique et social.

Si vous étiez un engagement environnemental ?

Priorité aux circuits courts d'approvisionnement ! Pour la qualité de l'air, des sols, de l'eau et la résilience alimentaire de nos villes.

Si vous étiez un objectif ?

Dans chaque métropole de France, une filière agro-alimentaire assurée en circuits courts par des acteurs de l'insertion par l'activité économique. Pour réconcilier bien manger, faire ensemble et préserver nos ressources naturelles.

Si vous étiez un modèle économique ?

Un modèle hybride, qui conjugue flux commerciaux et mise en œuvre de politiques publiques. Un peu complexe, mais adapté au plus près du besoin social identifié.

Si vous étiez une personnalité engagée ?

Michel Bras, chef 3 étoiles, pour amener une cuisine à la fois modeste, exigeante et solidaire au rang d'exemple.

Si vous étiez un entrepreneur ?

Forcément un collectif, car la réussite d'une entreprise est un travail d'équipe ! Je pense bien sûr aux cofondateurs de Baluchon, mais aussi à toutes les associations qui entreprennent partout au service du bien commun.

Si vous étiez un endroit ?

Une cuisine bien sûr ! où on s'active, on apprend, on se régale et on recommence !



FRANCE BARTER

1 600

MEMBRES IMPLIQUÉS
ET DYNAMIQUES

3 900 000

EUROS D'ACHATS EFFECTUÉS
EN BARTER

Des
**ÉCONOMIES
RÉALISÉES**
dans votre recherche
de partenaires

89 %

DES MEMBRES DÉCLARENT
AVOIR GAGNÉ DU TEMPS
DANS LA RECHERCHE
DE LEUR PRESTATAIRE.*

Pour

70 %

DES MEMBRES
FRANCE BARTERle réseau améliore
la relation de confiance
entre partenaires.*

* Source : Étude d'impact réalisée avec Antropia ESSEC 2020

3 CHIFFRES DU BAROMÈTRE DE L'ENTREPRENEURIAT SOCIAL 2020

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 travaille dans divers domaines pouvant déclencher un effet décisif en faveur de ses objectifs : solidarité internationale, préservation de la planète, finance solidaire et inclusive, Responsabilité Sociétale des Entreprises, économie sociale et solidaire, nouvelles technologies pour le développement, etc.

82% des entrepreneurs sociaux estiment que le changement climatique est le problème le plus urgent à résoudre.

Le climat se maintient largement en tête des défis prioritaires pour les entrepreneurs sociaux : pour 82 % d'entre eux, il s'agit du problème le plus urgent à résoudre, devant celui de la cohésion sociale (49 %). En lien également avec la crise sanitaire actuelle, la santé fait son entrée dans le top 3 des priorités des Français, devançant de deux points les questions liées à la pauvreté (39 % contre 37 %).

Les attentes partenariales des entrepreneurs sociaux : 85% collaborent avec des entreprises classiques et 72 % avec les pouvoirs publics.

Les entrepreneurs sociaux sont 85 % à collaborer avec des entreprises classiques et 72 % à travailler avec les pouvoirs publics (+6 points). En hausse de 6 points également, une conviction à 94 % que le développement de l'activité peut être impacté positivement en collaborant avec les pouvoirs publics. La perception des mesures prises par les pouvoirs publics pour soutenir l'activité économique face à la crise est cependant plus nuancée : suffisantes pour 65 % des entrepreneurs sociaux sondés, ces mesures sont vues à 64 % comme insuffisamment adaptées aux besoins spécifiques des entreprises sociales.

89% des entrepreneurs sociaux estiment que les perspectives de développement de l'entrepreneuriat social sont bonnes en France.

Un chiffre stable, qui reflète une certaine confiance dans l'avenir, malgré la crise sanitaire. Celle-ci n'apparaît d'ailleurs comme une menace que pour 5 % des entrepreneurs sociaux sondés, 6 sur 10 considérant plutôt qu'il s'agit d'une opportunité pour le secteur. 25 % des entrepreneurs sociaux envisagent de réorienter tout ou partie de leurs activités suite à la crise, et 83 % prévoient même de recruter (+14 points), un chiffre élevé qu'une éventuelle baisse de l'emploi en début de crise ne saurait suffire à expliquer.

ÉNERGIE JEUNES, LUTTONS CONTRE LES INÉGALITÉS SCOLAIRES !

Association reconnue d'utilité publique, Énergie Jeunes est agréée par le ministère de l'Éducation nationale. L'organisation vise à contribuer à réduire les inégalités scolaires au collège dans les quartiers les moins favorisés afin de favoriser la réussite scolaire du plus grand nombre.

Des programmes pédagogiques innovants sont proposés sous la forme d'interventions courtes dans les classes, aux côtés des professeurs. Mis au point avec

des chercheurs français et européens, ce programme permet de développer autonomie et autodiscipline chez les élèves.

Les chiffres clés *

110600

ÉLÈVES FORMÉS

470

ÉTABLISSEMENTS
SCOLAIRES

728

VOLONTAIRES
FORMÉS

* Chiffres 2019

IML 93

L'Intermédiation locative Paris Île-de-France (IML) a été fondée en 2009 par le Groupe SOS afin de répondre aux différents dispositifs de médiation locative en mobilisant le parc privé. L'IML devient ainsi locataire intermédiaire de biens immobiliers qu'il met à disposition des ménages confrontés à une problématique d'accès au logement et pour lesquels il convient de proposer une solution alternative.

Objectif : doubler le chiffre d'affaires en 2021

Tous les logements sont adaptés à la composition des familles et meublés. L'appartement est rénové avant toute nouvelle installation, permettant ainsi d'être conforme aux normes énergétiques et environnementales. Parallèlement au logement, un accompagnement pluridisciplinaire et modulaire est proposé à chaque famille jusqu'à sa sortie vers une solution de logement pérenne et autonome de droit commun. Le suivi se poursuit à la demande des familles jusqu'à 6 mois après la sortie du dispositif.

UN DISPOSITIF INNOVANT

Le dispositif de baux glissants tripartite est très innovant et permet de faire vraiment de l'IML un dispositif d'accès au logement et pas seulement d'attente du logement, ses modalités d'accompagnement pouvant être renforcées selon les besoins du public.



243

PERSONNES LOGÉES
EN 2019

(200 en moyenne par an)

BÉNÉFICIAIRES

FEMMES SORTANTS DE MATERNITÉ
OU MÈRES ISOLÉES, PERSONNES VICTIMES
DE VIOLENCES INTRAFAMILIALES, JEUNES ÂGÉS
DE 18 À 25 ANS SANS DOMICILE
OU EN INSERTION.

5 CHIFFRES SUR RECONNECT

22 000

DOSSIERS SÉCURISÉS SUR LA PLATEFORME

(un dossier par personne en situation de précarité avec les documents administratifs et de suivi associés)

Un réseau de 460

RELAIS RECONNECT

(les structures sociales utilisant les outils Reconnect)

170 000

DOCUMENTS SÉCURISÉS

800

CONNEXIONS UNIQUES

par mois

2 000

PERSONNES FORMÉES

POUR ACCÉLÉRER LA TRANSITION, CHANGEONS LA NATURE DE L'ÉPARGNE.



Vertical text on the left side of the dashboard: Pour un impact écologique maîtrisé : campagne réfléchie de manière écoresponsable, et dont l'empreinte carbone de production et de diffusion a été calculée et compensée. © Getty Images.

03/04

03/05

03/07

03/08

-627€
+739€
-86€
1.987€
-65€
+945€
+763€

Concrètement, nous intégrons des critères environnementaux, sociaux et de gouvernance dans la gestion de 400 milliards d'euros d'épargne financière confiés par nos clients.
Pour réussir le défi de la transition, accélérons ensemble.
#PositiveBanking



BNP PARIBAS

La banque d'un monde qui change

LES PARTICIPANTS

FORMATION PROFESSIONNELLE ET ACCÈS À L'EMPLOI

ABAJAD	ENGAGEMENT & ENTREPRISE	MAKE ICI
ACTA VISTA	ENTREPRISE ADAPTÉE DE VIL-	MATRICE
ALTERMASSAGE	LIERS LE BEL - ADEP	MEET MY MAMA
ASSOCIATION LE GRENIER	ESPEREM	MYBIZDEV
BALUCHON	GENERATION FRANCE	OMNICITÉ
BIMBAMJOB	GROUPE ARES	ONG CONSEIL
BOOSTER D'AVENIR	ISAHIT	OPENCLASSROOMS
BRAND&PERFORMANCES	KODIKO	PTCE VIVRE LES MUREAUX
CARTON PLEIN	KONEXIO	SAPRENA
CITYTRI	LA FÉDÉRATION DES ENTRE-	SEAD
COLLECTIF EMPLOI SOLIDAIRE	PRISES D'INSERTION AUVERGNE	SIMPLON.CO
DRÔLE DE PAIN	RHÔNE ALPES	SOCIAL BUILDER
EACH ONE	L'ATELIER DES TALENTS	TENZING
EMMAÛS DÉFI	LES 2 RIVES	WEBFORCE3

ACCÈS AU LOGEMENT

BELLEVILLES	IML 93	RÉSEAU ECO HABITAT
COLETTE (CLUB NESTER)	LES CHTITES MAISONS SOLI-	SINGA FRANCE
FONCIÈRE CHÊNELET	DAIRES	STIRRUP
GESTIA SOLIDAIRE	MAPETITEMAISONVERTE	
HABITAT ET HUMANISME	POLLEN CONCEPTS/JIPE	

ÉGALITÉ DES CHANCES EN MATIÈRE D'ÉDUCATION

AGENCE LA BELLE VERTE SAS	ÉNERGIE JEUNES	MLEZI MAORE - GROUPE SOS
AGITEDU	INCLOOD	RÉSEAU MÔM'ARTRE
ARTICLE 1	INSTITUT TÉLÉMAQUE	RÊV'ELLES
ATELIERS AMASCO	LA TABLÉE DES CHEFS FRANCE	SPEAKING AGENCY
CHEMINS D'AVENIRS	L'AUTRE ÉCOLE	TROUVETONPROF
ENACTUS FRANCE	MA CHANCE MOI AUSSI	ZUPDECO

ACCÈS À LA SANTÉ ET MAINTIEN DE L'AUTONOMIE

ALENVI	GROUPE ZEPHYR	MOOVEN
APA DE GÉANT	IMHOTEP SANTÉ	MY JUGAAD
ASSOCIATION SIEL BLEU	IPSO SANTÉ	SIGNES DE SENS
BANLIEUES SANTE	L'ACCOMPAGNEMENT REBONDS (FÉDÉRATION CHEER UP ET ON EST LÀ)	SILVER FOURCHETTE (GROUPE SOS)
BIOSENCY	LES OPTICIENS MOBILES	TELEGRAFIK
CARIANS - DEUXIEMEAVIS.FR	LHF ESPOIR	TRACES DE VIES
DESSINE-MOI LA HIGH-TECH	LOBA	VISITATIO - VOISINS & SOINS
FONDS DE DOTATION KERPAPE	MEDTRUCKS	WI PHARMA
FONDS POUR LES SOINS PALLIATIFS		

LIEN SOCIAL ET LUTTE CONTRE L'EXCLUSION

ACACIA	EMMAÛS LESPINASSIÈRE	LE COMPTOIR DE L'HIRONDELLE
ACCEESS	ENQUETE	MON EMILE ASSOCIATION
AGENCE DU DON EN NATURE	ENTOURÂGE SOLIDAIRE	OPENBUBBLE
AÏDA	FAMILEO	POTESPORT
ANDES	FEEOBJECT	RECONNECT
ASSOCIATION ARIANA	FINFROG	RESONANTES
ASSOCIATION ENTOURAGE	HUMANITY DIASPO	SENLIMO
BIBLIOTHÈQUES SANS FRONTIÈRES	HYPRA	SOCIAL BAR
BUBBLE HAIR ESS	INSITE	SOLIDARITÉS NOUVELLES FACE AU CHÔMAGE
COMME LES AUTRES	JOSÉPHINE	SOLINUM
CONVIVENCIA	KOCOTTE	TOM ET JOSETTE
DONS SOLIDAIRES	LA CLOCHE	TOUTES MES AIDES
DROITS D'URGENCE	LA COMPAGNIE DES AIDANTS	WENABI
DUO FOR A JOB	LA CRAVATE SOLIDAIRE	
	LA MEDNUM	



ACCOMPAGNEMENT ET FINANCEMENT DES ENTREPRENEURS À IMPACT

ADIE	IMPACT TRACK	PRO BONO LAB
ANTROPIA ESSEC	INVESTIR&+	RÉSEAU DES ENTREPRENEURS
ASSOCONNECT	KOEO	CITOYENS
BLEUBEES	KOREIS	RONALPIA
CHANGENOW	LES CANAUX	STARTUP BANLIEUE
CROIX-ROUGE NEXEM INNOVATION	MICRODON	TALENTCOIN
FONDS DE DOTATION LES PÉTITES PIERRES	MIXITY	ULULE
FRANCE BARTER	PARIS INITIATIVE ENTREPRISE (PIE)	VENDREDI
GOODEED	POSITIVE PLANET	WE DO GOOD
	POSSIBLE	



RECYCLAGE ET RÉDUCTION DES DÉCHETS

AUUM	KOKPIT SAS	RECYCLIVRE.COM
BILUM	LA MICHE	REJOUÉ
COLLABORATIVE RECYCLING	LEMON TRI	UNISOAP
COMMITMENT	LES P'TITS DOUDOUS	UPTRADE
COMPOST OUMA	MOULINOT COMPOST & BIOGAZ	ZAC
CRUSHON	MYTROC	ZACK
HIPLI	PANDOBAC	ZERO WASTE SHOES
KEENAT	PHENIX	



AGRICULTURE DURABLE ET MAINTIEN DE LA BIODIVERSITÉ

A2PASD'ICI	EONEF	NUTREETS
BEEODIVERSITY	FERMES D'AVENIR	OMBREA
CUEILLETTE URBAINE	INNOVAFREE	POLLINATURE SAS
CULTURES EN VILLE	M2I LIFE SCIENCES	SUNBIRDS
CULTURES ET COMPAGNIES	MIIMOSA	UPCYCLE
ECOTREE	MYFOOD	



TRANSITION ÉNERGÉTIQUE

CITRON®	ILEK	SITOWIE
DIGITAL4BETTER	JEEKAN	STARBOLT
ELECOCITÉ	L'AVENIR NOUS APPARTIENT	SWEETCH ENERGY
ETIC - FONCIÈREMENT RESPONSABLE	MINI GREEN POWER	TALO
	ONTRUCK	



CONSOMMATION RESPONSABLE

ALTERMUNDI	HERRY CONSEIL	POPEE
ATELIER UNES	HINDBAG	RUTABAGO
BAOBAB LAB	KEDELAÏ	SANDRA GASMI CONSULTING
BEAUTYMIX	KIPLI	SAS DE NOUS A VOUS
CARBO	LA VIE EST BELT	SAS DOOK / SINNY&OOKO
CASTALIE	LABEL EMMAÛS	SELENCY
COMPTOIR DE CAMPAGNE	LE PRODUCTEUR LOCAL	TOO GOOD TO GO
DANS MA BOUTEILLE	LES AGITÉS DU LOCAL	VRAC
DAUMET	LES BOUFFESQUETAIRES - LES	VRAC'N ROLL
DREAM ACT	MARMITES VOLANTES	WEDRESSFAIR
ETHI'KDO	LES JARDINS DE GAÏA	YESYES
ETHICADVISOR	LIZEE	YUKA
ETHICALL EURL	MERCI RAYMOND	ZEI
FLEXIKEG	PANAFRICA	

PRINCIPALES INFORMATIONS PAR CATÉGORIE

N°	Catégorie	Dossiers	Note			Ancienneté				Entreprises & Coop		
		Notés	Moyenne	Max.	Min.	Moyenne	Nombre de fondateurs	Entreprises	Associations	Coopérative	CA moyen KC	Croissance 2018 - 2019
1	FORMATION PROFESSIONNELLE ET ACCÈS À L'EMPLOI	37	62,69	83,65	25	10 ans	1,9	45,9 %	48,6 %	5,4 %	3 946 €	32.06 %
2	ACCÈS AU LOGEMENT	12	65,66	73	52,05	5 ans	2,08	50,0 %	50,0 %		3 501 €	10.24 %
3	ÉGALITÉ DES CHANCES EN MATIÈRE D'ÉDUCATION	18	65,26	81	46,25	7 ans	1,83	33,3 %	66,7 %		1 530 €	41.40 %
4	ACCÈS À LA SANTÉ ET MAINTIEN DE L'AUTONOMIE	25	62,96	90,5	31	4,5 ans	2,16	48,0 %	52,0 %		6 395 €	51.89 %
5	LIEN SOCIAL ET LUTTE CONTRE L'EXCLUSION	42	63,18	81,35	33,25	6 ans	1,85	38,1 %	57,1 %	4,8 %	440 €	47.56 %
6	ACCOMPAGNEMENT ET FINANCEMENT DES ENTREPRENEURS À IMPACT	24	59,82	75,75	38,25	7 ans	2,2	62,5 %	33,3 %	4,2 %	766 €	84.51 %
7	CONSOMMATION RESPONSABLE	40	62,05	79	43,25	3,5 ans	1,77	90,0 %	2,5 %	7,5 %	1 570 €	34.49 %
8	RECYCLAGE ET RÉDUCTION DES DÉCHETS	23	66,2	83,5	42	2,5 ans	2	87,0 %	13,0 %		2 226 €	42.65 %
9	AGRICULTURE DURABLE ET MAINTIEN DE LA BIODIVERSITÉ	17	58,54	73,25	33	3,5 ans	2,47	94,1 %	5,9 %		16 694 €	50.99 %
10	TRANSITION ÉNERGÉTIQUE	13	60,59	78,25	41,25	2 ans	2,61	92,3 %	7,7 %		3 858 €	100.17 %
		251	62,68				2,02	62,2 %	34,7 %	3,2 %	3 901 €	48,54 %

TOP 50 DES ENTREPRENEURS À IMPACT

	Catégorie	Structure	Note	Statut juridique
1 ^{er}	Formation professionnelle et accès à l'emploi	each One	83,75	SAS
	Accès au logement	réseau ECO HABITAT	73	Association loi 1901
	Égalité des chances en matière d'éducation	Energie Jeunes	81	Association loi 1901
	Accès à la santé et maintien de l'autonomie	Association Siel Bleu	90,5	Association loi 1901
	Lien social et lutte contre l'exclusion	Agence du Don en Nature	81,35	Association loi 1901
	Accompagnement et financement des entrepreneurs à impact	Adie	75,75	Association loi 1901
	Consommation responsable	Label Emmaüs	79	SCIC
	Recyclage et réduction des déchets	Phenix	83,5	SAS
	Agriculture durable et maintien de la biodiversité	EcoTree	73,25	SAS
	Transition énergétique	ETIC Foncièrement Responsable	78,25	SAS
2 ^{ème}	Formation professionnelle et accès à l'emploi	Ares	78	Association loi 1901
	Accès au logement	Foncière Chênelet	72,5	SAS
	Égalité des chances en matière d'éducation	Enactus France	76	Association loi 1901
	Accès à la santé et maintien de l'autonomie	Fonds pour les soins palliatifs	87	Association loi 1901
	Lien social et lutte contre l'exclusion	La Cloche	79,9	Association loi 1901
	Accompagnement et financement des entrepreneurs à impact	FRANCE BARTER	75,75	SCIC
	Consommation responsable	Les Bouffesquetaires Les Marmites Volantes	77	SARL
	Recyclage et réduction des déchets	Moulinot Compost & Biogaz	80,5	SAS
	Agriculture durable et maintien de la biodiversité	myfood	71	SAS
	Transition énergétique	Ilek	76,25	SAS
3 ^{ème}	Formation professionnelle et accès à l'emploi	Simplon.co	77	SAS
	Accès au logement	IML 93	70	Association loi 1901
	Égalité des chances en matière d'éducation	Reseau Môm'artre	73,25	Association loi 1901
	Accès à la santé et maintien de l'autonomie	APA DE GÉANT	78,25	SAS
	Lien social et lutte contre l'exclusion	HYPRA	78,2	SAS

4 ^{ème}	Accompagnement et financement des entrepreneurs à impact	Investir&+	72,5	SAS
	Consommation responsable	En Direct des Éleveurs	76,25	SAS
	Recyclage et réduction des déchets	RecycLivres.com	80,25	SAS
	Agriculture durable et maintien de la biodiversité	Cueillette Urbaine	69,35	SAS
	Formation professionnelle et accès à l'emploi	WebForce3	77,5	SAS
	Égalité des chances en matière d'éducation	Rêv'Elles	71	Association loi 1901
	Accès à la santé et maintien de l'autonomie	Les Opticiens Mobiles	77	SAS
	Lien social et lutte contre l'exclusion	Reconnect	76,8	Association loi 1901
	Accompagnement et financement des entrepreneurs à impact	AssoConnect	69	SA
	Consommation responsable	Rutabago	75	SAS
5 ^{ème}	Recyclage et réduction des déchets	Lemon Tri	80	SAS
	Formation professionnelle et accès à l'emploi	AlterMassage	75,25	SAS
	Accès à la santé et maintien de l'autonomie	ipso santé	74,5	SAS
	Lien social et lutte contre l'exclusion	Dons Solidaires	75,35	Association loi 1901
	Accompagnement et financement des entrepreneurs à impact	microDon	67,75	SAS
	Consommation responsable	Too Good To Go	74	SAS
	Formation professionnelle et accès à l'emploi	ESPEREM	74	Association loi 1901
	Lien social et lutte contre l'exclusion	Association Entourage	74,9	Association loi 1901
	Consommation responsable	CASTALIE	73,75	SAS
	Formation professionnelle et accès à l'emploi	Make ICI	72,5	SAS
6 ^{ème}	Lien social et lutte contre l'exclusion	Solinum	74,4	Association loi 1901
	Consommation responsable	Altermundi	70,5	SARL
7 ^{ème}	Formation professionnelle et accès à l'emploi	Baluchon	71,75	SAS
	Lien social et lutte contre l'exclusion	DUO for a JOB	74,4	Association loi 1901
8 ^{ème}	Consommation responsable	Yuka	70	SAS

TOP 50

de l'entrepreneuriat
à impact 2020

LE COPIL

Flavie Deprez, Maha Keramane, Alexis Krycève, Thierry Sibieude et Antoine Sire

LE TOP 50 DE L'ENTREPRENEURIAT À IMPACT 2020, PREMIÈRE ÉDITION

édité en janvier 2021 par Univercast

SAS au capital de 99 000 euros – RCS Versailles B788999977

4 villa Clapeyron – 78100 Saint-Germain-en-Laye

09 72 42 00 43 – bonjour@carenews.com

ONT ÉGALEMENT PARTICIPÉ À L'AVENTURE

La team HAATCH : Cécile Chapon et Mathilde Fermaut.

La careteam : Guillaume Brault, Sara Davo Boza, Christina Diego, Lisa Domergue, Delphine Houel, Basile Notin, Mélissa Perraudeau.

Un merci à **Matthieu Dardaillon** et **Grégoire Lusson**.

Direction artistique et maquette : **Julie Marie**

Crédits photos :

Gézélin Grée – MINEFI – economie.gouv.fr, Carenews, BNP Paribas, Laetitia Striffling, Solinum, RecycLivre, En direct des éleveurs, Ktyellow, microDON, Rêv'elles, Dons Solidaires®, Castalie, Simplon.co, EcoTree, Yuka, Foncière Chênelet, Éco habitat, Phenix, myfood, AssoConnect, Altermundi, Marmites Volantes, Label Emmaüs, Too Good To Go, ESPEREM, IML 93, Chloé-Vollmer, LITA.co, Emmanuel Delaloy, Welcome to the Jungle, (DR.) droits réservés.

TOP 50

carenews 

carenews.com

