

Baromètre de l'entrepreneuriat social en Suisse 2024

SENSSuisse
Social Entrepreneurship



Co-funded by the
European Union



european
social enterprise
monitor

Sommaire

Page 2	Préface
Page 3	Entrepreneuriat social : définition et contexte
Page 4 & 5	Le Baromètre en bref et sources des données
Page 6 & 7	Les entreprises sociales sont présentes dans chaque secteur d'activité
Page 8, 9, 10 & 11	Focus sur le financement
Page 12	Financement initial
Page 13	Portrait de l'entreprise : MusikSpitex
Page 14	Sources de financement
Page 15	Types de financement et utilisation du financement
Page 16	Portrait de l'entreprise : Nest Fondation collective
Page 17	Évolution du chiffre d'affaires et des bénéfiques
Page 18	Portrait de l'entreprise : Choba Choba
Page 19	Changement d'échelle et stratégies
Page 20 & 21	Contribution Impact Hub Ticino
Page 22	Obstacles
Page 23	Portrait de l'entreprise : Quadrat
Page 24	Portrait de l'entreprise : Ucliva
Page 25	Formes juridiques des entreprises sociales
Page 26	Portrait de l'entreprise : neonomia
Page 27	Les femmes dans les postes de direction
Page 28 & 29	Contribution Haute école spécialisée de Berne
Page 30	Portrait de l'entreprise : RRRRevolve
Page 31	Approvisionnement et sources de revenus
Page 32	Portrait de l'entreprise : Neue Sicht
Page 33	Portrait de l'entreprise : L'Alberoteca
Page 34	Âge et salariés à temps plein des entreprises sociales
Page 35	Portrait de l'entreprise : Fondation Züriwerk
Page 36 & 37	Contribution APRÈS-Ge



Données pour la promotion de l'entrepreneuriat social en Suisse

Le troisième Baromètre de l'entrepreneuriat social en Suisse est arrivé ! Je suis très heureuse que nous puissions à nouveau présenter un rapport détaillé sur les entreprises à impact en Suisse.

Le nouveau Baromètre démontre la croissance du secteur de l'entrepreneuriat social, ainsi que le fait que nous trouvons des entreprises à impact dans presque toutes les branches et tous les secteurs économiques. Il y a de plus en plus d'entreprises qui associent leurs objectifs économiques à des objectifs de durabilité. Les entrepreneurs sociaux trouvent justement leur motivation de la combinaison d'objectifs économiques et sociaux. Ils et elles créent de plus en plus de postes de travail attrayants pour les travailleuses et travailleurs qui souhaitent exercer une activité professionnelle qui a du sens.

Chez SENS, nous sommes convaincu·e·s que l'entrepreneuriat social en Suisse doit continuer à être encouragé et rendu visible, car il apporte des solutions à divers défis sociaux et qu'il montre la voie d'une économie consciente des ressources et tournée vers l'avenir. Les exemples d'entreprises présentés dans le rapport mettent précisément l'accent sur ces points et ce de manière transversale, à travers les branches et les secteurs économiques, de l'architecture à l'hôtellerie, en passant par la prévoyance vieillesse.

Nous vous souhaitons une lecture inspirante et remercions les entrepreneuses et entrepreneurs impliqué·e·s, nos partenaires d'Euclid Network, ainsi que les organisations qui nous soutiennent et notre équipe de rédaction.



Pia Tschannen
Présidente de SENS

L'entrepreneuriat social en bref

Agir en tant qu'entrepreneur pour un impact positif sur l'ensemble de la société : tel est le cœur de l'entrepreneuriat social (Social Entrepreneurship). En d'autres termes, ces entreprises réalisent leurs bénéfices grâce à des produits et des services sur le marché, mais elles placent leur business model sous l'objectif prioritaire d'obtenir un impact social, culturel et/ou environnemental (mission sociale). Le bénéfice est explicitement utilisé pour développer l'entreprise et renforcer l'objectif d'impact.

Les 5 principes de l'entrepreneuriat social:*



La raison d'être de l'entreprise réside dans son impact social, environnemental ou culturel positif.



Les recettes proviennent à 50% au moins de prestations ou de produits.



La compétence décisionnelle et la responsabilité incombent à l'entreprise de manière autonome.



Les excédents de revenus sont en grande partie réinvestis dans l'impact social.



Les parties prenantes ont la possibilité de participer activement.

*Les 5 principes se basent sur la définition de l'OCDE et de l'EMES.

Quelles sont les mesures nécessaires pour la Suisse ?

Les mesures suivantes sont nécessaires pour promouvoir l'entrepreneuriat social de manière ciblée :

- Des points de contact : Centres de conseil pour les (jeunes) entreprises sociales
- Promouvoir la notoriété et les connaissances : par exemple à travers des formations appropriées dans les écoles et les universités
- Suivi statistique : collecte de données sur la diffusion, la taille et l'impact de l'économie sociale
- "Buy Social" : promotion ciblée des entreprises sociales dans les marchés publics et privés d'approvisionnement et de consommation

Renforcer l'économie sociale

Les entreprises sociales s'efforcent de trouver des solutions aux défis sociaux. Ainsi, leur action vise directement la réalisation des 17 Objectifs de développement durable (ODD) et elles apportent une contribution importante au développement économique durable.

Au niveau international, l'OCDE est pionnière en matière de soutien aux formes d'économie à impact. Elle a publié la [Recommandation sur l'économie sociale et solidaire et l'innovation sociale](#) et a ainsi créé un cadre international. L'ONU donne également un signal important pour le secteur avec la "[Résolution sur l'économie sociale et solidaire \(ESS\)](#)".

En Europe, les choses avancent également. L'UE a adopté en 2021 le [Plan d'action pour l'économie sociale](#). L'Allemagne a lancé sa [Stratégie pour les innovations sociales et les entreprises orientées vers le bien commun](#). En outre, plusieurs pays européens offrent des exemples de la manière dont une base optimale pour l'entrepreneuriat social peut être créée au niveau juridique.



Le Baromètre en bref

Les entrepreneurs sociaux associent l'action économique à un impact positif sur la société (social, environnemental et/ou culturel). Ils s'attaquent aux défis actuels et font avancer le développement durable.

Le Baromètre de l'entrepreneuriat social de SENS fournit des données précieuses et informe les politiques, les autorités et l'économie sur les opportunités et les obstacles de l'entrepreneuriat social. Ce moniteur analyse les données de 109 entreprises sociales suisses et présente des aperçus passionnants :

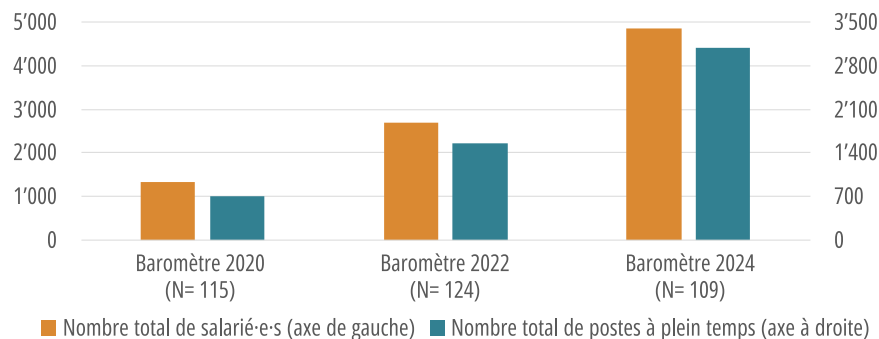
- Depuis 2020, le nombre d'employés représentés dans l'échantillon et leurs équivalents temps plein (ETP) ont presque quadruplé.
- Les femmes sont fortement représentées : 51 % des postes de management et 39 % des postes de direction sont occupés par des femmes, ce qui est nettement supérieur à la moyenne suisse.
- Les fondations occupent la première place dans le financement du développement, des investissements, des liquidités et de la croissance. Elles sont souvent sollicitées et affichent un taux de réussite relativement élevé. Cela montre que les fondations jouent un rôle important dans le financement des entreprises sociales.
- La majorité des entreprises sociales présentent un bilan équilibré.

- Les entreprises sociales sont représentées dans toutes les formes juridiques possibles, mais les coopératives, les fondations et les associations sont plus nombreuses que la moyenne.
- Leur impact positif se manifeste dans tous les secteurs et toutes les régions de Suisse.
- 33 % des personnes interrogées indiquent avoir des besoins financiers pour faire évoluer leur entreprise. 20 % indiquent avoir besoin de moyens financiers pour l'expansion sur de nouveaux marchés. Cela indique que de nombreuses entreprises sociales ont besoin de capitaux pour accroître leur impact par le biais d'une mise à l'échelle.
- Malgré leur engagement, de nombreuses entreprises sociales voient des obstacles qui freinent leur développement. Le plus grand obstacle cité par les entreprises est la faiblesse du lobbying.
- Pour plus de la moitié des entreprises sociales, le commerce avec les clients commerciaux (B2B) est la principale ou la deuxième source de revenus (58 sur 108). Il en va de même pour le commerce avec les clients privés (B2C).

Ce Baromètre montre que les entrepreneurs sociaux en Suisse participent activement à la construction de l'avenir - et qu'ils se heurtent à des défis qu'il faut surmonter.



Sources des données

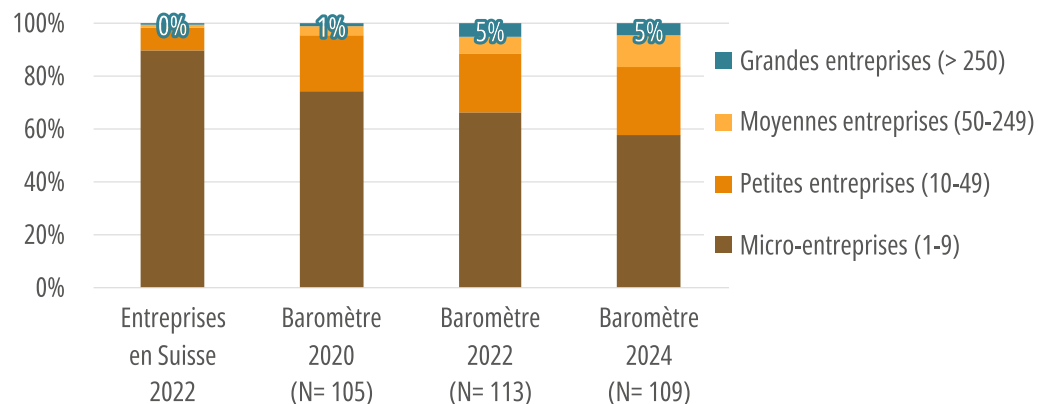


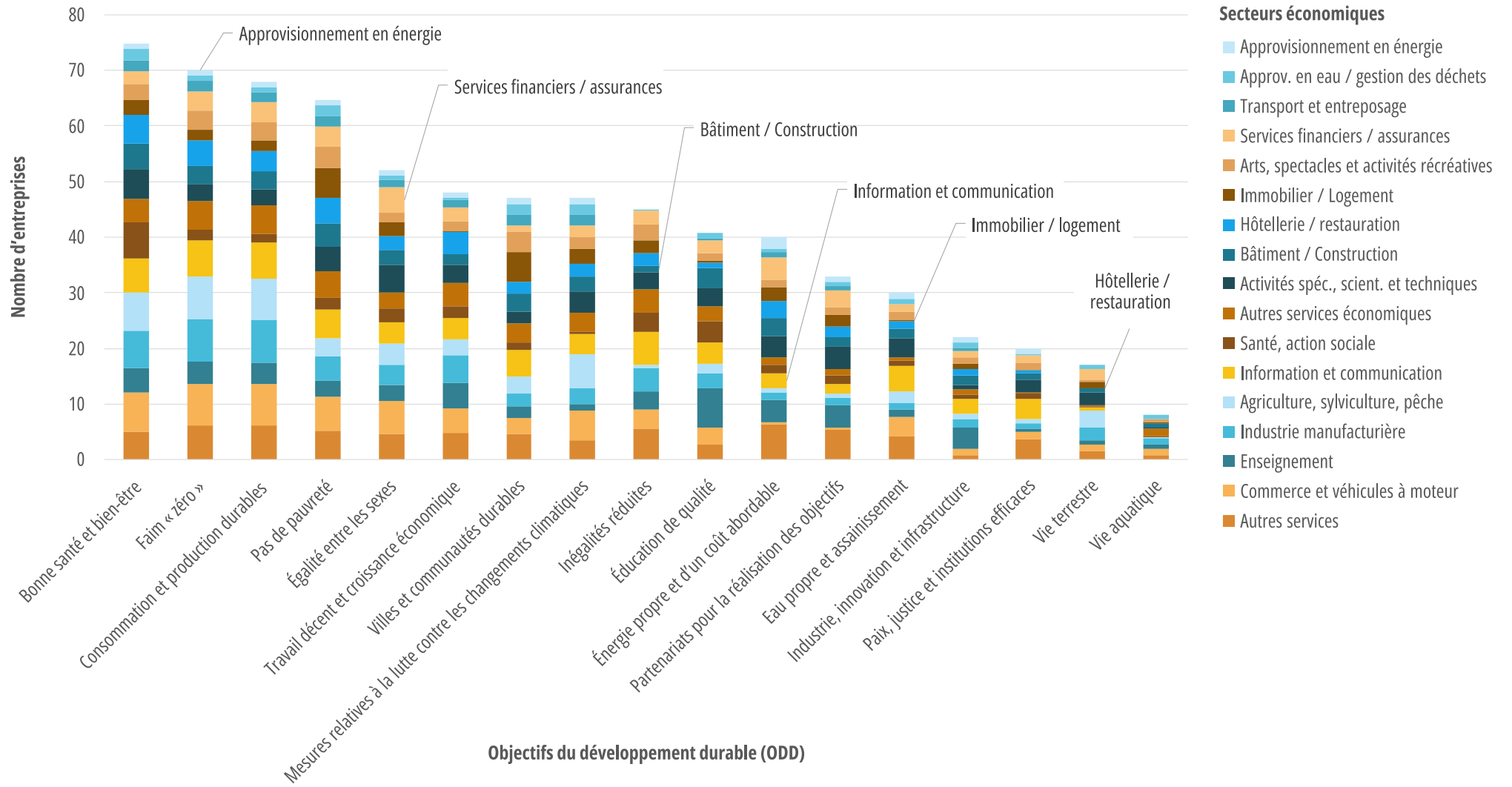
Il n'existe pas de données fiables sur la population de l'entrepreneuriat social en Suisse. Sur la base d'estimations tirées de la littérature, nous arrivons à la conclusion que ce moniteur représente environ 3% des entreprises sociales en Suisse.

Au total, 109 entreprises ont participé à ce monitoring. Il s'agit jusqu'à présent du plus petit échantillon pour le Baromètre de l'entrepreneuriat social. Dans le même temps, le nombre d'employés représentés et leurs équivalents temps plein (ETP) ont presque quadruplé depuis 2020. Le moniteur recense désormais près de 5.000 salariés et plus de 3.000 équivalents temps plein (ETP). Cette nette augmentation montre que la base de données est néanmoins plus représentative de l'ensemble du secteur que les années précédentes. En même temps, cela signifie que d'année en année, ce sont plutôt de grandes entreprises qui ont participé.

Comparées à l'ensemble des entreprises de l'économie de marché en Suisse, les entreprises représentées ici sont plutôt plus grandes. Cela est probablement dû d'une part au fait que les défis sociaux sont un peu moins souvent abordés en tant qu'entreprise individuelle, et d'autre part au fait que les très petites entreprises sont un peu plus difficiles à atteindre pour participer à des enquêtes.

Comme en 2022, SENS a mené l'enquête en interne pour le Baromètre de l'entrepreneuriat social 2024, en coordination avec le European Social Entrepreneurship Monitor (ESEM). L'enquête a été réalisée en ligne, entre le 1er novembre 2023 et le 31 janvier 2024. Pendant la période de l'enquête, les membres et les organisations partenaires de SENS ont diffusé et relayé l'enquête sur les réseaux sociaux et par publipostage. L'enquête pouvait être remplie en allemand, en français et en italien. Alors que l'ESEM a défini la plupart des questions, SENS s'est occupé de la traduction.





La polyvalence des entreprises sociales : un impact social dans les secteurs les plus divers

Les entreprises sociales s'engagent à relever les défis sociaux dans un grand nombre de secteurs. Le cœur de l'entrepreneuriat social est d'obtenir un impact social positif par le biais de l'action entrepreneuriale.

Les 17 Objectifs de développement durable (ODD) des Nations unies offrent un cadre de référence pour la multitude de défis sociétaux auxquels les entreprises sociales s'attaquent. Dans ce contexte, les entreprises sociales ont indiqué dans le cadre du moniteur dans quels ODD se situe leur impact social - de la santé et du bien-être aux mesures de protection du climat en passant par l'égalité des sexes.

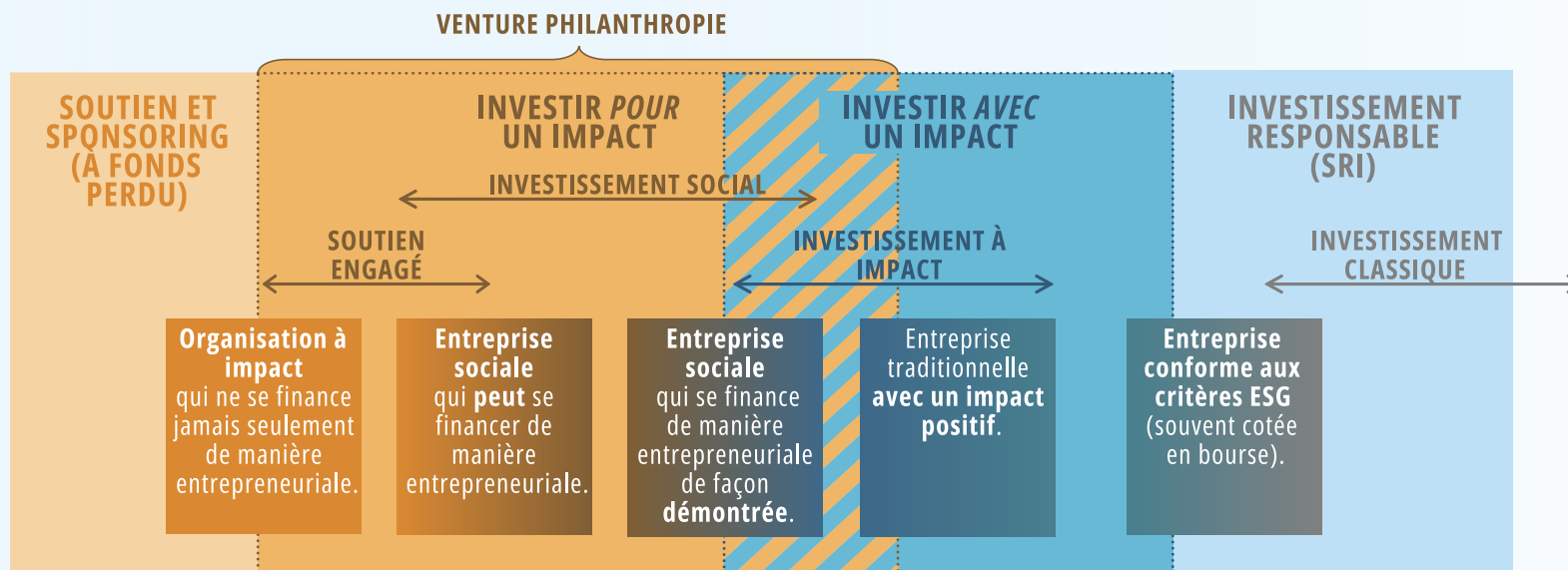
L'évaluation graphique met en évidence que les entreprises sociales en Suisse déploient leur impact social dans les domaines les plus divers et couvrent ainsi les 17 ODD. Parallèlement, on trouve des entreprises sociales dans presque tous les secteurs économiques, sur la base de la Classification internationale type des activités économiques (CITI) de l'ONU. La seule exception est l'exploitation minière et l'administration publique, cette dernière n'étant pas considérée comme une entreprise sociale par définition. Cela signifie que pour chaque branche, il existe au moins une entreprise sociale en tant que fournisseur ou prestataire de services.

Ainsi, l'entrepreneuriat social en Suisse se révèle extrêmement diversifié à deux égards : d'une part, l'impact social est réalisé dans différents domaines et, d'autre part, l'activité entrepreneuriale s'étend à de nombreuses branches. Cette diversité souligne le large engagement des entreprises sociales qui, par leur impact, apportent une contribution importante au développement durable.



«For impact» : Investir *pour* un impact

Investir *pour* un impact social positif (for impact) va plus loin qu'investir *avec* un impact positif (with impact). Il s'agit en premier lieu de trouver une opportunité pour permettre un impact social positif grâce à un investissement. Ce n'est donc pas l'investissement qui prime, mais l'impact. Cela n'est pas possible sans patience et sans prise de risque. En revanche, le capital peut faire d'autant plus bouger les choses. En revanche, investir *avec* un impact convient mieux aux investisseurs ayant un besoin de sécurité plus élevé. Une entreprise sociale peut s'adresser aux deux (voir graphique ci-dessous¹). En règle générale, il n'existe pas de "tickets d'investissement" prêts à l'emploi, ils sont déterminés en fonction des besoins d'une entreprise sociale.



Une somme considérable est déjà investie *pour* ou *avec* impact. Au niveau mondial, le volume des investissements durables (en tant que super-catégorie) est estimé à 25-1'111 billions de CHF², et à 1,7 billion de CHF³ pour la Suisse. Sur ce total, environ 1 billion est attribué à l'investissement *responsable* et 660 milliards à l'investissement *avec* et parfois *pour* un impact (catégories Eurosif 3 et 4⁴). Les investissements axés sur l'impact ont déjà atteint des tailles considérables et se développent fortement. En Suisse, le volume des investissements *avec* et *pour* un impact a doublé l'année dernière.

1 Graphique basé sur "The Investing for Impact Toolkit" (2020)

2 Global Sustainable Investment Review 2022 (2023), Sizing the Impact Investing Market (2022)

3 Swiss Sustainable Investment Market Study 2024 (2024)

4 Classification Scheme for Sustainable Investments (2024)



L'estimation du potentiel de marché de SENS montre ce qui pourrait être investi spécifiquement dans les startups de l'entreprise sociale. Pour ce faire, nous avons utilisé deux approches indépendantes l'une de l'autre : "bottom up" et "top down" (voir graphique ci-dessous). Pour l'approche bottom up, nous avons estimé le nombre de startups sociales prêtes à investir et multiplié ce nombre par le volume d'investissement moyen dans un programme d'investissement pour les entreprises sociales de la banque française BNP Paribas. Il en résulte un potentiel de 60 millions de CHF/an. Dans l'approche top down, nous avons multiplié les investissements à but lucratif dans les start-ups suisses par le rapport entre les entrepreneurs sociaux et les entrepreneurs à but lucratif. Il en résulte un potentiel de 330 millions de CHF/an. Nous pouvons ainsi pour la première fois indiquer une fourchette pour le marché de l'entrepreneuriat social : Chaque année, 60 à 330 millions de CHF pourraient être investis dans des start-ups pour un impact positif.

BOTTOM UP: XPÉRIENCES DU SOUTIEN DE START-UPS SOCIALES

Valeurs empiriques du capacity building en Suisse :
~ 220 candidatures/an

Autres programmes :
~220 candidatures/an

Total :
~440 start-ups/an
dont environ 25 %
(110) prêtes à
l'investissement

110 start-ups • 545 mille =
60 MIO/AN

« Act for Impact » BNP Paribas :
au total 1,2 mia € investis
dans 2'200 entreprises sociales
→ ~545 mille par investissement

TOP DOWN : CAPITAL INVESTI DANS DES START-UPS ET PART D'ENTREPRENEURS SOCIAUX

2,6 mia CHF/an investis à but lucratif dans des start-ups suisses
(Swiss Venture Capital Report 2024)

Parmi les entrepreneurs suisses, env. 11 % sont « sociaux », 89 % principalement à but lucratif
(Global Entrepreneurship Monitor 2016, 2019)

2,6 mia • 11% / 89% =

330 MIO/AN

Un écosystème de financement « for impact » pour la Suisse



Rahel Pfister
Directrice de SENS

Quelles sont les expériences de SENS en matière d'investissements "for impact" ?

En Suisse, nous n'en sommes qu'au début. Nous avons fait nos premières expériences par exemple avec le Social Impact Accelerator. Il est apparu clairement que la promotion de l'entrepreneuriat social ne fonctionne que si elle est conçue à long terme et que le renforcement des capacités est couplé à un programme d'investissement. Je suis donc très heureux que nous puissions désormais mettre en place, avec des partenaires solides, un écosystème de financement "for impact" à l'échelle de la Suisse pour les entreprises axées sur l'impact, qui, nous l'espérons, mettra en relation de nombreux bailleurs de fonds axés sur l'impact avec les entreprises correspondantes dans les années à venir.

Les développements actuels en Europe sont une source d'inspiration pour nos activités. Dans différents pays, de nouveaux réseaux de bailleurs de fonds axés sur l'impact social positif (social impact) voient le jour. Ils sont prêts à mettre en place des mécanismes de financement qui répondent aux besoins individuels des start-ups et des entreprises axées sur l'impact. Ainsi, des instruments de financement adaptés sont testés, comme les prêts convertibles, une approche déjà établie, ou des modèles plus récents comme l'Impact-Linked-Loan. Beaucoup de ces modèles nous semblent également très intéressants pour la Suisse.



Quel est le rôle de SENS en ce qui concerne les investissements "for impact" ?

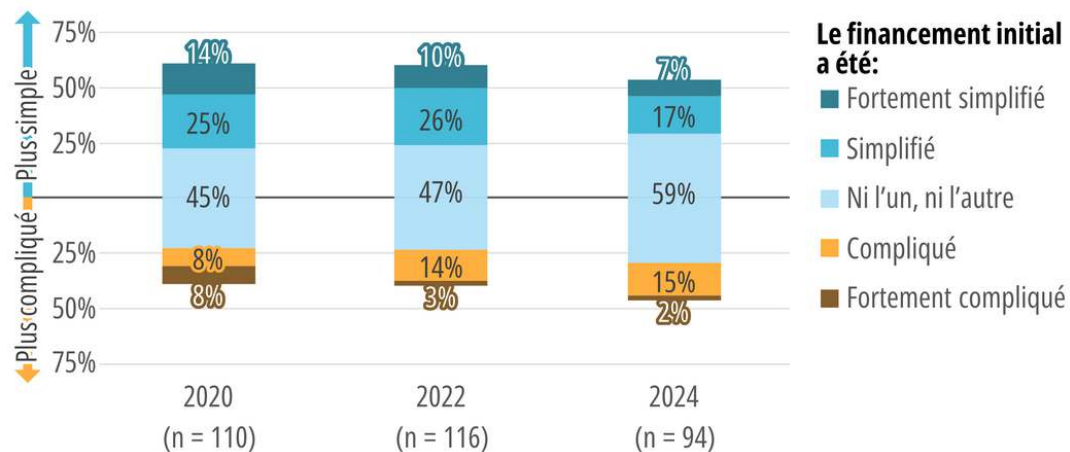
SENS agit comme un plateau tournant. Nous bâtissons des ponts entre les entreprises à impact et les bailleurs de fonds, nous établissons des liens avec différentes offres de promotion en Suisse, nous informons les médias et les politiques des dernières découvertes et nous entretenons des échanges intensifs avec différentes hautes écoles et partenaires de recherche. Avec eux, nous testons des normes de qualité et d'impact pour l'entrepreneuriat social, que nous représentons dans les programmes en tant que label de qualité. De plus, nous sommes en contact avec les différents acteurs de l'entrepreneuriat social en Europe et apprenons ce qui fonctionne dans d'autres pays. En ce sens, nous nous considérons également comme un radar à tendances.

À quoi voit-on que le secteur évolue ?

Des évolutions ont lieu dans différents domaines. Par exemple dans les sciences juridiques, où des recherches intensives sont actuellement menées sur le sujet. En effet, les entreprises à impact ont souvent des questions très spécifiques en ce qui concerne l'organisation juridique. C'est pourquoi nous proposons désormais une offre de conseil juridique axée sur l'entrepreneuriat social. Et les choses bougent aussi actuellement en matière de financement, notamment dans le monde des fondations. Depuis une modification de la pratique fiscale dans le canton de Zurich en février 2024, les fondations peuvent y distribuer des prestations de soutien à des entreprises à impact, ce qui a suscité un vif débat sur le thème de l'entrepreneuriat social. J'observe en outre un intérêt naissant pour le thème de l'investissement à impact social. Le nouvel écosystème de financement "for impact" mentionné pour la Suisse a pour objectif de rassembler le plus grand nombre possible de ces investisseurs et bailleurs de fonds à impact et de renforcer ainsi le pool de capitaux pour l'entrepreneuriat social.



L'influence de l'orientation vers l'impact dans le financement initial



Sur les trois années, la plupart des personnes interrogées ont estimé que le financement initial n'était "ni plus facile ni plus difficile" pour une entreprise à impact. Si la création d'une entreprise sociale n'est pas perçue comme particulièrement difficile en termes de financement initial, elle n'est pas non plus perçue comme particulièrement facile.

Pour toutes les années, la part des entreprises qui indiquent que le financement initial a été facilité est plus importante que la part de celles qui disent que le financement initial a été rendu plus difficile. L'accent mis sur l'impact n'a été jugé plus difficile que par 16-17% des répondants. Le passage de "fortement complicqué" à "complicqué" ne doit pas être fortement pondéré. En effet, en 2020, les entreprises représentées étaient plutôt jeunes et petites.

Alors que l'orientation vers l'impact - c'est-à-dire l'accent mis sur l'impact social, écologique et/ou culturel - constitue souvent une facilité pour le financement au début, cela semble moins être le cas dans la phase ultérieure du développement de l'entreprise. À la page 15, nous montrons que de nombreuses entreprises sociales ont du mal à obtenir des investissements, par exemple de la bourse, de business angels ou de banques. Ces sources de financement, plutôt orientées vers le changement d'échelle, semblent plus difficiles à trouver. En revanche, dans la phase de création, une forte orientation vers l'impact peut être attractive et attirer par exemple des financements philanthropiques.



MusikSpitex: Des concerts pour les personnes nécessitant des soins

Quelles étaient l'inspiration et la motivation derrière la création de Musikspitex ?

La pandémie de Covid-19 a plongé dans une solitude encore plus profonde de nombreuses personnes souffrant déjà d'isolement social. C'est ce qui a motivé Mirjam Toews, fondatrice de MusikSpitex, à lutter contre cet isolement des personnes nécessitant des soins et à renforcer leur participation culturelle en organisant des concerts live personnels à domicile.

Quels ont été vos plus grands défis jusqu'à présent ? Comment les avez-vous surmontés ?

L'un des plus grands défis de MusikSpitex a été de trouver un financement et de s'assurer une base financière stable. Grâce à des efforts intensifs de collecte de fonds et à la mise en place de partenariats avec des fondations, cet obstacle a pu être surmonté. De plus, la logistique et l'organisation des visites des musicien·ne·s constituent un autre défi, qui a été relevé grâce à l'introduction d'un système de planification efficace et à une étroite collaboration avec les organisations de soins à domicile.



MusikSpitex est un projet social à but non lucratif à la croisée des services de santé et de l'inclusion sociale et culturelle, qui soutient les personnes nécessitant des soins. En collaboration avec des organisations de soins, des maisons de retraite et des proches, nous mettons en contact des musicien·ne·s professionnel·le·s qui se rendent au domicile des personnes ou dans leur chambre de soins et jouent des concerts à la demande.

Comment l'idée de MusikSpitex a-t-elle évolué depuis ?

Depuis sa création, MusikSpitex n'a cessé d'évoluer. Le projet a commencé avec un petit groupe de musicien·ne·s et s'est entre-temps développé pour atteindre davantage de personnes nécessitant des soins. Cela implique également de proposer des activités sur l'ensemble de la Suisse, et pas seulement à Bâle, où le projet a été créé. La collaboration avec différentes organisations d'aide et de soins à domicile est actuellement intensifiée et l'offre a été étendue aux enfants en soins ainsi qu'aux personnes atteintes de démence et d'autres troubles neurocognitifs.

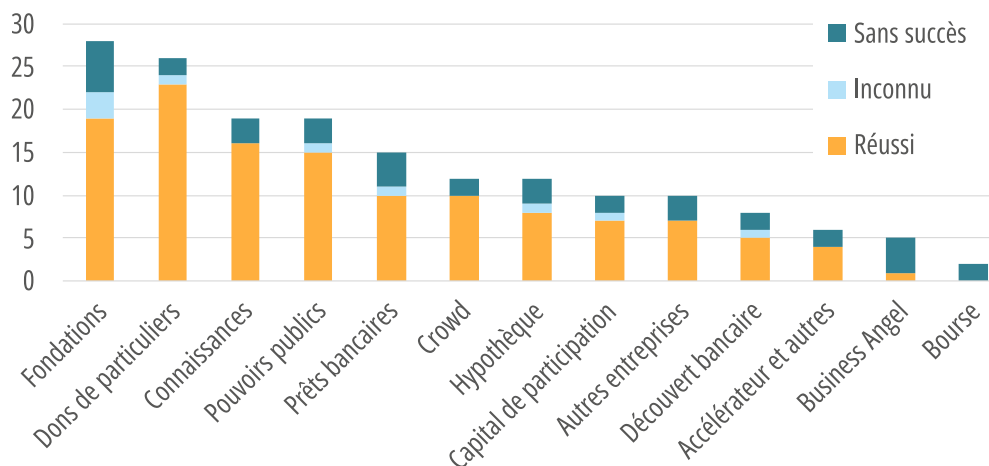
Quelles sont les sources de financement qui vous ont permis de démarrer et ensuite de continuer à vous développer ?

Un projet pilote a d'abord été testé par les associations de soutien de Spitex Allschwil Binningen Schönenbuch, en collaboration avec d'autres fondations. Dans une deuxième phase, des fonds de fondations ont été sollicités pour un financement initial. Actuellement, le travail de MusikSpitex est rendu possible par une combinaison de dons privés, de fonds de fondations et de partenariats avec des organisations de soins.

Quelles sont les sources de financement des entreprises sociales ?

Les fondations sont en première ligne pour financer la construction, les investissements, les liquidités et la croissance. Elles sont souvent sollicitées et présentent un taux de réussite relativement élevé. Cela montre que les fondations jouent un rôle important dans le financement des entreprises sociales. Les crédits et les fonds propres, plus importants en termes de volume (voir le graphique sur la page suivante), ne sont toutefois souvent pas émis par des fondations. Les dons privés et le financement par des connaissances sont les deuxième et troisième sources les plus souvent citées. Ces deux sources de financement ont été fréquemment utilisées et affichent un taux de réussite élevé. Cela indique que les entreprises sociales ont particulièrement de bonnes chances d'obtenir les fonds nécessaires dans leur environnement immédiat et grâce à leurs réseaux personnels. Les dons privés constituent donc un pilier important du financement.

Sources de financement utilisées au cours des 12 derniers mois, par exemple pour financer le développement, les investissements, les liquidités ou la croissance (N= 109)

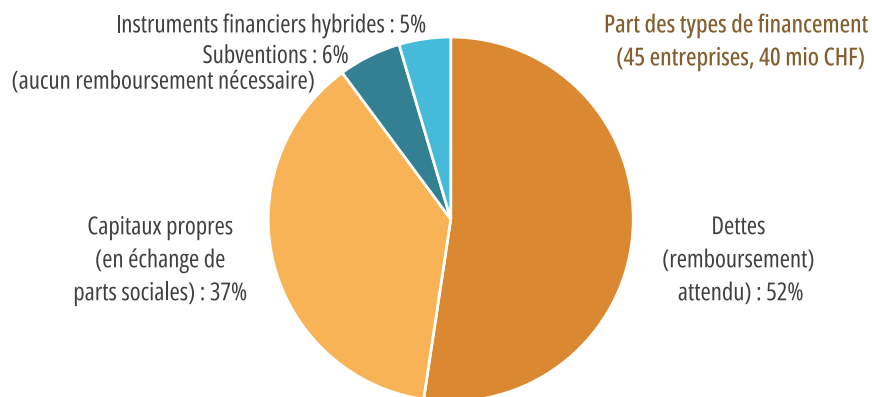


Les sources de financement telles que celles des pouvoirs publics, les prêts bancaires et le crowdfunding sont également souvent utilisées, mais leur succès est mitigé. Alors que certaines entreprises ont réussi à obtenir des financements via ces sources, cela n'a pas été le cas pour toutes. Les business angels et la bourse sont les moins souvent sollicités, et ce avec moins de succès. Nous ne pouvons pas dire si ces sources ne sont que rarement sollicitées du fait des faibles probabilités de succès qui leur sont associées. Mais il est possible que l'écosystème ne soit pas encore suffisamment développé.

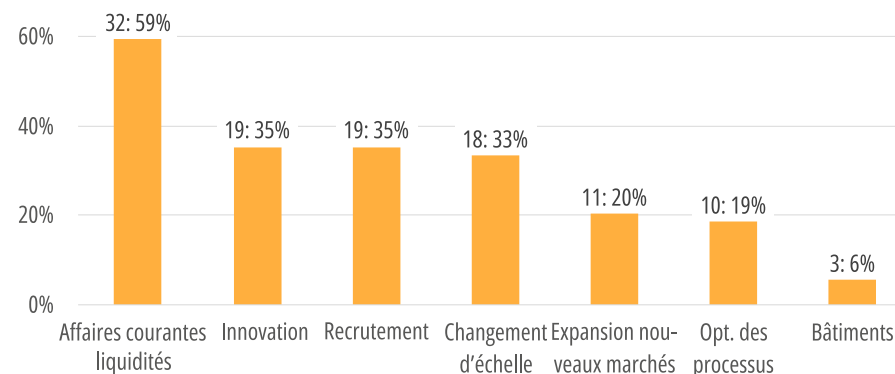
Le fait que des fondations et des banques soient sollicitées pour le financement est l'expression de la structure duale des entreprises sociales. Alors que la logique d'impact est tout à fait attractive pour les donations, le modèle d'entreprise est financé de manière entrepreneuriale. Cela peut être un avantage dans certaines situations (voir le chapitre sur le financement initial). Dans le même temps, le risque de "tomber entre deux chaises" existe, particulièrement pour les investissements importants. L'entreprise peut en effet être trop orientée vers le marché pour les subventions et pas assez vers le rendement pour les investissements classiques. Ce qu'il faut, ce sont des investissements de la part de bailleurs de fonds orientés vers l'impact.

Modes de financement et utilisation des finances par les entreprises sociales

La garantie des liquidités et les activités quotidiennes sont au cœur des besoins financiers des entreprises axées sur l'efficacité. 33 % des personnes interrogées indiquent avoir des besoins financiers pour faire évoluer leur entreprise. 20 % indiquent qu'ils ont besoin de fonds pour se développer sur de nouveaux marchés. Cela indique que de nombreuses entreprises sociales ont besoin de capitaux pour étendre leur impact en changeant d'échelle.



Dans quel contexte avez-vous eu des besoins financiers au cours des 12 derniers mois ? (N= 54)



Pour créer et maintenir une entreprise à impact, on recourt en grande partie (52 %) à l'endettement, suivi par les fonds propres (37 %). Seuls 6 % des financements proviennent de dons qui ne doivent être ni remboursés ni échangés contre des parts de l'entreprise. Bien que les dons soient une source de financement fréquente pour les entreprises sociales (voir page précédente). Il y a donc de nombreux efforts pour obtenir des dons, mais la part la plus importante en volume est constituée par des investissements via des dettes et des fonds propres. Cette répartition suggère que les montants de financement importants ont un caractère entrepreneurial. Cela montre l'approche professionnelle de nombreuses entreprises sociales qui, malgré leur orientation sociale ou écologique, misent de plus en plus sur des modèles de financement fondés sur la gestion classique d'entreprise. Elle souligne également la maturité et l'ambition croissantes de l'ensemble du secteur.



Nest Fondation collective : la caisse de pension écologique et éthique

Quelle était la motivation derrière la création de Nest?

Nest Fondation collective est née de la culture de l'autogestion. Le 1er février 1981, un groupe de personnes intéressées a fondé, dans le restaurant coopératif Kreuz à Soleure, l'association Réseau pour l'autogestion, qui devait servir d'institution financière coopérative pour les entreprises autogérées en Suisse. Alors que l'obligation de la LPP approchait, les membres ont décidé de fonder leur propre caisse de pension. Nest a été fondée le 5 avril 1983. Le nom Nest vient de l'allemand NE-tzwerk ST-iftung, signifiant réseau et fondation. L'objectif était de ne pas laisser les fonds épargnés aux banques et aux grandes compagnies d'assurance, mais de les gérer de manière autonome selon des principes écologiques et éthiques.

Où se situe l'impact chez Nest ?

L'objectif premier d'une caisse de pensions est de garantir des rentes sûres. Pour nous, il est important d'organiser l'avenir de manière durable, afin que le monde reste viable, même à un âge avancé et pour une partie aussi large que possible de la population. Nous assurons non seulement les PME, mais aussi les petites entreprises, les associations, etc. dans différents secteurs. Nous considérons que notre objectif est d'investir la fortune de prévoyance de la manière la plus durable possible. Nous voulons ainsi contribuer au développement d'une économie et d'une société durables.



Nest Fondation collective est la première caisse de pension écologique et éthique de Suisse, basée à Zurich et Genève. Depuis plus de 40 ans, elle accorde une importance particulière aux placements durables et à la promotion de l'égalité des chances. Avec plus de 29'000 assuré-e-s et une fortune de prévoyance de 4 milliards de francs, Nest s'engage pour un mode économique et social durable. Nest assure des petites et moyennes entreprises et organisations dans différents secteurs et sépare délibérément la gestion de fortune des aspects de durabilité afin d'éviter les conflits d'intérêts.

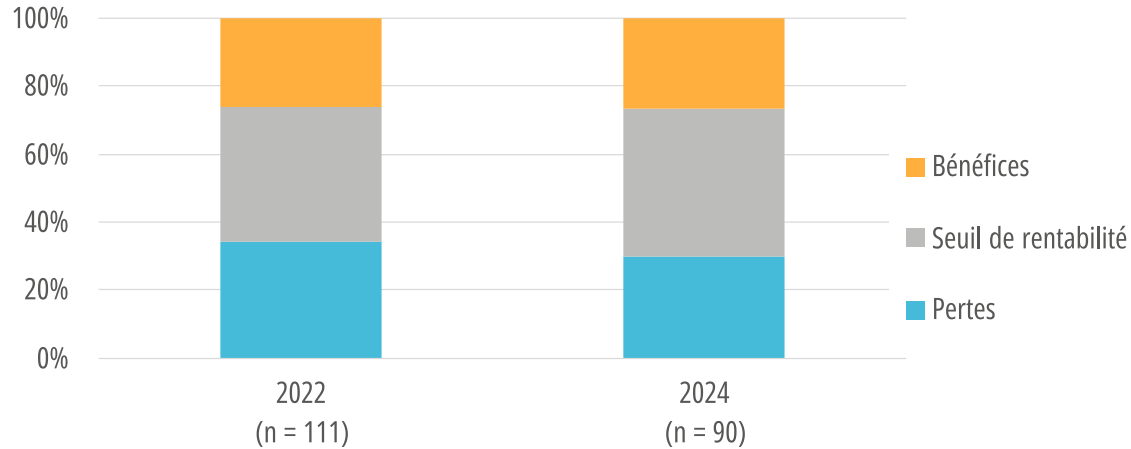
Que signifie l'impact dans le monde de la finance ?

Soit on analyse l'impact de l'entreprise sur l'environnement et la société (matérialité financière). (matérialité de l'impact), soit on se concentre sur les risques en matière de durabilité qui concernent l'entreprise (matérialité financière). Les grands "mainstream players" poursuivent généralement la deuxième solution. Nest poursuit cependant clairement la perspective d'impact depuis sa création. La durabilité est fermement ancrée dans le règlement de placement et est séparée de la gestion de fortune externe afin d'éviter les conflits d'intérêts. L'équilibre entre rendement et durabilité est pris en compte de manière proactive dans les processus afin de garantir des rendements conformes au marché (mandat légal), comme le montre l'évolution de nos rendements à long terme.

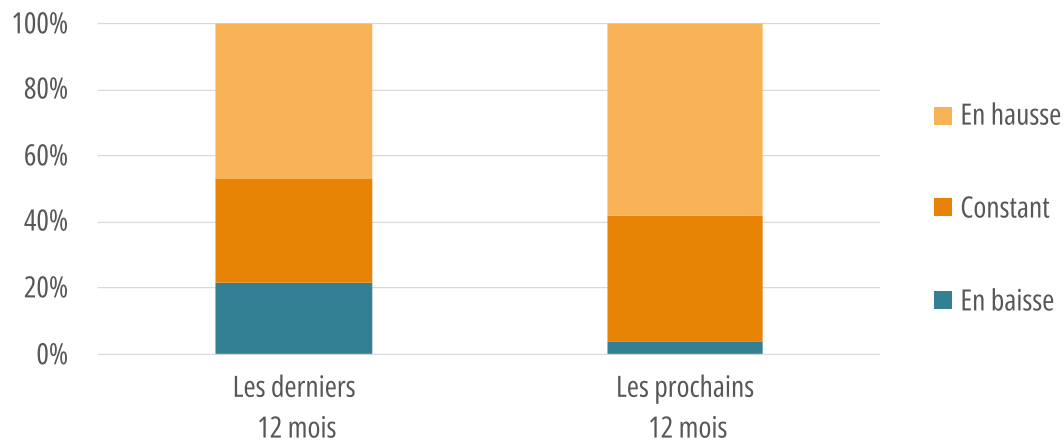


Croissance saine, finances stables

Concernant l'année dernière, avez-vous réalisé un profit, une perte ou avez-vous atteint le seuil de rentabilité (= break-even) ?



Le chiffre d'affaires évolue ... (n = 109)



Le graphique de gauche montre qu'il existe des entreprises sociales tout à fait rentables. Et comme pour les autres entreprises, il y a des entreprises sociales qui enregistrent des pertes. Mais la majorité d'entre elles présentent un bilan équilibré. La répartition reste largement inchangée par rapport aux enquêtes précédentes. Le secteur de l'entreprise sociale est en croissance, comme le montre le Baromètre de l'entrepreneuriat social 2022. Près de la moitié des entreprises sociales ont vu leur chiffre d'affaires augmenter au cours des 12 derniers mois. Seules 20% des entreprises ont connu une baisse de leur chiffre d'affaires et 30% un chiffre d'affaires constant. Les perspectives pour les 12 prochains mois sont marquées par une augmentation du chiffre d'affaires pour 60% d'entre elles. Près de 40% d'entre elles s'attendent à des chiffres d'affaires constants, tandis que les chiffres d'affaires ne devraient guère diminuer.



Choba Choba : Des cultivatrices de cacao deviennent copropriétaires

Quelle a été la motivation et l'inspiration derrière la création de Choba Choba ?

La plupart des 6 millions de producteurs de cacao dans le monde perçoivent de faibles salaires et souffrent du déséquilibre des pouvoirs dans la chaîne de valeur. Bien qu'ils soient essentiels à la production de chocolat, ils peuvent à peine vivre de leur travail et sont peu incités à produire durablement des fèves de cacao de qualité. En 2015, Eric, Christoph et 36 producteurs de cacao de la vallée de Huayabamba ont fondé Choba Choba afin de changer ce déséquilibre de pouvoir. En tant que première marque de chocolat suisse appartenant à des cultivateurs de cacao, nous partageons au Pérou et en Suisse des valeurs, des responsabilités ainsi que des succès et des échecs.

Quels sont les plus grands défis auxquels vous êtes confrontés actuellement ?

L'un des défis est qu'en tant que petite et jeune entreprise de chocolat, nous devons nous imposer sur le marché très concurrentiel du chocolat de l'UE, l'un des marchés les plus difficiles au monde. Le deuxième défi est la croissance de notre entreprise de chocolat. Nous devons intégrer davantage d'agriculteurs dans notre coopérative afin de répondre à la demande croissante de cacao.



Choba Choba est une marque de chocolat suisse dotée d'un modèle commercial unique qui fait des cultivateurs de cacao des copropriétaires. La marque propose du chocolat suisse de qualité supérieure, fabriqué à partir de cacao biologique, directement par les cultivateurs et copropriétaires au Pérou. Choba Choba est synonyme de production éthique, de durabilité et de changement social. L'entreprise agit au sein d'un écosystème tripartite, composé de Choba Choba SA, de la Fondation Choba Choba et de la coopérative Choba Choba, afin de promouvoir ces valeurs.

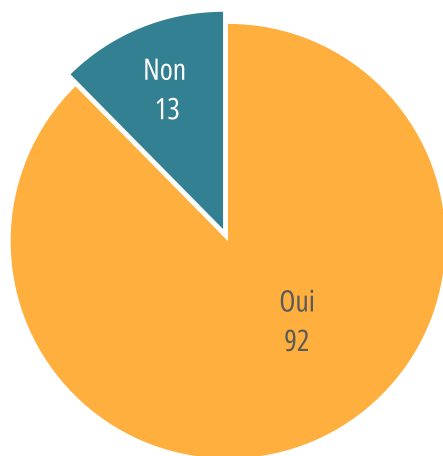
Les prix actuellement historiquement élevés sur le marché mondial du cacao représentent une opportunité importante pour les agriculteurs péruviens, qui peuvent profiter directement de cette hausse des prix. Mais cet environnement de marché - dans lequel même le cacao de mauvaise qualité peut atteindre des prix élevés - décourage les agriculteurs de donner la priorité à la qualité ou d'adopter des méthodes de culture durables, qui sont essentielles pour Choba Choba. Il nous est donc plus difficile d'attirer davantage de cultivateurs qui adhèrent à notre modèle de qualité et de durabilité.

Quelles approches de financement avez-vous utilisées pour lancer et faire évoluer Choba Choba ?

Depuis le début, nous nous sommes appuyés sur le soutien de notre communauté. Nous avons lancé Choba Choba en 2015 par le biais d'une campagne de crowdfunding, suivie de trois cycles successifs de crowdfunding (2020-2024), au cours desquels nous avons ouvert notre propriété à notre communauté d'amateurs et de professionnels du chocolat. Choba Choba est ainsi devenue la première marque de chocolat copropriété non seulement des cultivateurs de cacao, mais aussi des consommateurs et des fabricants de chocolat. Depuis 2019, nous bénéficions du soutien d'un family office par le biais de prêts subordonnés et aujourd'hui, nous recherchons un investisseur stratégique pour étendre notre impact et continuer à développer notre marque.

Stratégies de mise à l'échelle : la coopération stimule la croissance des entreprises sociales

Votre entreprise souhaite-t-elle passer à l'échelle ?



Près de 90% (92 sur 105) des entreprises sociales souhaitent faire évoluer leur activité. Pour ce faire, les entreprises sociales appliquent en moyenne six stratégies différentes : la coopération fait partie des mesures les plus populaires pour passer à l'échelle. Le marketing et l'acquisition de parts de marché plus importantes sont également des stratégies centrales que beaucoup d'entreprises sociales poursuivent afin de renforcer leur position. De plus, de nombreuses entreprises misent sur de nouvelles offres et de nouveaux processus afin d'augmenter leur efficacité et leur productivité. La formation continue du personnel et l'optimisation des processus sont également des facteurs importants pour accroître la compétitivité.

Quelles stratégies envisagez-vous pour parvenir au changement d'échelle ? (N= 92)



Il est intéressant de noter que le recrutement de personnel supplémentaire et l'attraction d'investisseurs sont moins souvent mentionnés. Le besoin d'éventuels moyens externes est décrit à la page 15. Là aussi, le recrutement de personnel arrive en tête devant l'ouverture de nouveaux marchés géographiques. En effet, les entreprises sociales semblent avoir peu recours aux investisseurs pour changer d'échelle. Il est possible que le marché de l'investissement pour les entreprises sociales ne soit pas encore assez développé ou que ces investissements ne soient pas adaptés au changement d'échelle pour de nombreuses entreprises sociales. L'ouverture de nouveaux marchés géographiques et l'utilisation des technologies d'information sont moins souvent mentionnées.

Dans l'ensemble, il apparaît que la plupart des entreprises sociales s'efforcent à se développer par le biais de coopérations et de stratégies de marché.



L'Impact Hub Ticino et son Impact Club

Comment est né l'Impact Club ?

La vision de l'Impact Club, un projet de l'Impact Hub Tessin, est née après des mois d'observation minutieuse et de discussions avec notre communauté locale d'entrepreneurs sociaux, d'investisseurs et de philanthropes. Nous avons identifié une lacune : les entrepreneurs manquaient de possibilités de se mettre en réseau, d'apprendre et de faire évoluer leurs projets à impact, tandis que les investisseurs et les philanthropes étaient à la recherche de nouvelles initiatives innovantes à soutenir. En réunissant ces deux groupes engagés, l'Impact Club a été créé pour répondre au besoin croissant d'un écosystème de soutien dans la région. Aujourd'hui, il sert de plateforme pour l'échange de connaissances, de ressources et d'opportunités. Reconnaissant le potentiel du Tessin en tant que centre d'innovation, l'Impact Club jette un pont entre les entrepreneurs, les investisseurs et la communauté au sens large afin de promouvoir des projets durables et à fort impact.

"Nous sommes convaincus qu'en soutenant des entrepreneurs locaux à impact, nous pouvons apporter une contribution positive à un Tessin plus durable".
- Carlotta Zarattini, Directrice IHT / Impact Club

Qui sont les investisseurs et d'où viennent-ils ?

Au sein de l'Impact Club, nous mettons en contact des entrepreneurs avec un réseau d'investisseurs et de philanthropes passionnés par la finance à impact, la venture philanthropy et l'utilisation du capital comme catalyseur du changement. Beaucoup de nos membres sont des entrepreneurs locaux qui souhaitent redonner à leur région en soutenant des entreprises innovantes qui non seulement renforcent l'économie locale, mais favorisent également le développement durable. Ces personnes ont une connaissance approfondie du marché régional et s'efforcent de promouvoir un impact positif à long terme.

En outre, plusieurs investisseurs et philanthropes internationaux, qui ont fait de Lugano leur patrie, contribuent activement à l'écosystème local. Au-delà du soutien financier, ces personnes mettent à profit leurs vastes réseaux et offrent des conseils stratégiques, créant ainsi de précieuses opportunités pour les initiatives locales. Cette puissante combinaison d'expertise locale et de perspective internationale enrichit le paysage des investissements et améliore le système de soutien aux entrepreneurs qui cherchent à avoir un impact social et environnemental significatif.

Récemment, nous avons constaté un intérêt croissant du secteur financier traditionnel pour Lugano. Nous avons alors créé le Corporate Club, qui réunit des organisations désireuses d'apporter un soutien structuré à l'écosystème local.

Une success story

L'une de nos success stories concerne un projet local qui se concentre sur le fait de reconnecter les gens avec la nature. Au départ, l'équipe a commencé par étudier la biodiversité et a progressivement élargi son offre à des cours sur la nature pour les enfants. Dans le cadre de leur partenariat avec le club Impact, ils ont décidé de développer davantage leur initiative éducative et ont obtenu un prêt innovant de 40'000 CHF lié à l'impact de la part de l'Impact Club. Ce prêt a été rendu possible grâce aux dons reçus par Impact Club de la part de 4 membres et est proposé à un taux d'intérêt de 0%. Une partie du prêt est convertie en subvention dès que certains objectifs d'impact sont atteints, et la partie restante, qui est remboursée, est investie dans d'autres projets qui suivent la même approche à impact. Grâce à ce succès, nous sommes maintenant en train de développer un prototype de fonds renouvelable qui utilisera des capitaux philanthropiques pour accélérer l'impact des entreprises locales.



Fun Fact sur l'écosystème tessinois de l'entrepreneuriat social

Saviez-vous que le Tessin, souvent connu pour la beauté de ses paysages, est en train de devenir un hotspot surprenant pour l'entrepreneuriat social ? Grâce à sa proximité avec l'Italie et le reste de la Suisse, la situation stratégique du Tessin permet aux entrepreneurs d'accéder facilement à différents marchés et favorise la coopération transfrontalière. Cet avantage unique a favorisé la création de nombreuses entreprises à impact. En outre, l'esprit de communauté de la région, associé à sa mentalité axée sur l'innovation, en fait un incubateur passionnant pour les entreprises sociales qui se concentrent sur la résolution locale des défis mondiaux.

Impact Hub Ticino est une communauté vivante d'entrepreneurs, d'innovateurs et de changemakers qui se consacrent à la promotion de l'impact social et environnemental. En tant que membre d'un réseau mondial de 110+ Impact Hubs, nous sommes en contact avec des acteurs du changement dans le monde entier. Dans notre espace communautaire de Lugano, nous entretenons une communauté florissante de plus de 150 membres. Notre mission est d'aider ces hubs à transformer leurs idées en entreprises durables en leur offrant des mentors sur mesure, des événements inspirants et l'accès à des capitaux, afin de leur permettre de créer un changement positif durable.

Comment le manque de lobbying et de capital freine le succès



Bien que le secteur de l'entrepreneuriat social continue de croître, des obstacles se dressent sur la route du succès avec en première place, comme les années précédentes, le manque de lobbying. Cela montre que ces entreprises ont toujours du mal à trouver une écoute et un soutien politiques.

Un autre obstacle majeur est que le marché ne reflète pas les coûts externes, ce qui désavantage financièrement les objectifs sociaux et environnementaux. Le financement continu (3e place) et l'accès à des capitaux patients (5e place) constituent également des défis importants pour la croissance et le changement d'échelle des entreprises. En revanche, l'absence de forme juridique se situe relativement loin en bas du classement et semble moins urgente.

Dans l'ensemble, le graphique montre que l'accès au capital et le soutien politique restent les défis les plus importants.



Quadrat : Un mélange de bureau d'architecture, d'atelier de réparation et de magasin de meubles

Mélange unique de bureau d'architecture, d'atelier de réparation et de magasin de meubles pour les classiques du design de seconde main, Quadrat AG s'engage depuis 30 ans déjà en faveur de la durabilité et de la longévité. Fascinés par l'idée du cycle, nous organisons depuis deux ans la série d'événements C2C-Impulse.

Avec les conférences et les tables rondes organisées sur l'économie circulaire, nous voulons partager l'enthousiasme dans la région de Berne, permettre l'acquisition de connaissances et inspirer ainsi le plus grand nombre.

Pour transformer le secteur de la construction, les clients doivent jouer le jeu. Quelle influence cela a-t-il sur votre travail ?

Nous voulons nous soumettre nous-mêmes à ce test de réalité avec un grand projet à Ostermundigen (BE). Il s'agit d'une tour en bois construite de la manière la plus cohérente possible selon les principes Cradle to Cradle (C2C), traduisible en français par « du berceau au berceau », qui vise non seulement des innovations architecturales et écologiques, mais aussi sociales. Cette maison dite Werkstadthaus doit être conçue pour une durée de vie de plus de 100 ans. "Mais qui sait aujourd'hui comment les gens vivront à cette époque ?" Autrement dit, la maison doit être construite de manière à permettre une flexibilité maximale dans son utilisation.



Un village vertical qui se transforme et évolue avec les personnes qui y vivent. Nous nous réjouissons de voir ce que cela va donner.

Quelle a été l'inspiration derrière la création de Quadrat et comment votre entreprise s'est-elle développée depuis ?

La longévité a été une vision dès le début. Tout a commencé dans le quartier de la Länggasse à Berne en tant que magasin de meubles de qualité de seconde main et de projets de rénovation avec l'idée de réutilisation. Aujourd'hui, le concept Cradle to Cradle traite du cycle continu des matières et des matériaux positifs. Dans tous nos projets, du magasin à l'architecture, c'est cette idée qui nous anime.

Quel est l'impact que vous avez eu jusqu'à présent sur le secteur de la construction ?

Au fond, C2C est une formule accrocheuse pour ce que Quadrat fait depuis toujours. Réutiliser, construire avec des mono-matériaux et utiliser le bon matériau au bon endroit. Nous aimons échanger, apprendre chaque jour et agir par conviction pour la nature, l'humain et l'environnement. Avec nos événements mensuels, les C2C-Impulsen, nous voulons que davantage de connaissances sur l'économie circulaire prennent pied dans le secteur local de la construction et qu'un réseau se crée autour de ces valeurs. Nous nous réjouissons de l'avenir et des grands changements en cours dans le secteur de la construction.



Ucliva : Une véritable durabilité

Quelle était la vision initiale derrière la création d'Ucliva et comment le projet a-t-il évolué au fil du temps ?

Depuis sa création, l'objectif de la coopérative Ucliva est de proposer un tourisme qui ne dénature pas la région, avec des lits chauds, des emplois toute l'année et une création de valeur régionale pour le commerce et l'artisanat. L'hôtel, chauffé au bois et au soleil, doit offrir aux hôtes des vacances reposantes dans une nature intacte, en contact avec la population et la culture romanche. Sur le fond, ce projet est toujours d'actualité et remplit pleinement les objectifs de durabilité. Seulement, aujourd'hui, l'hôtel emploie non seulement des personnes de la région, mais aussi des personnes de diverses nationalités. Ils et elles sont tous unis par un grand engagement pour une hospitalité authentique et chaleureuse.



L'hôtel 3 étoiles Ucliva à Waltensburg (GR) est synonyme d'un tourisme doux depuis 40 ans.

L'organisme responsable est la Corporaziun Ucliva, qui compte plus de 800 coopérateurs et coopératrices. La directrice Ursula Wilhelm mise entièrement sur une gestion écologique, régionale et sociale et a obtenu avec son équipe les labels de durabilité "Swisstainable Leading" et "Ibex Fairstay Gold". Une cuisine authentique à base de produits locaux et biologiques fait partie du concept d'Ucliva, tout comme les événements artistiques et culturels de la région.

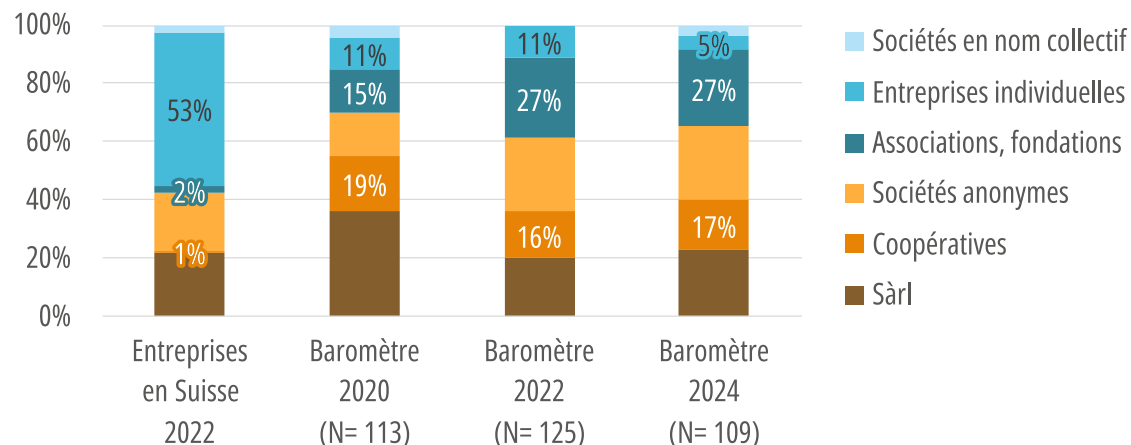
Ucliva est organisée en coopérative. Quels sont les avantages et les inconvénients de cette forme juridique, notamment en matière de financement ?

Les avantages de l'hôtel Ucliva en tant que coopérative sont certainement la fidélité des clients réguliers et l'engagement des membres, qui se sont montrés généreux avec l'établissement en cas de problèmes financiers par le passé. Des propositions constructives pour l'exploitation de l'hôtel sont également faites lors des assemblées générales. Le rajeunissement de la coopérative constitue un défi, car les membres fondateurs prennent de l'âge et ne voyagent plus tous à la montagne. La coopérative Ucliva s'estime heureuse d'avoir une directrice très engagée et efficace. Elle est essentiellement responsable de la réussite de l'entreprise.

C'est justement dans le domaine du tourisme durable que les choses ont beaucoup évolué ces dernières années. Le tourisme est-il aussi orienté vers l'impact ?

Avant l'ouverture de l'hôtel Ucliva fin 1983, l'équipe devait encore se battre pour obtenir un buffet de petit-déjeuner avec des produits locaux non emballés. L'installation solaire thermique pour l'eau chaude a même fait l'objet d'un communiqué de presse en 1986. Il est certain que le tourisme a fait des progrès entre-temps et que de nombreux établissements font de la publicité avec le terme de durabilité. Si les exigences du label Ibex Fairstay Gold sont remplies, le client peut être sûr que l'établissement a un impact positif. Le traitement équitable du personnel et des fournisseurs régionaux en fait partie, tout comme la prévention du gaspillage alimentaire et la prise en compte des souhaits spécifiques des hôtes.

La diversité des formes juridiques des entreprises sociales



Dans le paysage général des entreprises suisses, les entreprises individuelles dominent avec 53%, tandis que les associations et les fondations ainsi que les coopératives ne représentent que 3% de toutes les entreprises marchandes en Suisse. En revanche, dans le secteur de l'entrepreneuriat social, la répartition des formes juridiques est nettement différente.

Dans les Baromètres 2020 à 2024, les associations et les fondations sont toujours une forme juridique relativement fréquente. Leur part s'élève à 19% en 2020 et à 27% en 2024. En raison de l'exigence selon laquelle les activités économiques doivent servir un but idéal, cette forme juridique est particulièrement importante dans le secteur de l'entrepreneuriat social. Les coopératives sont également très présentes et se maintiennent à environ 17%. Les coopératives se prêtent particulièrement bien à l'entrepreneuriat social en raison de la participation obligatoire des coopérateurs. Alors que les associations, les fondations et les coopératives ne représentent que 3% des entreprises en Suisse, elles représentent entre 34% et 44% de l'entrepreneuriat social. En revanche, le nombre d'entreprises individuelles est sous-représenté. Mais cela reflète probablement aussi l'échantillonnage. Les entreprises individuelles sont plus difficiles à atteindre pour participer à l'enquête. La part des Sàrl et des sociétés anonymes correspond à peu près à la moyenne suisse.

Dans l'ensemble, les formes juridiques à but idéal ou coopératives sont plus fréquentes que la moyenne dans le secteur de l'entrepreneuriat social. Cependant, les Sàrl et les sociétés anonymes sont également représentées. Cela reflète la diversité des modèles d'organisation qui conviennent aux différentes caractéristiques des entreprises sociales.



neonomia: Für eine soziale, solidarische und nachhaltige Wirtschaft

Quelle était la vision lors de la création ?

Fondée en 2016, neonomia avait comme objectif de proposer une solution concrète pour permettre le déploiement d'activités entrepreneuriales s'inscrivant dans l'économie sociale et solidaire. Les membres fondateur·rices ont reconnu l'immense potentiel d'innovation et d'agilité de l'entrepreneuriat pour proposer des services novateurs et sur mesure pour répondre aux défis des transitions écologique et sociale en cours. Leur ambition était que les personnes porteuses de projets ne soient pas freinées par des barrières administratives et puisse s'appuyer sur un collectif pour être plus fortes. La mise en place de l'entrepreneuriat salarié et la création d'une charte éthique au sein d'une entreprise collective partagée a été leur réponse.

Comment un investissement pourrait-il aider neonomia à renforcer son impact ?

Un investissement permettrait un changement d'échelle, un accélérateur nécessaire pour enclencher la transition. Le déploiement de cette forme de travail innovante sur le territoire suisse serait enfin possible pour atteindre une masse critique qui ferait avancer la société en changeant le monde du travail et notre rapport à celui-ci.



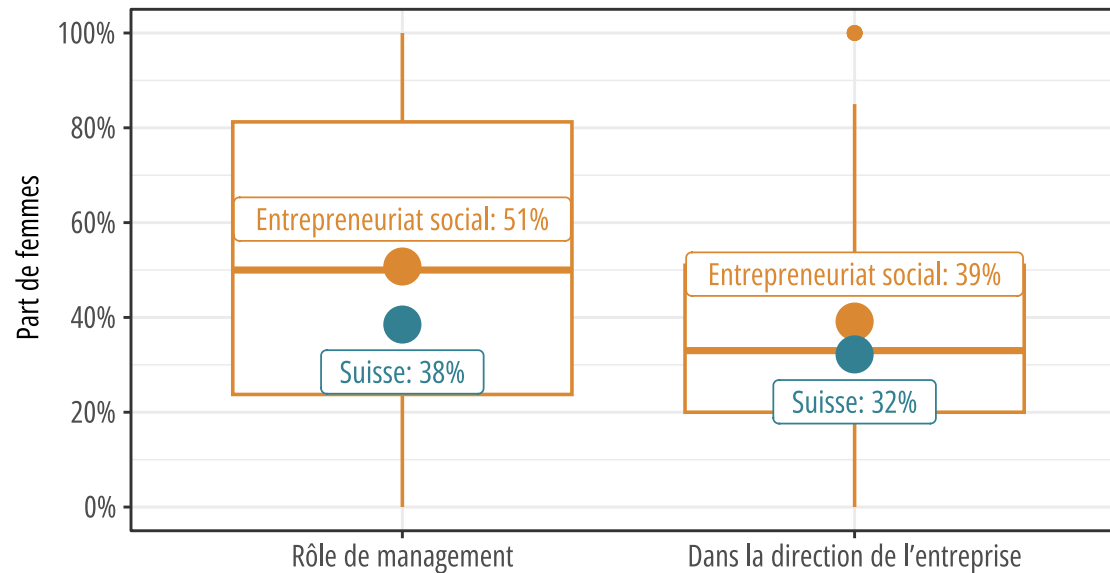
neonomia est une société coopérative interprofessionnelle à but non lucratif. Elle s'inscrit dans les valeurs de l'économie sociale, solidaire et durable. Sa particularité est d'être constituée de coopérateur·rices entrepreneur·es salarié·es, réalisant des activités entrepreneuriales seul·e ou à plusieurs, avec un statut de salarié·es. Elle est fondée sur la collaboration, la mutualisation de moyens humains et administratifs, le développement de prestations croisées entre coopérateur·rices.

Plus spécifiquement, un investissement apporterait le renforcement, la professionnalisation, la formation et le développement d'outils dédiés à l'entrepreneuriat salarié. L'ouverture de fonds de soutien renforcerait la montée en compétences des personnes et leur employabilité.

Voyez-vous des opportunités d'investir dans des entreprises sociales ?

Ces entreprises sont le berceau des innovations souhaitables pour faire face aux transitions écologiques et sociales et qui permettent l'indispensable respect des individus, de la société et de la biosphère visés par les objectifs 2030 du développement durable des Nations unies. Y investir revient donc à préserver l'humanité et son environnement. Existe-t-il une meilleure valeur ajoutée que cela ? Devant l'immensité des besoins, nul doute que la plupart de ces activités sont économiquement viables, bien qu'une lucrativité limitée soit de mise. Cette dernière amène d'ailleurs à privilégier le sens et à plus de stabilité et de résilience, une opportunité pour les investissements à long terme.

Les femmes à la tête d'entreprises sociales



Comme dans les derniers Baromètres (2020 et 2022), les femmes sont fortement représentées dans les postes de direction des entreprises sociales lors de l'enquête de 2024. En comparaison avec le reste de la Suisse, la part des femmes dans les entreprises à impact est nettement plus proche de la société. Cela montre à quel point l'égalité est avancée dans le domaine de l'entrepreneuriat social.

D'où cela vient-il ? Les raisons de l'équilibre entre les sexes dans les entreprises sociales peuvent être multiples. D'une part, les entreprises sociales sont très attachées aux valeurs, c'est-à-dire qu'elles accordent une grande importance à la diversité, à l'inclusion et à l'égalité. D'autre part, elles ont tendance à avoir des cultures organisationnelles plus flexibles, ce qui permet à de nombreuses femmes de concilier vie professionnelle et vie familiale. Pour cette évaluation, les raisons n'ont pas été demandées.



Future Urban Society Innovation Booster du Département Gestion de la Haute école spécialisée bernoise (HESB)

Pourquoi la HESB encourage-t-elle l'entrepreneuriat social ?

L'économie durable et l'esprit d'entreprise sont deux des piliers du Département Gestion de la HESB, qui les considère comme des éléments importants pour la transformation de notre société et de notre économie vers plus de durabilité. L'entrepreneuriat social représente l'intersection de ces deux domaines. Les connaissances à ce sujet sont générées à la HESB par des projets scientifiques financés par des tiers et sont ensuite intégrées dans la formation des étudiant·e·s, ainsi qu'utilisées et élargies dans la collaboration avec des partenaires pratiques. Dans le cadre d'un projet actuel financé par l'agence pour l'innovation Innosuisse, nous élaborons, en collaboration avec les organisations meso, Dezentrum, scaling4good, STRIDE et la Fondation Risiko-Dialog, le programme de soutien Future Urban Society Innovation Booster (FUS Innovation Booster) pour les innovations écologiques et sociales, souvent mises en œuvre via l'entrepreneuriat social.



Nicola Blum, Professeure HESB

"Nous pensons qu'il existe déjà des idées écologiques et sociales prometteuses pour une bonne vie dans les villes suisses, nous voulons désormais contribuer à rendre ces idées mainstream."

Qu'est-ce que le Future Urban Society Innovation Booster ?

Sur la voie d'une Suisse durable, le nouveau programme national FUS Innovation Booster aide les innovations écologiques et sociales prometteuses à passer de la niche au mainstream. FUS cherche et encourage des idées radicales dans le domaine de l'habitat, de la mobilité et de l'alimentation respectueux du climat, afin de diffuser des approches prometteuses ou d'en renforcer l'impact.

Quelles sont les opportunités et les défis dans ce contexte ?

"Ce qui concerne tout le monde ne peut être résolu que par tout le monde", dit la comédie mondialement connue de Friedrich Dürrenmatt, Les Physiciens. C'est sur cette idée que repose l'Innovation Booster. La société civile, l'académie, l'économie, l'administration et la politique s'associent pour développer des approches multi-thématiques et multi-contextuelles et les mettre en réseau. L'éventail des approches possibles va des offres et services nouveaux ou développés de manière radicale aux stratégies de communication et d'intervention dans le cadre d'expériences stratégiques, en passant par des formes d'organisation, des modèles commerciaux et d'impact. En tant que programme national à caractère régional, le FUS Innovation Booster travaille en étroite collaboration avec différentes villes et communes, actuellement par exemple avec les villes de Zurich et de Bâle.



Qui peut y participer ? Et comment ?

Cette année, le FUS Innovation Booster recherche des idées et des innovations autour des deux défis "Habitat adapté au climat" et "Cycle de vie des objets". Ces idées sont soumises par des équipes de projet issues de la société civile ou de l'économie, accompagnées d'un partenaire académique, et évaluées par un jury quant à leur faisabilité et leur potentiel. Afin de permettre et d'accélérer l'innovation, l'Innovation Booster met en relation les villes et les administrations avec des innovateurs et innovatrices écologiques et sociaux ainsi que des parties prenantes du secteur privé et du monde académique. Jusqu'à CHF 25'000 sont attribués à chaque équipe de projet et peuvent être utilisés pour des études de faisabilité, d'utilisation ou de marché.

"Grâce à la recherche sur l'entrepreneuriat social et les écosystèmes socialement innovants, nous savons que le changement d'échelle des idées écologiques et sociales ne se fait souvent pas tout seul."



Pascal Dey, Professeur HESB

Où en est actuellement le FUS Innovation Booster ?

En ce qui concerne le thème de l'habitat adapté au climat, par exemple, les ateliers Challenge organisés jusqu'à présent ont permis d'identifier la conception d'un habitat abordable grâce à des formes innovantes et collectives de propriété. "The next big thing will be a lot of small things", déclare Thomas Lommée, fondateur d'OpenStructures. Selon les innovateurs et innovatrices écologiques et sociaux et les parties prenantes issues de l'administration, du secteur privé et de la science, il faut de nouveaux concepts d'habitat, le développement de bâtiments et de quartiers adaptables grâce à des méthodes modernes à valeur ajoutée sociale et écologique, ainsi que la conception de l'habitat comme contribution à une vie respectueuse du climat.

Selon les participants au deuxième atelier Challenge, une grande opportunité pour le cycle de vie des objets consiste à mettre en réseau les offres existantes et à les rendre visibles. Cela permet de créer des possibilités simples et peu coûteuses de transmission, d'échange, de réparation et de revente.

Une économie durable, la numérisation et l'esprit d'entreprise : Ce sont les piliers du Département Gestion de la HESB : nous élaborons des solutions durables pour relever les grands défis de la société tels que la transformation numérique, la pénurie de ressources ou la justice sociale. Pour ce faire, nous nous orientons vers les objectifs du développement durable (ODD) et contribuons, en tant que Business School à l'impact durable, aux changements nécessaires dans l'économie et la société. Nous formons nos étudiants pour qu'ils et elles deviennent des spécialistes et des dirigeants pour le business durable de demain. Notre "sustainable mindset in action" représente le côté humain de la transformation numérique et l'économie durable et créative de demain.



RRRevolve : Un engagement pour la mode équitable

RRREVOLVE est un pionnier de la mode durable. Depuis 2010, nous proposons une gamme complète de vêtements produits de manière équitable et des alternatives durables pour les produits du quotidien. Outre nos trois magasins à Zurich et à Berne, nous gérons surtout une grande boutique en ligne. Notre objectif est d'être à la hauteur des commerçants conventionnels grâce à une bonne sélection et une large offre de produits et d'enthousiasmer ainsi de plus en plus de clients pour les produits durables et équitables.

Comment avez-vous financé la création et le développement de RRRevolve ?

RRREVOLVE a démarré comme une entreprise unipersonnelle dans un bureau à domicile avec un budget d'environ CHF 60 000. La moitié de ce montant provenait d'un microcrédit via l'organisation Go ! et l'autre moitié d'économies personnelles. Ce n'est que l'année dernière que nous avons collecté pour la première fois des fonds externes via une campagne de crowdfund. Jusqu'à ce moment-là, nous nous finançons à partir de notre propre entreprise.



RRREVOLVE
Fair Fashion & Eco Design

Quelles étaient l'inspiration et la motivation derrière la création de RRRevolve ?

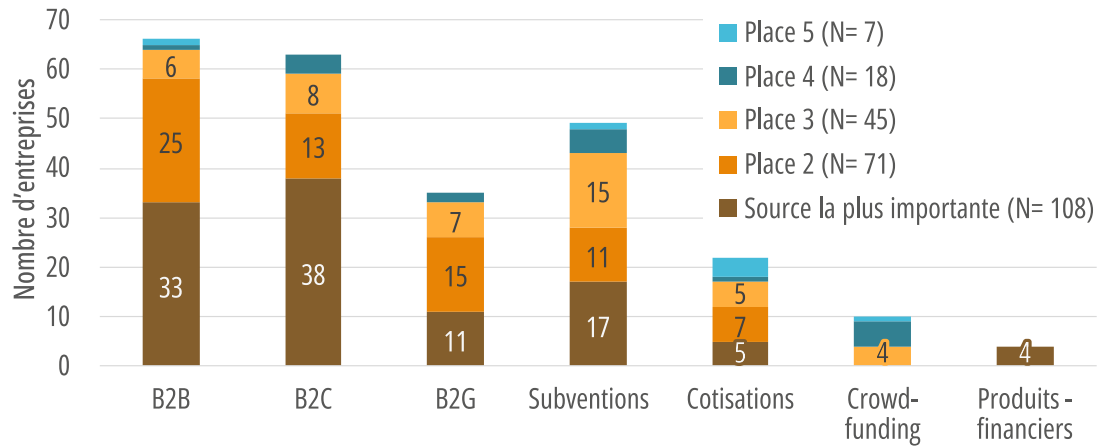
La création de l'entreprise est née du souhait personnel de Sebastian Lanz de faire quelque chose d'utile de son temps et de s'attaquer aux problèmes sociaux et écologiques. Le fait qu'il en résulte une entreprise commerciale n'était pas une évidence dès le départ, mais cela tient compte du fait que nous pouvons avoir un impact énorme en adaptant notre consommation.

Quel rôle joue l'orientation vers l'impact, notamment pour le financement ?

Cela fait longtemps que nous n'avons pas cherché de financement et nous n'avons donc pas beaucoup d'expérience en la matière. Mais lors du crowdfund de l'année dernière, l'orientation vers l'impact a certainement joué un rôle important dans la décision de plus de 570 petit-e-s investisseurs et investisseuses d'investir dans notre entreprise. Nous avons aussi clairement mis en avant nos projets ultérieurs en faveur d'une économie circulaire dans la campagne et les avons placés en tête des objectifs économiques.

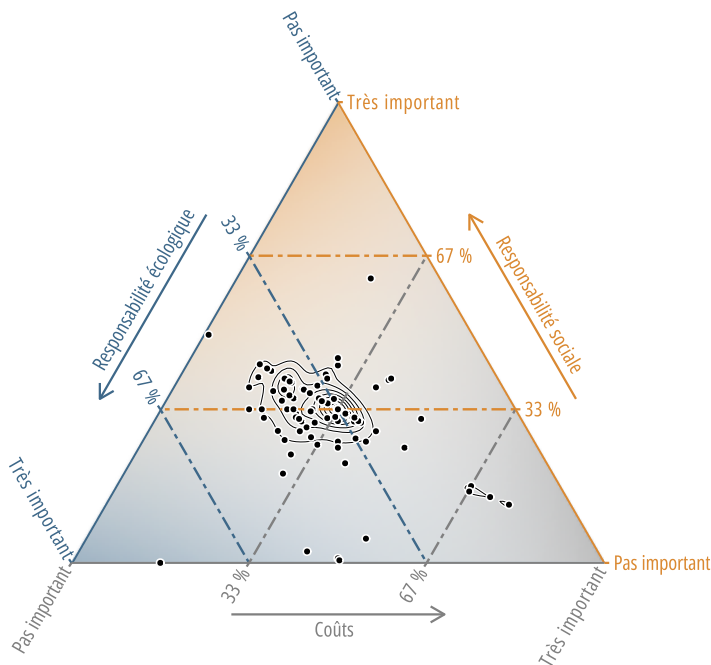
Les entreprises sociales sont durablement intégrées dans l'économie

Principales sources de revenus



Pour plus de la moitié des entreprises sociales, le commerce avec les clients professionnels (B2B) est la principale ou la deuxième source de revenus (58 sur 108). La situation est similaire pour le commerce avec les clients privés (B2C). En revanche, le commerce avec les services gouvernementaux (B2G) occupe une place un peu moins importante. Pour certaines entreprises sociales, les dons (par ex. de fondations, de pouvoirs publics ou de particuliers) constituent en revanche une source de revenus importante. Les cotisations des membres et le crowdfunding semblent être d'une importance secondaire. Quatre entreprises ont indiqué sous "Autre" que les produits financiers constituent la principale source de revenus.

Priorités dans les achats (N= 109)



En revanche, en tant que clientes, les entreprises sociales accordent en moyenne la même importance aux coûts et à la responsabilité environnementale et sociale. Certaines entreprises sociales accordent cependant un peu plus d'importance à la responsabilité écologique et sociale qu'aux coûts (points dans la moitié gauche du diagramme). Parallèlement, certaines entreprises accordent une plus grande importance aux coûts, tandis que d'autres ne prennent pratiquement en compte que la responsabilité écologique et sociale.



NEUE SICHT : L'agence créative qui allie sens et profit

NEUE SICHT est l'agence créative suisse pour le sens et le profit. NEUE SICHT est curieuse et pleine d'idées. Elle pense de manière non conventionnelle et explore de nouvelles voies dans la communication. Elle accompagne le processus de manière globale, de l'analyse du problème ou de la situation à la mise en œuvre de mesures de communication, en passant par l'orientation stratégique, ce qui en fait le partenaire idéal pour le creative business. Son offre se concentre sur la conception et la mise en œuvre d'une communication durable, des campagnes d'impact, du contenu des réseaux sociaux et de la publicité. Avec son esprit d'équipe, NEUE SICHT mise sur la coopération et la transparence absolue dans les échanges.

Qu'est-ce qui vous différencie des autres agences ?

Notre société est confrontée à de grands défis. La communication et la créativité peuvent être de puissants moteurs pour favoriser les changements nécessaires. Nous donnons au message des entreprises, des start-ups, des marques et des projets l'impact visuel qui leur permettra d'attirer l'attention et de changer les comportements. Au cours des prochaines années, notre engagement en faveur des 17 objectifs du développement durable (ODD) sera au centre de nos préoccupations. Grâce à des solutions créatives, nous voulons faire avancer notre société, notamment dans les domaines de la durabilité sociale, de la diversité, de l'égalité des chances et des revenus suffisants pour vivre. Contrairement à d'autres agences, nous ne plaçons donc pas le profit au premier plan, mais l'impact sur notre société et la planète.

**NEUE
SICHT**
Kreativagentur
für Sinn & Gewinn



Comment la communication peut-elle avoir un impact ?

Nous développons des outils de communication à impact. Pour l'association faîtière des organisations de pères et des hommes en Suisse, nous avons créé un outil qui promeut la paternité présente et active. Pour la fondation pour les enfants atteints de cancer, Regio Basiliensis, nous avons conçu un calendrier de motivation qui soutient les enfants atteints de leucémie dans leur thérapie. L'impact est renforcé par la notoriété et le dialogue. Cela augmente la possibilité de provoquer un changement. Ce qui est en fin de compte l'objectif de nombreux entrepreneurs sociaux. Il faut donc faire le bien et en parler !

Quel rôle joue la mesure de l'impact dans ce contexte ?

La mesure de l'impact est à mon avis absolument essentielle. Le changement visé ou l'impact des activités entrepreneuriales devraient, si possible, être démontrés sur la base de faits. Ce n'est pas seulement la réalisation finale de l'objectif qui constitue un succès. Il suffit de montrer que nous nous rapprochons d'un objectif - comme par exemple la répartition plus équitable entre tous les parents du travail non rémunéré de prise en charge des enfants en Suisse. Si la proportion d'heures de garde augmente chez les pères, c'est déjà un impact réussi.



L'Alberoteca : pour un aménagement paysager biodiversifié

Quelle était l'inspiration et la motivation derrière la création d'Alberoteca ?

Un jour, nous avons emmené des enfants dans l'un de nos vergers multi-espèces pour qu'ils découvrent la vie de ces arbres et goûtent à leurs fruits. Au bout de quelques heures, un enfant a couru dans le pré en s'écriant : "C'est ça la vie !" - nous avons alors compris que notre mission ne consistait pas seulement à régénérer la biodiversité, mais aussi à relier les gens à celle-ci. Depuis, nous avons développé un département complet d'éducation à l'environnement.

Y a-t-il des projets que vous n'avez pas pu réaliser par manque de moyens ? Quel aurait été leur impact ?

L'un de nos projets, "Threads of Reconnection", associe la recherche ethno-écologique et l'éducation environnementale afin de récupérer et d'intégrer le patrimoine éco-culturel de la région et de le transmettre aux jeunes générations par le biais d'un programme innovant basé sur des récits et des expériences pratiques. Il vise à raviver les sens et les compétences écologiques. Comme il s'agit d'un projet multidisciplinaire, nous nous efforçons encore d'assurer son financement.



L'Alberoteca a été fondée en 2015 par l'ethnobotaniste Muriel Hendrichs. Initialement entreprise de conseil en restauration d'espèces menacées en Suisse italophone, elle s'est développée en une équipe pluridisciplinaire qui consolide un aménagement paysager biodiversifié et un secteur d'éducation à l'environnement en collaboration avec des partenaires et des associations locales.



Comment l'Alberoteca perçoit-elle, évalue-t-elle ou mesure-t-elle l'impact de ses expériences dans la nature ?

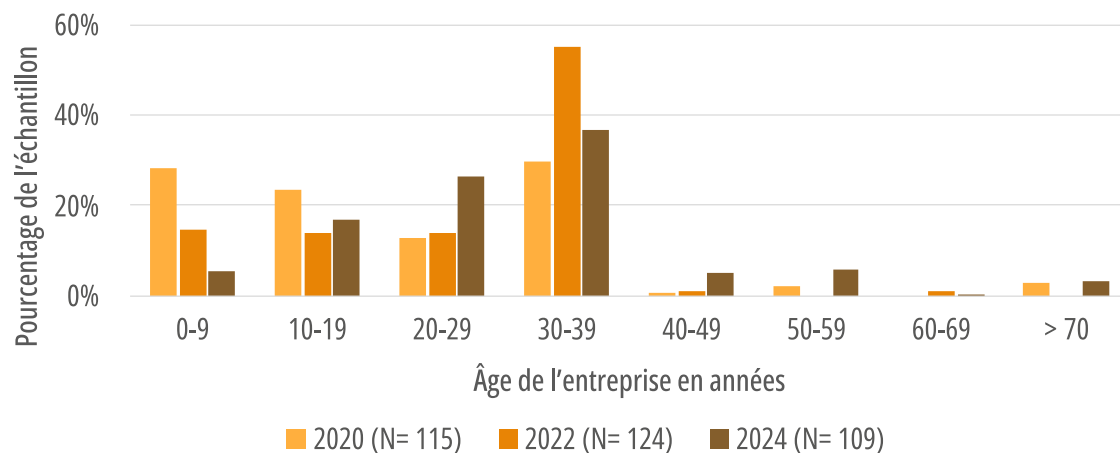
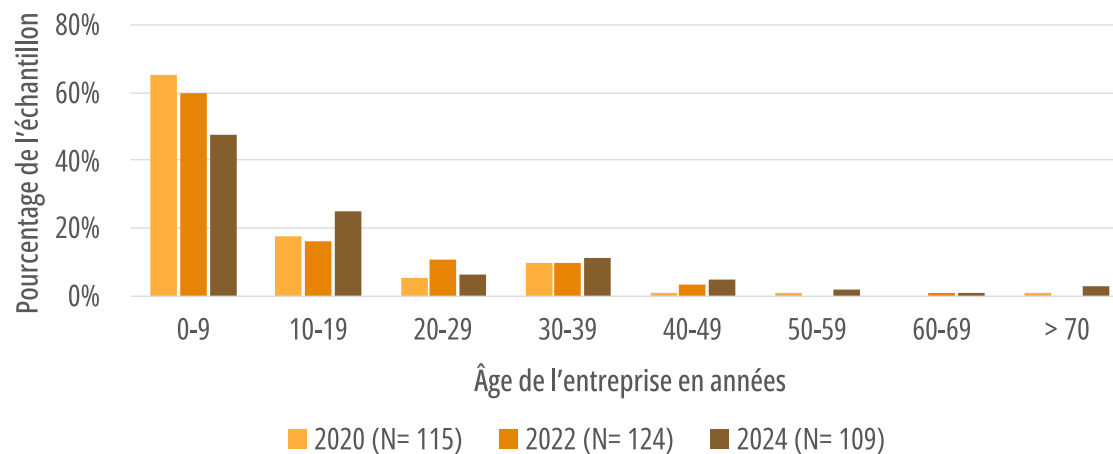
Dans le domaine de l'éducation à l'environnement, nous recueillons la satisfaction des clients par le biais de questionnaires et des connaissances qualitatives par le biais d'entretiens semi-structurés. Cette approche nous permet d'évaluer et de comprendre comment nos projets influencent le sentiment d'attachement et de respect des participants pour leur environnement local. D'un point de vue empirique, l'un de nos principaux indicateurs de mesure est le sentiment d'émerveillement qui se reflète dans les yeux des participants à la fin de nos activités, en enregistrant les moments « wow ! ».

L'Alberoteca est très fortement liée à son sol d'origine. A-t-elle un potentiel d'essaimage ?

Notre approche intègre la biodiversité locale et les communautés, et encourage le partage des responsabilités vis-à-vis des sols. Le modèle de synergie entre la recherche, l'aménagement du paysage et l'éducation, qui se nourrit des caractéristiques uniques et des parties prenantes de chaque région, est à la fois reproductible et indispensable.

De la start-up à la force établie : le secteur de l'entrepreneuriat social arrive à maturité

L'évolution des entreprises participant au Baromètre montre un changement clair. Alors qu'en 2020, plus de 60 % des entreprises participantes avaient moins de 10 ans, cette proportion est inférieure à 50 % en 2024. Cela indique que le secteur de l'entrepreneuriat social compte de plus en plus d'entreprises plus âgées et bien établies, ce qui témoigne d'une maturation du secteur. Un aspect particulièrement intéressant apparaît au niveau des équivalents temps plein (ETP). Les entreprises âgées de 30 à 39 ans constituent le plus grand groupe d'ETP, avec près de 40 %. Cela montre que ces entreprises d'âge moyen représentent une grande partie de la main-d'œuvre du secteur. Par rapport à 2022, la répartition des ETP est toutefois devenue plus équilibrée, car les entreprises plus âgées (plus de 40 ans) sont également plus présentes dans le Baromètre.



Cette évolution montre clairement que le Baromètre de l'entrepreneuriat social n'est pas dominé par de jeunes entreprises. Des entreprises plus anciennes et bien établies jouent un rôle de plus en plus important. La présence accrue d'entreprises plus anciennes apporte davantage d'expérience et de ressources à ce Baromètre.



Fondation Züriwerk : Pour l'intégration, la participation et l'autonomie

La Fondation Züriwerk s'engage de manière innovante pour la participation sociale et économique des personnes souffrant de troubles cognitifs dans le canton de Zurich. Züriwerk met à leur disposition des places de travail, de formation, d'activités de jour et d'habitation variées. Ensemble, nous proposons des services à des tiers, fabriquons des produits et créons des offres culturelles. Coopératifs et fiables, nous défendons l'intégration, la participation et l'autonomie.

Quelle est la mission de Züriwerk et comment l'entreprise a-t-elle évolué depuis sa création ?

Nous nous engageons pour que les personnes en situation de handicap puissent participer et s'impliquer dans la vie sociale sur un pied d'égalité et de manière autonome. Nous offrons aux personnes souffrant principalement d'un handicap cognitif des possibilités variées et individualisées de se loger, de travailler et de se former professionnellement. Pour ce faire, elles bénéficient de conseils, d'un accompagnement et d'une assistance spécifiques dans tous les domaines de la vie.



züriwerk 
mitwirken. teilhaben.



Votre fondation est en partie financée par un mandat de prestations, mais vous êtes aussi une entreprise sociale. Où voyez-vous les opportunités mais aussi les défis de l'entrepreneuriat ?

Nous voyons des opportunités dans la réduction de la dépendance vis-à-vis des prestations de l'État et du canton, c'est pourquoi nous en faisons une priorité. En même temps, nous considérons que le potentiel économique du positionnement en tant que marque fournissant des prestations de service fortes pour les utilisateurs B2B ou finaux est considérable et constitue un investissement important dans la marque "Züriwerk". Les défis, quant à eux, résident précisément dans la forte réglementation des prestations et donc dans notre liberté d'entreprendre sur la voie de l'entrepreneuriat social.

Quelles sont les stratégies de Züriwerk pour financer son développement ?

Nous misons systématiquement sur des produits et des services qui s'autofinancent et pour lesquels nous pouvons augmenter les revenus externes. Pour ce faire, nous travaillons en étroite collaboration avec des entreprises partenaires. En outre, nous développons notre collecte de fonds de manière stratégique afin de promouvoir et de développer des projets innovants. Ainsi, nous misons sur un réseautage ciblé avec l'aide de notre comité de soutien.

Après Genève feiert 20 Jahre Jubiläum

20 ans d'APRÈS-Ge, il s'est certainement passé beaucoup de choses. Peux-tu me raconter un moment clé des 20 dernières années ?

Ces 20 dernières années ont été marquées par des événements forts à l'échelle globale, notamment la crise sanitaire du Covid. Ces circonstances ont mis au jour la fragilité d'une économie globalisée et financiarisée et les conséquences désastreuses que celle-ci peut avoir sur la population, notamment sur les groupes les plus vulnérables. En 2020, ce constat a motivé la publication du Manifeste d'APRÈS intitulé « Pour un New Deal écologique et solidaire », qui souligne la nécessité d'un changement de paradigme et propose des solutions pour un revirement vers une économie durable, sociale et solidaire. Cette feuille de route a insufflé une dynamique nouvelle à la communauté et a fait grandir les ambitions d'APRÈS-Ge dans la mise en œuvre de cette transition.

Qu'est-ce que les 20 dernières années ont montré, quelles sont les mesures les plus importantes pour promouvoir l'économie sociale et solidaire en Suisse ?

L'économie sociale et solidaire prônant une vision « translocale » de l'économie, elle nécessite une large reconnaissance des pouvoirs publics et un cadre harmonisé qui soutient ce modèle économique à tous les échelons afin de garantir un impact le plus large possible, tout en se déployant à l'échelle locale. Ceci peut passer non seulement par une diffusion des critères de l'ESS entre les autorités pour l'attribution de marchés publics et par des mesures de promotion de la consommation durable et locale, mais aussi par une multiplication des possibilités de financements, publics comme privés, offrant des modalités avantageuses pour les projets porteurs de fortes valeurs écologiques et sociales.



"Nous nous engageons pour un avenir plus juste et durable grâce à l'économie sociale et solidaire"



Si vous regardez en arrière, qu'est-ce qui a changé autour de l'économie sociale et solidaire entre 2004 et 2024 ?

À l'époque des débuts d'APRES-Ge, parler d'économie sociale et solidaire faisait de vous une personne rêveuse, idéaliste, voire utopiste. Avec le temps, la réalisation de nombreux projets concrets porteurs de valeurs fortes qui placent la planète et l'humain au centre a montré qu'une autre économie était bel et bien possible. Le travail de promotion effectué par les actrices et acteurs de l'ESS a également permis de susciter un engouement pour cette forme d'économie à différentes échelles, dont récemment au niveau international avec les résolutions de l'Organisation internationale du travail (OIT) et de l'Assemblée générale de l'ONU sur la promotion de l'ESS. Ainsi, les valeurs centrales de l'ESS que sont la coopération, la mutualisation et la maximisation de l'intérêt commun trouvent aujourd'hui un écho de plus en plus important, ce qui nous permet d'envisager l'avenir avec d'autant plus de motivation.

Selon vous, où en sera APRES-Ge et plus généralement le thème de l'économie sociale et solidaire dans 20 ans ?

De notre côté, il y a une réelle volonté de faire de l'économie sociale et solidaire le courant principal, le mainstream. En somme, une économie qui fonctionne selon des principes logiques et constitue une évidence. Alors que nous célébrons 20 ans d'engagement et d'innovation, nous envisageons un avenir prometteur pour l'ESS et sommes plus que jamais animé·e·s par la construction d'une économie au service du bien vivre ensemble, de la justice sociale, dans le respect des droits de chacune et chacun, et des limites planétaires.



APRES-Ge, le réseau de l'économie sociale et solidaire (ESS), s'engage pour la promotion et la reconnaissance de l'ESS dans la région genevoise. Notre mission: contribuer à faire de l'économie un levier majeur de transition vers une société respectueuse de l'humain et de la biosphère. Né en 2004, APRES-Ge compte aujourd'hui plus de 900 membres, dont 450 entreprises et organisations actives dans tous les domaines d'activités, employant 6'000 personnes et générant CHF 600 millions de chiffre d'affaires annuel. Cette multitude d'acteurs économiques s'engagent concrètement pour la transition écologique et sociale au quotidien.

En tant que plate-forme nationale, l'association SENS (Social Entrepreneurship Suisse) représente et promeut les entreprises à impact. Avec elles, nous créons de la portée et de l'attention, nous établissons des liens intersectoriels, ainsi qu'avec la région européenne.

www.sens-suisse.ch

@senssuisse





Remerciements

Nous remercions chaleureusement toutes les organisations qui ont rendu possible le Baromètre de l'entrepreneuriat social en Suisse.



fairness
atwork



après
LE RÉSEAU DE L'ÉCONOMIE
SOCIALE ET SOLIDAIRE



Impressum

Sondage : Euclid

Évaluation : Beni Rohrbach (SENS)

Direction du projet et texte : Secrétariat (SENS), Annabelle Wiebach & Beni Rohrbach

Traduction : APRÈS-Ge

Mise en page : Secrétariat (SENS), Annabelle Wiebach

Date de publication : novembre 2024



SENSSuisse

Social Entrepreneurship

Éditeur :

SENS (Social Entrepreneurship Schweiz)
Kalkbreitestrasse 10
8003 Zürich
info@sens-suisse.ch
www.sens-suisse.ch

