

Entreprises sociales

Tendances
2011

la Croix



Les entrepreneurs sociaux inventent les métiers de demain

Nouveaux secteurs, nouveaux marchés, les entrepreneurs sociaux prennent de l'avance sur le monde du futur

Les entrepreneurs sociaux ne sont pas des entrepreneurs comme les autres. Ils respectent les règles de l'économie de marché, mais pour les mettre au service des personnes, qu'ils soient salariés, usagers, clients, sociétaires ou citoyens. Créer de la richesse pour tout le monde, c'est sans doute la première innovation des entrepreneurs sociaux: cette richesse n'est pas forcément monétaire, mais peut se mesurer aussi en bien-être pour la collectivité.

Comment naissent les entreprises sociales? L'innovation est au cœur de leur démarche, que ce soit la création de nouvelles filières, de nouvelles formes juridiques ou de modèles économiques qui mixent les ressources. «*Ce sont des réponses entrepreneuriales nouvelles à des besoins peu ou mal satisfaits, en faisant coopérer tous les acteurs concernés*», détaille Tarik Ghezali, délégué général du tout jeune Mouvement des entrepreneurs sociaux.

Animées par des porteurs de projet ou des groupes de citoyens, elles explorent de nouveaux secteurs, comme l'éco-construction, le commerce équitable, l'habitat coopératif ou les transports doux. «*Cela fait une centaine d'années que l'économie sociale et solidaire crée, au bénéfice de la collectivité, des*



Pose de panneaux photovoltaïques sur le toit d'une école par une association de production citoyenne et locale d'énergies renouvelables (Puy-de-Dôme).

marchés qui n'existent pas encore, poursuit Tarik Ghezali. *N'est-ce pas ce secteur qui a inventé les mutuelles et les coopératives, le tourisme social, puis les services liés à l'environnement et aux personnes?*»

Dans les années 1990, les éduca-

teurs sociaux qui ont été à l'origine de Juratri, une société de collecte et de recyclage des déchets à Lons-le-Saunier (Jura), ne pensaient pas devenir chefs d'entreprise. En revanche, ils avaient repéré dans leur région des enjeux liés à l'emploi, au

respect de l'environnement et à la récupération des déchets. «*Ils ont alors inventé une formule d'entreprise qui n'existait pas*, assure Matthieu Grosset, responsable du développement de Juratri. *Leur innovation est triple: sociale, économique et environnementale. Sociale: on crée des métiers adaptables à des personnes en insertion. Économique: l'association d'origine s'est transformée en société à responsabilité limitée (SARL), puis en société*

Lons-le-Saunier, avec 140 salariés actionnaires, cherche déjà quels seront les marchés de demain.

Depuis la fin des années 1990, les services à la personne attirent aussi de jeunes entrepreneurs sociaux. «*Les porteurs de projet partent volontiers de leur vécu*, confirme Chantal Mainguené, la créatrice de Mom'artre. *Et puis, ils voient autour d'eux des personnes confrontées aux mêmes problèmes et ils se lancent dans la création d'entreprise.*»

Jeune maman célibataire de deux enfants, elle ne voyait pas comment les faire garder après l'école, de façon pas trop onéreuse, pour pouvoir continuer à travailler. Avec Mom'artre, dont la première antenne a été ouverte en 2005 dans le 18^e arrondissement de Paris, elle propose à tous une garde d'enfants jusqu'à 20 heures, avec des animations artistiques et culturelles réalisées par des intermittents du spectacle; les tarifs vont de 0,10 € à 8 € selon les ressources des parents. L'entreprise associative Mom'artre va ouvrir de nouvelles antennes à Paris et dans d'autres villes.

Pas question en effet de garder les bonnes idées pour soi. Les entrepreneurs sociaux les partagent au bénéfice de tous. >>>

COMMENTAIRE



Guillaume
Goubert

Une économie humaine

Le quotidien *La Croix* et *l'Avisé*, agence spécialisée dans le développement de l'entrepreneuriat social, ont décidé d'unir leurs forces afin de publier chaque année ces «*Tendances*» des entreprises sociales à l'occasion du Salon des entrepreneurs qui se tient Porte Maillot à Paris. En rassemblant un sondage sur l'image de ce secteur dans l'opinion publique mais aussi des données statistiques, des enquêtes et des reportages, ce cahier spécial veut mettre en lumière un mouvement

de fond qui invente de nouvelles manières d'entreprendre.

Entreprises sociales: dans notre époque désenchantée, l'association de ces deux mots suscitera facilement le scepticisme. Ah bon, le but d'une entreprise, ce n'est pas forcément le profit? Eh bien non: de nombreuses structures à travers la France démontrent qu'il est possible d'honorer les deux dimensions. Les entrepreneurs sociaux sont d'authentiques entrepreneurs. Ils inventent des produits et des

services, cherchent à les offrir au meilleur prix, se battent sur des marchés. Simplement, leur ambition ne se limite pas au profit. Les entreprises sociales veulent servir des idéaux: favoriser l'insertion professionnelle, développer l'économie locale, agir sans endommager l'environnement, assurer une certaine qualité de relations sociales... En somme, les entrepreneurs sociaux s'emploient à démontrer que l'économie appartient bien au domaine des sciences humaines.

La richesse créée n'est pas forcément monétaire, mais peut se mesurer aussi en bien-être pour la collectivité.

coopérative de production (Scop), en partenariat avec des géants du traitement des déchets. Environnementale: Juratri a accompagné la collecte sélective du département, avant d'anticiper la directive sur les déchets d'équipements électriques et électroniques.» Aujourd'hui, Juratri, un des plus gros employeurs de

Les entrepreneurs sociaux inventent les métiers de demain

À Toulouse, Websourd, société coopérative d'intérêt collectif (Scic), offre de nouveaux services aux personnes sourdes grâce à Internet. «Jusqu'à notre création en 2004, il y avait un vrai manque d'outils d'information et d'interprétation en langue des signes», indique François Goudenove, son PDG. Désormais, les sourds-signants peuvent accéder par le Net à leur banque, à la caisse d'allocations familiales, aux centres des impôts, aux gares, etc. Dans sa démarche d'entreprise innovante, Websourd a poursuivi sa logique d'intégration des personnes sourdes: la langue de travail des 25 salariés est celle des signes.

L'innovation technologique, c'est aussi la porte d'entrée d'Enercoop. Cette autre Scic fournit une électricité à base d'énergies renouvelables à 7 000 particuliers et professionnels. «Nous avons démarré en 2005 comme simples citoyens», se souvient Patrick Behm, PDG d'Enercoop. Nous avons construit notre projet avec les premiers salariés: identifier des producteurs d'énergie hydraulique ou éolienne, créer une plate-forme de relation clients, mettre en place la facturation, etc. Depuis l'an dernier, Enercoop met ce savoir-faire au service de déclinaisons régionales, en Rhône-Alpes et en Champagne-Ardenne, pour rapprocher les producteurs d'énergie et les consommateurs.

Les défis du changement de taille ou de la transmission sont primordiaux.

Les entreprises sociales savent se multiplier. Replic (encore une Scic!) à Montpellier est une entreprise sociale qui crée des entreprises sociales. «Depuis six ans, notre petite équipe de développeurs sociaux a donné naissance à six entreprises d'insertion», se réjouit Emmanuel Kasperski, directeur de Replic. Elles utilisent différents métiers, pour redonner du travail à des personnes en difficulté: le traitement des déchets (La Feuille d'érable), la restauration (La Table de Cana), la logistique (Label Route) et les transports doux (Mobiléco). Plus de 60 emplois non délocalisables ont été créés et Replic devrait à son tour être dupliquée en Nord-Pas-de-Calais.

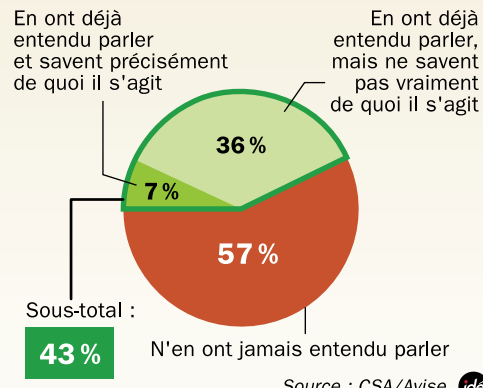
Pour sa part, l'École de l'entrepreneuriat en économie sociale, encore à Montpellier, a mis en place des formations innovantes pour les dirigeants et managers d'entreprises du secteur. «Ils ont besoin de consolider des savoirs venus du terrain», souligne Claire Laget, directrice de l'école. Les sessions se déroulent dans les entreprises concernées. Les entrepreneurs échangent sur leurs pratiques, pour améliorer leur impact économique et social. Les défis du changement de taille ou de la transmission sont primordiaux pour le secteur des entreprises sociales.

Le jeu en vaut la chandelle. Les innovations sociales d'hier sont devenues monnaie courante dans toutes les entreprises: aménagement du temps de travail (dans la coopérative Chèque Déjeuner depuis les années 1970), insertion des personnes handicapées, prise en compte de la responsabilité sociale des entreprises.

ÉRIC LARPIN

Les Français et l'entrepreneuriat social

"Entreprise sociale": est-ce que vous en avez déjà entendu parler ?

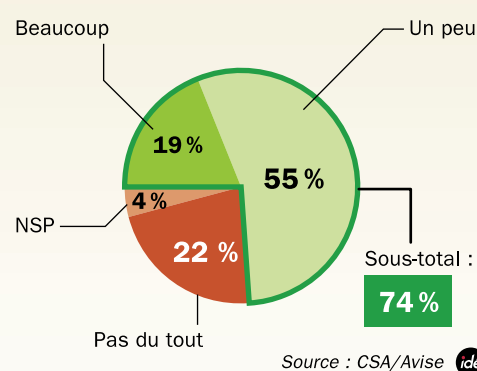


Source : CSA/Avise

Une notoriété encore faible

Seule une minorité de Français (43%) déclare avoir déjà entendu parler d'une «entreprise sociale». Ceux qui en ont une idée précise ne sont que 7%. Mais 56% des diplômés de l'enseignement supérieur en ont entendu parler (contre 32% des non-diplômés) et la notoriété est plus élevée que la moyenne chez les jeunes.

Le fait que des produits et des services soient issus d'une entreprise sociale vous incite-t-il à les acheter ou à y recourir ?

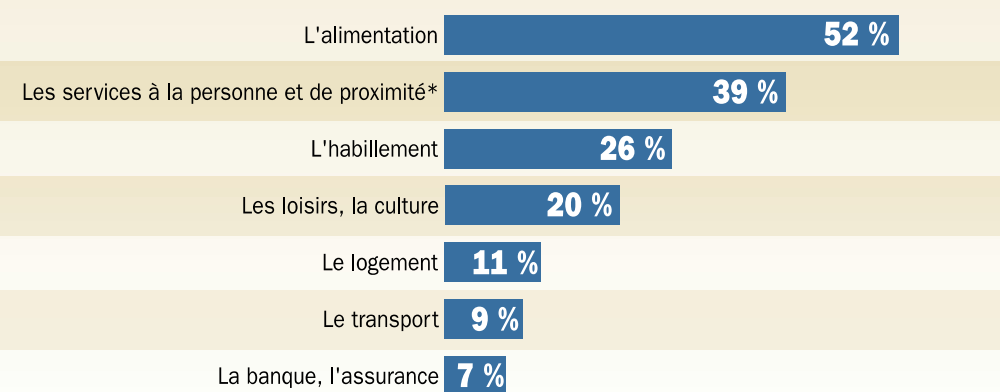


Source : CSA/Avise

Une réelle attractivité

Les Français se déclarent séduits par le concept d'«entreprise sociale», après s'être vu expliquer en quoi cela consistait: près des trois quarts des sondés (74%) déclarent alors être incités à y recourir. L'incitation est plus forte chez les cadres (91%), les salariés du public (84%), les plus diplômés (86%) et les 18-24 ans (81%).

Quels sont les deux secteurs pour lesquels vous seriez le plus incité à acheter un produit ou un service fourni par une entreprise sociale ?



* gardes d'enfants, services à domicile...

Source : CSA/Avise

L'alimentation en tête devant les services à la personne

L'alimentation et les services à la personne sont très nettement les deux domaines d'activité auxquels pensent d'abord les Français pour se fournir auprès d'une entreprise sociale. Sur l'alimentation, cela reflète bien la notoriété acquise par le commerce équitable et les «circuits courts», tandis que le secteur des transports n'a pas encore percé (lire ci-dessous).

A Lyon, Alter Conso propose des paniers solidaires et économiques

Salariés, producteurs et consommateurs sont sociétaires de cette coopérative militante des circuits courts

LYON (Rhône)
De notre correspondant

Le camion brinquebale sur les routes des coteaux du Lyonnais couverts de givre. Il stoppe devant la chambre froide de Marc Besseas, producteur de pommes à Messimy. Les caquettes sont déjà prêtes. Elles garniront les paniers préparés au retour par Alter Conso dans son hangar de Vaulx-en-Velin. Chaque jour, le contenu de deux camions remplis de fruits, de légumes, de pain, de produits laitiers et de viande récoltés au matin à 50 km à la ronde est redistribué dans 14 lieux, pour moitié à Lyon, pour moitié en petite couronne.

En tout, plus de 1 700 paniers sont ainsi délivrés chaque semaine. Un volume qui permet à Marc Besseas d'écouler 2,4 tonnes de pommes par an. Le tout à 1,30 € le kilo, prix fixé au début de la saison. «Même les petits calibres, précise le producteur. Ailleurs, on ne me paierait que 17 à 20 centimes du kilo.» Depuis que Marc Besseas est engagé avec Alter Conso, société coopérative d'intérêt collectif (Scic) mettant en lien

producteurs et consommateurs, son salaire a doublé. Et il a embauché un ouvrier agricole qui l'aide dans la conversion de son exploitation à l'agriculture biologique.

Le camion reprend la route vers les vergers d'un maraîcher. Au compteur, déjà près de 130 000 km, témoignant du chemin parcouru par Alter Conso, fondé en 2006 par deux étudiants en sciences politiques. Pour se lancer, ils décrochent une aide de 23 000 € du Fonds social européen. Ils louent un camion et des locaux. Et prennent contact avec des producteurs. D'abord «embauchés» comme bénévoles, les huit employés ont attendu plusieurs mois avant de se salarier. «Notre objectif était d'être viable économiquement sans avoir recours à des emplois aidés», explique Marc Divry, l'un d'entre eux. Administratif, maintenance, distribution, tout le monde fait tout. Au fil des mois, ils augmentent leur charge de travail. Jusqu'à aujourd'hui travailler vingt-six heures par semaine, pour l'équivalent du smic.

La mayonnaise prend très vite. Entre 2006 et 2008, Alter Conso passe de 100 à 700 adhérents, qui s'engagent durant six mois à acheter chaque semaine un panier de fruits et légumes. De 7 € à 16 € selon le volume, versés directement aux 40 producteurs associés. Les adhérents paient également un pourcentage pour couvrir les frais de fonctionnement de l'as-

sociation: 20% du prix du panier pour les foyers imposables, 10% pour les foyers non imposables et 0% pour les bénéficiaires des minima sociaux. Alter Conso réalise ainsi un million d'euros de chiffre d'affaires. Pour seulement 11 000 € de bénéfices l'an passé, aussitôt réinvestis. La coopérative poursuit d'autres objectifs: limiter la distance parcourue par les produits, œuvrer au maintien des petites exploitations, encourager la conversion des terres à l'agriculture biologique.

L'association a décidé de se transformer en société coopérative en 2008. «Ce statut garantit la poursuite de l'intérêt collectif plus encore qu'un statut associatif par l'implication de l'ensemble des sociétaires, salariés, producteurs et consommateurs», explique Thomas Klein, l'un des deux fondateurs. Pour conserver la qualité des rapports humains, la coopérative a volontairement stoppé sa croissance voilà deux ans. Mais

continue d'essaimer. Elle sous-loue son hangar à deux associations qui préparent également des paniers pour plusieurs centaines d'adhérents. «Dans l'agglomération lyonnaise, environ 5 000 foyers sont livrés en circuits courts», estime Marc Divry. Avec la multiplicité des acteurs et la présence d'exploitation offrant une production très diversifiée, le marché lyonnais est aujourd'hui arrivé à maturité. Il se heurte aux limites du circuit de distribution. «Tous les lieux qui peuvent nous accueillir, MJC, centres sociaux ou maison des associations, disposent d'un système de paniers», poursuit Marc Divry. Pour autant, Alter Conso et les autres structures organisées en collectif continuent de défricher le marché, en proposant par exemple de distribuer des paniers en entreprise. Avec toujours la même idée en tête, résume à moitié sérieusement Thomas Klein, «changer le monde».

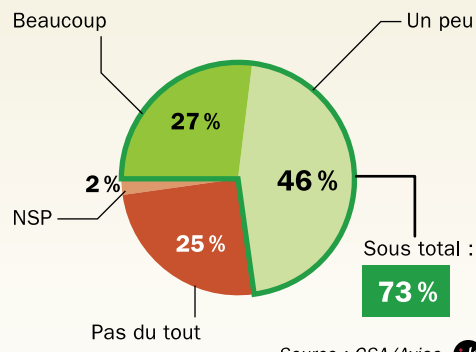
BÉNÉVENT TOSSERI

La poussée des circuits courts

Les circuits courts consistent à vendre des produits agricoles soit directement du producteur au consommateur, soit indirectement, à condition qu'il n'y ait qu'un seul intermédiaire (association, coopérative). Le plus connu des dispositifs est l'Amap (association pour le maintien d'une agriculture paysanne), système par lequel des consommateurs s'engagent à acheter la récolte d'un producteur. Le secteur n'est pas encore suffisamment connu. Si le prochain recensement agricole devrait permettre d'en préciser l'importance, on estime que les circuits courts concernent déjà 7% des fruits et légumes vendus en France.

Le fait qu'une entreprise soit une entreprise sociale vous inciterait-il à y postuler ?

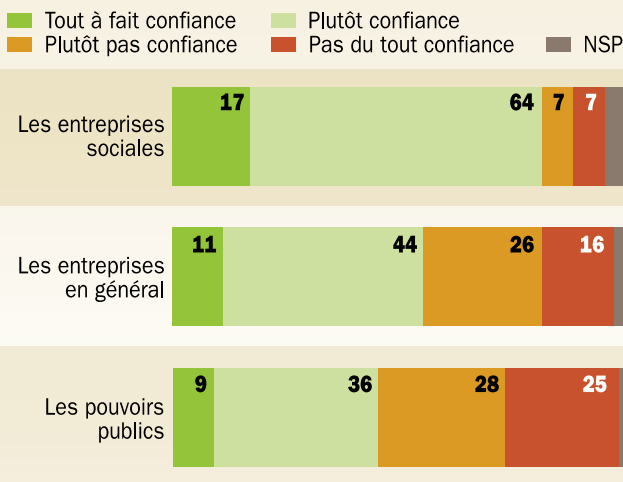
Ensemble des actifs



Source : CSA/Avise

Faites-vous confiance à ces acteurs pour faire évoluer la société dans le bon sens ?

Ensemble des Français, en %



Source : CSA/Avise

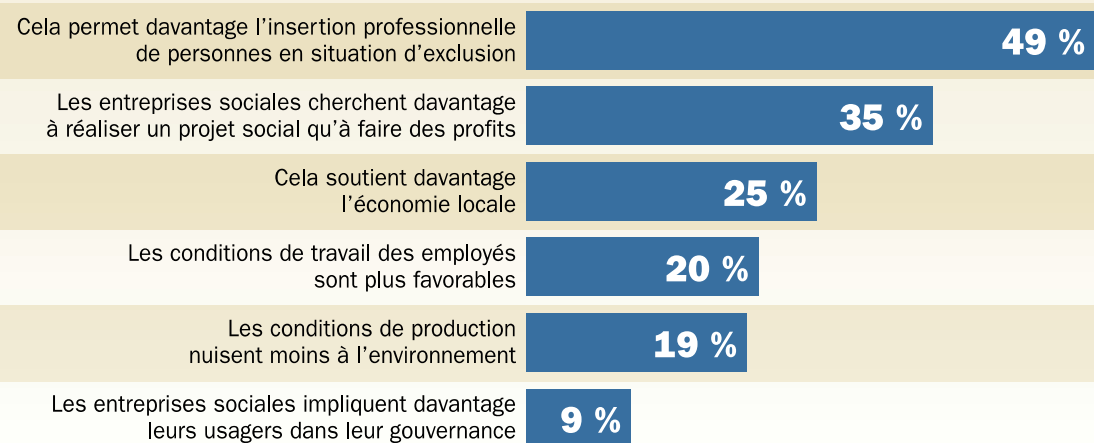
Une confiance forte

Les personnes interrogées font presque deux fois plus confiance aux entreprises sociales (81 %) qu'aux pouvoirs publics (45 %) ! Le rôle positif des entreprises sociales est particulièrement mis en avant par les plus diplômés (90 %) et les sympathisants de gauche (89 %, contre 72 % des sympathisants de droite).

Des emplois qui attirent

Pour 73 % des actifs, le fait qu'une entreprise soit sociale les inciterait à y postuler. L'incitation monte à 80 % auprès des jeunes qui sont aussi 48 % à se déclarer « prêts à créer une entreprise sociale », contre 34 % en moyenne parmi les actifs.

Quelles sont les deux raisons qui vous inciteraient le plus à choisir un produit ou un service d'une entreprise sociale plutôt que celui d'une autre entreprise ?



Source : CSA/Avise

Priorité à l'insertion

Pour justifier la préférence qu'ils pourraient accorder à une entreprise sociale, les Français citent avant tout l'enjeu de l'insertion professionnelle. Deux raisons sont surtout citées par les plus jeunes : 28 % des 18-24 ans citent les conditions de travail et 25 % la protection de l'environnement.

REPÈRES

Quelques chiffres

Une définition de l'entrepreneuriat social
« Les entreprises sociales sont des entreprises à finalité sociale, environnementale ou sociétale et à lucrativité limitée. Elles cherchent à associer les parties prenantes à la gouvernance. » (Source : Mouves.)

L'économie sociale et solidaire

Elle représente près de 10 % des salariés en France, soit 2 246 000 salariés au sein de plus de 215 000 structures :
- plus de 180 000 associations, près de 24 000 coopératives (hors agricole), 7 200 mutuelles et 1 100 fondations ;
- 25 % de la distribution est effectuée par des entreprises de l'économie sociale et solidaire ;
- 80 % des agriculteurs sont des coopérateurs ;
- 30 % du marché agroalimentaire est géré en coopératives ;
- 60 % des dépôts bancaires se font dans des banques mutualistes et coopératives ;
- 90 % des établissements pour personnes handicapées sont gérés sur le mode associatif ;
- 90 % des services à la personne sont gérés par des entreprises de l'économie sociale et solidaire ;
- 45 % des maisons de retraite sont gérées sur le mode associatif.

Une croissance continue de l'emploi

Entre 2006 et 2008, l'économie sociale et solidaire a contribué pour 18 % à l'augmentation des effectifs salariés en France grâce à la création de 104 000 emplois. Le taux de croissance des emplois au cours de cette période a été de 2,4 %, contre 1,8 % pour le reste du secteur privé. (Source : Insee, Clap 2006-2008.)

Pour en savoir plus

Le Conseil national des chambres régionales de l'économie sociale (CNCRES) a publié en 2009 un Atlas de l'économie sociale et solidaire [site Internet : www.cncres.org].

L'autopartage cherche sa voie

Lentement, la France sort du « tout voiture ». Les entreprises sociales y contribuent

BORDEAUX (Gironde)
De notre correspondant

« Tous les matins, à l'embauche, je suis coincée dans des kilomètres de bouchon sur la rocade bordelaise, c'est usant », souffle Delphine, 27 ans, secrétaire. « Nous devons absolument réduire la place de la voiture en ville », reconnaît Clément Rossignol, vice-président de la communauté urbaine de Bordeaux (CUB), en charge « des déplacements doux et des mobilités alternatives ». Pour y parvenir, aujourd'hui, toutes les grandes agglomérations testent l'autopartage. Créé en 2001, le réseau France Autopartage, coopérative d'entreprises, œuvrant pour la plus grande part dans le secteur de l'économie sociale et solidaire, compte déjà onze opérateurs installés dans une vingtaine de villes telles que Paris, Marseille, Toulouse, Rennes, Lille...

À Bordeaux, Autocool n'a, pour l'heure, que 1 000 utilisateurs, mais les ambitions politiques sont fortes. « Nous voulons atteindre les 10 000 d'ici à cinq ans », indique Clément Rossignol. Dans le même esprit, la communauté urbaine de Nice va proposer un service d'autopartage 100 % électrique à compter du 30 mars 2011. Avant fin 2012, elle devrait posséder 210 véhicules

répartis sur 70 stations, ouvertes vingt-quatre heures sur vingt-quatre, sept jours sur sept. Fin 2011, un service équivalent, Autolib', débarquera à Paris. Les projets se multiplient, car le bénéfice attendu pour la collectivité est important. « Une voiture en autopartage, c'est huit voitures en moins dans la rue », estime Nicolas Guenro, directeur d'Autocool.

Le concept séduit aussi bien les particuliers habitant et travaillant en ville, les professions libérales, les collectivités, que les grandes entreprises, qui économisent sur les notes de frais, de taxis et s'offrent en plus une image de société « responsable ». « Cela nous évite d'acheter une voiture qui nous servirait seulement trois fois par mois », se réjouit Olivier Fescaux, 41 ans, assistant d'éducation. D'autant que les tarifs sont compétitifs. En région parisienne, à La Ferté-sous-Jouarre (Seine-et-Marne), la voiture se loue 2,50 € à l'heure, 45 € à la journée. « Si vous faites 5 000 km par an, votre budget auto atteindra 2 500 € au maximum avec l'autopartage, soit 45 % d'économie au moins », promet Nicolas Guenro. Un argument de poids, surtout dans les années à venir, au regard du renchérissement inévitable du coût du pétrole.

Ce qui devrait faire évoluer les mentalités. « Au début, nos salariés étaient réticents à prendre le bus ou le tramway pour aller jusqu'à une station d'autopartage. Ils sont habitués à prendre leur voiture en bas de chez eux », explique Hélène

Lafite-Dupont, gestionnaire de Signe, coopérative de services de traduction en langue des signes qui emploie une quinzaine de salariés se déplaçant dans toute l'Aquitaine. Après trois mois d'expérience, tout le monde y trouve son compte. « Les salariés n'usent plus leurs voitures personnelles et nous sommes passés d'un coût au kilomètre de 0,45 € à 0,28 € », observe-t-elle.

C'est une nouvelle manière de se déplacer qui va entrer dans les mœurs. « On ne passe pas de

« On se rend compte que la propriété coûte cher et l'on va apprendre à partager les choses »

la voiture individuelle à l'autopartage, mais à l'intermodalité. On utilise aussi le vélo, les transports en commun », souligne Nicolas Guenro. Au fond, l'autopartage est une autre façon de penser son rapport à la société. « On se rend compte que la propriété coûte cher et l'on va apprendre à partager les choses », prédit Philippe Brendel, président de l'Observatoire du véhicule d'entreprise. D'ailleurs, ce n'est pas un hasard si la plupart des entreprises d'autopartage sont des acteurs de l'économie sociale et solidaire. Ainsi, Autocool est une société coopérative d'intérêt collectif (Scic), où une centaine d'adhérents, des salariés, des entreprises, des

collectivités sont actionnaires et ont un réel poids sur les décisions prises en conseil d'administration. « Cela nous permet d'associer les utilisateurs à notre développement, tout en nous prémunissant d'une spéculation sur le capital, puisque 60 % des excédents ne peuvent pas être distribués en dividendes », analyse Nicolas Guenro. Pour lui, économie solidaire et autopartage vont de pair : « C'est important aussi que notre entreprise soit à l'image de l'autopartage, avec un fonctionnement démocratique, où le pouvoir est partagé, avec des usagers et des entreprises sur le même plan. »

Aujourd'hui, seuls 25 000 Français sont passés à l'autopartage. Selon une étude du cabinet Xerfi, « à l'horizon 2015, le nombre d'abonnés devrait atteindre 140 000 personnes et le chiffre d'affaires du secteur serait multiplié par six ». On sera encore loin du marché allemand, estimé à 10 millions d'abonnés en 2016. Désormais, la priorité pour les opérateurs est de trouver un modèle économique viable. Pour « percer », l'autopartage devra être économique et pratique. Les politiques ont donc un rôle majeur à jouer. À Bordeaux, les voitures en autopartage ont déjà des places réservées et quatre-vingt-dix minutes de stationnement gratuit sur l'ensemble de la voirie. Mais, cela ne suffira pas. C'est pourquoi, la CUB envisage aussi de réserver la troisième voie de la rocade à l'autopartage. Une idée impensable, il y a encore cinq ans.

NICOLAS CÉSAR

TRIBUNE

Tarik Ghezali
Délégué général du Mouvement
des entrepreneurs sociaux

L'entrepreneuriat social en mouvement

Le Mouvement des entrepreneurs sociaux (Mouves) fédère et représente les entrepreneurs sociaux et leurs partenaires. Des entrepreneurs motivés avant tout par l'intérêt général, pour qui le profit est un moyen, pas une fin en soi. Des entrepreneurs qui partagent une volonté commune, celle de construire une économie humaine répondant efficacement aux besoins de la société : emploi, santé, logement... Dispersés, cloisonnés, les entrepreneurs sociaux n'arrivent pas encore à mobiliser l'opinion, à influencer les décideurs, à rendre visibles leurs pratiques et leurs solutions. Ensemble, ils peuvent être plus forts et plus audibles. Ils peuvent agir pour changer la donne. C'est pourquoi a été créé le Mouves, dans la lignée du *Livre blanc pour développer l'entrepreneuriat social* (2009, Avise).

Le Mouves veut ainsi démultiplier et faire grandir les entrepreneurs sociaux, en révélant leur métier et leurs solutions et en créant un environnement favorable à leur essor. Lancé en février 2010, le Mouves compte aujourd'hui plus de 250 adhérents. Il en vise 1 000 en 2013. Il est actuellement présidé par Jean-Marc Bo-

rello, délégué général du Groupe SOS, entreprise sociale de 3 000 salariés, présente sur tous les champs de la solidarité (40 000 bénéficiaires). L'innovation sociale constitue un chantier clé du Mouves. Il a défendu avec succès auprès de la mission Vercamer (1) et des ministres concernés la nécessité d'ouvrir à l'innovation sociale les dispositifs existants en faveur de l'innovation, aujourd'hui centrés sur l'innovation technologique.

Ensemble pour être plus forts et plus audibles.

Le Mouves s'est aussi mobilisé pour obtenir la mise en place d'un fonds (100 millions d'euros) dédié aux entreprises sociales innovantes dans le cadre du grand emprunt. Le Mouves poursuit ce travail de plaidoyer au niveau européen et travaille également avec l'Avise et leurs partenaires à un plan d'actions partagé, pour accélérer le développement de l'innovation sociale en France en 2011.

(1) Francis Vercamer, député du Nord, a réalisé l'an dernier pour le premier ministre un rapport sur le développement de l'entrepreneuriat social.

SITE INTERNET: www.mouves.org

FORUM >>>> Hugues Sibille, vice-président du Crédit Coopératif et président de l'Avise

La porte du changement économique s'ouvre de l'intérieur

L'année 2010 s'est achevée sur l'incroyable succès du livre *Indignez-vous* de Stéphane Hessel. Cet exercice moral est salutaire. Merci, Monsieur Hessel. Mais on ne saurait en rester à l'indignation en 2011. Il faut passer à l'acte, expérimenter collectivement des modèles économiques qui diminuent les raisons de s'indigner, parce qu'ils contribuent à une économie plus humaine. C'est à cela que répond l'entrepreneuriat social.

Le sondage commandé par l'Avise montre la progression de l'attente des Français vis-à-vis de cet «entreprendre autrement» : 81 % des Français font confiance aux entrepreneurs sociaux pour faire évoluer la société dans le bon sens. Par comparaison, ils ne sont que 45 % à faire confiance aux pouvoirs publics. Ces chiffres encouragent ceux qui défendent l'entrepreneuriat social et l'économie sociale et solidaire (ESS) à amplifier leurs efforts. Réjouissons-nous qu'un autre grand résistant, Claude Alphanéry, ait pris l'initiative de lancer pour juin 2012 des états généraux de l'économie sociale et solidaire et préparer des «cahiers de l'Espérance».

L'attente est forte vis-à-vis de l'entrepreneuriat social. Il s'agit de ne pas la décevoir, de rendre compte de ses progrès et de ses difficultés : d'où cette publication régulière des «Tendances des entreprises sociales» en association avec *la Croix*. Nous sommes convaincus qu'il s'agit d'un mouvement durable qui peut apporter des réponses à trois enjeux majeurs.

D'abord, innover pour répondre à des besoins sociaux et environnementaux peu ou mal couverts, et, en améliorant la qualité de vie et la cohésion sociale, créer les emplois de demain. La santé, la dépendance, l'éducation, le logement, l'alimentation, les énergies nouvelles, les logiciels libres... sont des gisements pour enrichir la croissance en «emplois verts» et en «emplois blancs».

Ensuite faire exister une «biodiversité entrepreneuriale». À côté de nos grandes entreprises internationales, de PME familiales, il est bon qu'existent des entreprises qui, tout en étant sur le marché, se fixent comme but l'intérêt collectif ou l'utilité sociale. Elles contribuent également à rénover certains services publics et à favoriser la mutation d'une partie de notre monde associatif.

Enfin l'entrepreneuriat social peut contribuer à élever le niveau d'éthique et de responsabilité de l'ensemble des entreprises. De ce point de vue, les partenariats entre entreprises «classiques» et entreprises sociales peuvent être porteurs de sens. Par leurs politiques d'achat et de recrutement, par leur



mécénat, les entreprises grandes ou familiales peuvent être des partenaires de l'entrepreneuriat social. Ces partenariats contribueront à ouvrir la porte du changement économique de l'intérieur (1).

Pour se développer, l'entrepreneuriat social a besoin de l'engagement à ses côtés de la société civile. Chacun peut agir par sa façon de consommer, d'habiter, de placer son argent, de se déplacer, de se loger... et bien sûr d'entreprendre. Le Salon des entrepreneurs montre qu'ils sont de plus en plus nombreux ceux qui souhaitent

Chacun peut agir par sa façon de consommer, d'habiter, de placer son argent, de se déplacer, de se loger...

concilier liberté d'entreprendre et utilité sociale. Les pouvoirs publics peuvent aussi encourager ce développement. Parmi les propositions à débattre en 2011 : la mise en place d'un label, le financement de l'innovation sociale, l'accès aux 100 millions d'euros du grand emprunt pour les fonds propres, l'intégration du plan pour l'entrepreneuriat étudiant. Le Conseil supérieur de l'économie sociale et solidaire récemment renouvelé peut être le lieu de concrétisation de ces mesures publiques.

Au fond, l'entrepreneuriat social pourrait être un fabricant de confiance et d'optimisme dont la société française, défiante et déprimée, a tellement besoin ! Particulièrement au sein des jeunes générations chez qui on sent monter une très forte quête de sens. À son niveau, l'entrepreneuriat social ne serait-il pas précurseur d'un avenir où l'homme retrouve sa juste place dans l'économie, et l'économie sa juste place dans la société ?

(1) «La porte du changement s'ouvre de l'intérieur» de Jacques Chaize (Éditions Calmann-Lévy).

En savoir plus sur l'Avise

Créée en 2002 par la Caisse des dépôts et les grands acteurs de l'économie sociale, l'Avise est l'agence nationale du développement des activités conjuguant dimension économique et finalité sociale. Elle a notamment pour mission d'informer, de former et de proposer des outils pour faciliter la création et le développement des entreprises sociales. Elle édite ainsi une centaine de publications, anime cinq sites Internet et diffuse des ressources utiles aux acteurs de terrain (guides, fiches pratiques, interviews, initiatives, annuaires, newsletters...), des veilles sectorielles et des espaces d'échanges. Elle expérimente et anime également des dispositifs innovants de création d'entreprises sociales comme le

réseau des Fabriques à initiatives. Dans toutes ses actions, l'Avise privilégie systématiquement la coopération avec l'ensemble des parties prenantes, publiques et privées.

CONTACT: Avise, 167, rue du Chevaleret. 75013 Paris.
TÉL.: 01.53.25.02.25. **COURRIEL:** contact@avise.org.
SITES INTERNET: www.avise.org et www.entrepreneur-social.net



La nouvelle lettre d'information
www.la-Croix.com



Tous les soirs, recevez dans votre boîte e-mail les informations essentielles publiées par LA CROIX.

Inscrivez-vous sur www.la-Croix.com

Ouvrez grand l'univers la Croix d'un simple clic.

