

« On ne mesure pas le succès à l'aune des levées de fonds »

L'association et accélérateur de projets d'innovation sociale, French Impact, fête ses trois ans cette année. L'occasion de faire le bilan des actions menées et de la place donnée à l'impact dans l'économie avec sa directrice générale Stéphanie Goujon.

Née d'une initiative gouvernementale, l'association French Impact a pour mission de fédérer les acteurs de l'innovation sociale - publics comme privés - afin de faciliter le développement, le déploiement et l'accélération des initiatives à impact. Au cours de ces trois années d'existence, l'association a apporté son soutien à 700 projets, en développant des outils pour les entrepreneurs comme les pouvoirs publics et en favorisant les dialogues. Et ce n'est qu'un début.

“Nous voulons multiplier par 10 le nombre de projets accompagnés [pour atteindre ainsi les 7000] d'ici 5 ans”, ambitionne, fièrement, Stéphanie Goujon, directrice générale de French Impact. Trois thématiques seront particulièrement scrutées : l'alimentation durable, l'économie circulaire et l'industrie, mais aussi l'autonomie et le bien vieillir. L'atteinte de ces objectifs dépendra de plusieurs aspects, comme la visibilité offerte à ces projets mais aussi leur financement, car ils restent encore trop peu dotés par les investisseurs.

Changer l'échelle d'évaluation

Depuis le début de l'année, la French Tech, le gouvernement, les startups et certains médias se galvanisent de l'enchaînement d'importantes levées de fonds et de la naissance de nouvelles licornes. Un engouement que Stéphanie Goujon tempère, même si elle se réjouit de voir ces sociétés croître. *“On ne mesure pas le succès à l'aune de la levée de fonds”, estime-t-elle. La sémantique du succès est encore trop attachée à la capitalisation boursière*. Il faut reconnaître qu'aujourd'hui, les référentiels se concentrent sur le montant des tours de table et la valorisation des entreprises pour analyser la réussite d'une société.

À lire aussi

[La route pour financer les projets à impact sera encore longue](#)

C'est dans ce contexte que la directrice générale de French Impact plaide pour une nouvelle grille d'évaluation du succès. *“Les licornes de l'ESS devraient s'évaluer en fonction du nombre d'emplois créés dans les territoires, de leur contribution aux grands enjeux de la société, de leur participation à la lutte contre le réchauffement climatique...”, propose-t-elle. Nous avons la culture du chiffre un peu bling bling car c'est très tangible de parler de 600 millions d'euros. Mais je pense qu'il faudrait plutôt mettre en avant les 600 emplois créés et les personnes touchées. Back Market fait un travail incroyable mais on ne met pas en valeur les reconditionneurs qui sont essentiels. On oublie parfois l'économie réelle au profit de l'économie de plateforme*”, regrette-t-elle.

Gagner en visibilité

Si ce nouveau référentiel n'est pas encore prêt à s'imposer, on constate néanmoins des signaux positifs. Du côté de Bercy et des investisseurs, *“on intègre de plus en plus de normes extra-financières dans les critères de sélection. L'OCDE travaille sur le sujet en prenant comme porte d'entrée la réalisation des 17 Objectifs de Développement Durable (ODD). Cela peut devenir une grammaire commune pour rendre visible le réel impact de l'innovation sociale”*, souligne la Directrice Générale de French Impact.

À lire aussi

Associations et startups : face aux enjeux d'impact, l'union fait la force

Et de la visibilité, les sociétés à impact en ont bien besoin. *“On ne parle pas assez de ces entreprises qui sont pourtant rentables, performantes et bénéfiques”* . Dans un premier temps parce qu'elles sont installées dans les territoires et sont donc souvent moins visibles, mais aussi parce qu'elles *“sont moins aguerries et moins rodées à la communication”* . Leur voix commence pourtant à se faire entendre, comme en témoigne l'événement Change Now qui met en valeur des initiatives mondiales à impact environnemental et social. Les Jeux Olympiques de 2024 organisés en France ont aussi pour ambition de mettre en avant ce type d'initiatives. *“C'est une vitrine incroyable, se réjouit Stéphanie Goujon, qui rêve de voir émerger “un VivaTech de l'innovation sociale”* .

Les subventions ne sont pas la clé

Obtenir plus de visibilité leur offrira davantage d'opportunités de trouver des clients. Or, comme le rappelle Stéphanie Goujon, *“ces startups ont besoin de clients, pas de subventions”* . Si le private equity n'est pas toujours capable de répondre aux besoins de ces porteurs de projets, Stéphanie Goujon estime que les corporate et les business angels ont leur rôle à jouer, tant sur un plan financier qu'en tant que donneur d'ordre. Tout comme la fonction publique qui pourrait continuer à inclure davantage de critères extra-financiers dans ces appels à projets.

Néanmoins, l'élément financier n'est pas à négliger. Suite aux rencontres Impact Finance qui permettent de mettre en relation investisseurs et porteurs de projets, le montant total des besoins identifiés pour financer le développement des projets d'innovation sociale s'élève à 415 millions d'euros. Avec des tickets de plus en plus élevés, pouvant monter à plusieurs millions d'euros, et qui devraient continuer à croître à l'avenir.