

BNP PARIBAS #ACTFORIMPACT X ULULE

# DÉFIS ET OPPORTUNITÉS DES MARQUES ENGAGÉES

ENQUÊTE PROSPECTIVE 2024



# SOMMAIRE

ENQUÊTE PROSPECTIVE 2024

- 01 Note d'intention

---

- 02 Participation

---

- 03 Les entrepreneurs à impact positif

---

- 04 Entrepreneuriat à impact positif

---

- 05 Défis rencontrés

---

- 06 Opportunités et soutien

---

- 06 Conclusion

---

- 07 Annexes





# NOTE D'INTENTION

## OBJECTIFS ET CONTENUS :

---

Ulule et BNP Paribas ont mené une enquête sur l'entrepreneuriat à impact pour évaluer les **défis et opportunités du secteur**, mais aussi les **bénéfices que les entrepreneurs retirent de leur statut spécifique**. L'étude explore **la confiance en l'avenir** à travers divers aspects comme les évolutions du marché, la technologie, et le soutien communautaire. Ces données aideront à améliorer l'accompagnement des entrepreneurs et à renforcer un écosystème durable.

Les résultats de cette enquête seront soumis à des **personnalités de l'écosystème** pour apporter leur expertise sur les différents axes proposés.



# PARTICIPATION:

PANEL ET TAUX DE PARTICIPATION

11%

## PANEL:

- Entrepreneurs labelisés #ACTFORIMPACT
- Marques présentes sur ULULE BOUTIQUE qui répondent à la fois à un critère social et un critère environnemental
- Au total 1230 entrepreneurs identifiés dont 997 qui ont reçu le questionnaire
- 109 participants, taux de participation de 11%



---

LES RÉSULTATS DE

# L'ENQUÊTE

EN QUATRE PARTIES

---



# LES ENTREPRENEURS À IMPACT POSITIF

## DÉMOGRAPHIE DES RÉPONDANTS

### GENRE :

#### LES FEMMES TOUJOURS EN FORCE DANS L'ENTREPRENEURIAT À IMPACT

**67%** DES RÉPONDANTS SONT DES FEMMES (72% DE FEMMES PORTEUSES DE PROJETS LABELLISÉS ACT FOR IMPACT/ULULE EN 2023)

### ÂGE :

#### L'ENTREPRENEURIAT À IMPACT S'ÉTEND SUR UNE TRANCHE D'ÂGE PLUS LARGE

**45%** DES RÉPONDANTS ONT ENTRE 25 ET 34 ANS (52% EN 2023 SUR ULULE), 40% ONT ENTRE 35 ET 50 ANS.

### RÉGION :

#### MAJORITÉ DES ENTREPRENEURS À IMPACT EN RÉGION

**63%** SONT SITUÉS HORS ÎLE DE FRANCE DONT 19% EN AUVERGNE-RHÔNE-ALPES, LES AUTRES RÉGIONS COMPTENT ENTRE 2 À 9%, AUCUN SE SITUE HORS METROPOLE

85% ENTRE 25 À 50 ANS



67% FEMMES



63% HORS ÎLE DE FRANCE



# LES ENTREPRENEURS À IMPACT POSITIF

## ÉDUCATION ET PARCOURS

### IMAGINER UN ÉCOSYSTÈME PLUS INCLUSIF ET ACCESSIBLE POUR L'ENTREPRENEURIAT À IMPACT

**75,2%** DES ENTREPRENEURS À IMPACT ONT UN BAC+5 VS 22,5% DES  
CRÉATEURS D'ENTREPRISE EN GÉNÉRAL (INSEE, 2022)

### LES ENTREPRENEURS À IMPACT SE LANCENT MAJORITAIREMENT APRÈS UNE PREMIÈRE EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE POUR APPORTER DES SOLUTIONS SOCIALES ET ENVIRONNEMENTALES

**64%** ONT D'ABORD ÉTÉ SALARIÉS, 17% SONT TOUT JUSTE SORTIS D'ÉCOLE,  
10% ONT EU UNE PREMIÈRE EXPÉRIENCE DANS L'ENTREPRENEURIAT.  
LEUR PREMIÈRE MOTIVATION EST D'APPORTER DES SOLUTIONS  
SOCIALES/ENVIRONNEMENTALES



**3 ENTREPRENEURS SUR 4  
ONT UN BAC+5**



**2 SUR 3 ONT UNE  
PREMIÈRE EXPÉRIENCE EN  
TANT QUE SALARIÉ**



# ENTREPRENEURIAT À IMPACT POSITIF

## LES PROJETS/ LES STRUCTURES

- **ÂGE DES STRUCTURES** : PRÈS DE **58%** ONT + DE 3 ANS, D'EXISTANCE, 36,7% ONT ENTRE 1 ET 3 ANS, .
- **TYPE DE DÉVELOPPEMENT** : **92.7%** DÉVELOPPENT UN PRODUIT.
- **CONFIANCE DANS LA CROISSANCE DE LEUR MARCHÉ** : **63.3%** SONT **PLUTÔT CONFIANTS**. 17,4% SONT CLAIREMENT CONFIANTS.



**80,7%**  
ONT CONFIANCE EN  
LA CROISSANCE DE  
LEUR MARCHÉ

# ENTREPRENEURIAT À IMPACT POSITIF

## LA MESURE D'IMPACT

### MOINS D'1 AN :

- LA MAJORITÉ N'A PAS DE MÉTHODE POUR MESURER L'IMPACT OU SE REPOSE SUR DES COMPARATIFS.
- 2/3 DES RÉPONDANTS CONSIDÈRENT QUE ULULE & ACTFORIMPACT ONT FACILITÉ LE LANCEMENT DE LEUR ENTREPRISE EN 2024 (VS 53% EN 2023)

### PLUS D'1 AN :

- CERTIFICATS (SOCIAUX ET ENVIRONNEMENTAUX) : 40%
- LABELLISATION ESUS, BCORP, ETC. : 26%
- CALCUL DES ÉMISSIONS (BILAN CARBONE) : 25%
- OBJECTIF SOCIÉTAUX : 11%
- AUCUNE METHODE : 23% / ANALYSE DU CYCLE DE VIE DU PRODUIT : 31% / COMPARATIF : 17%



**L'ACCOMPAGNEMENT DES ENTREPRENEURS SUR LA MESURE D'IMPACT EST ESSENTIEL POUR DÉMONTRER DE MANIÈRE TANGIBLE LEUR CONTRIBUTION.**

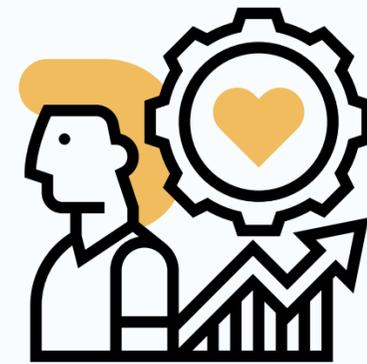


# DÉFIS RENCONTRÉS

# CONFIANCE EN L'AVENIR

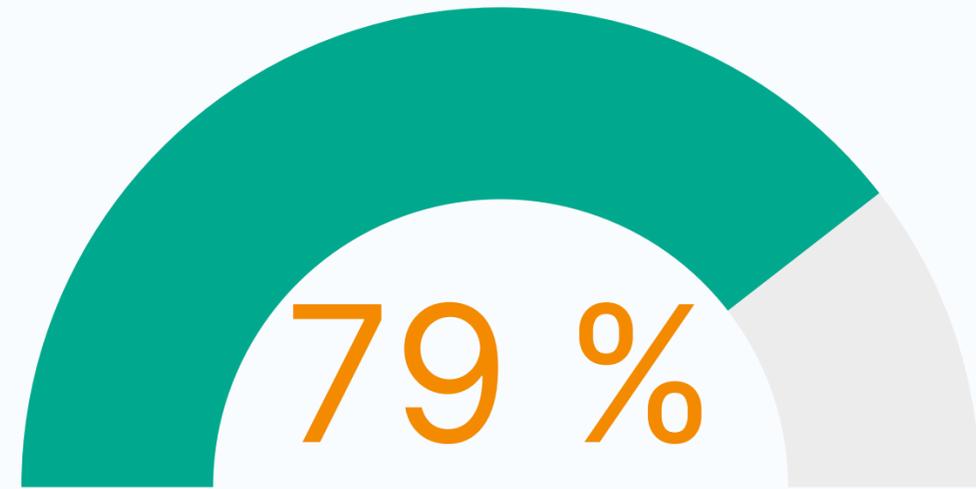
## PRINCIPAUX DÉFIS :

**LA BAISSSE DU POUVOIR D'ACHAT DES CONSOMMATEURS (88.1%) ET L'AUGMENTATION DES PRIX DES MATIÈRES PREMIÈRES (79.8%) SONT DES PRÉOCCUPATIONS MAJEURES.**



# OPPORTUNITÉS CONFIANCE EN L'AVENIR

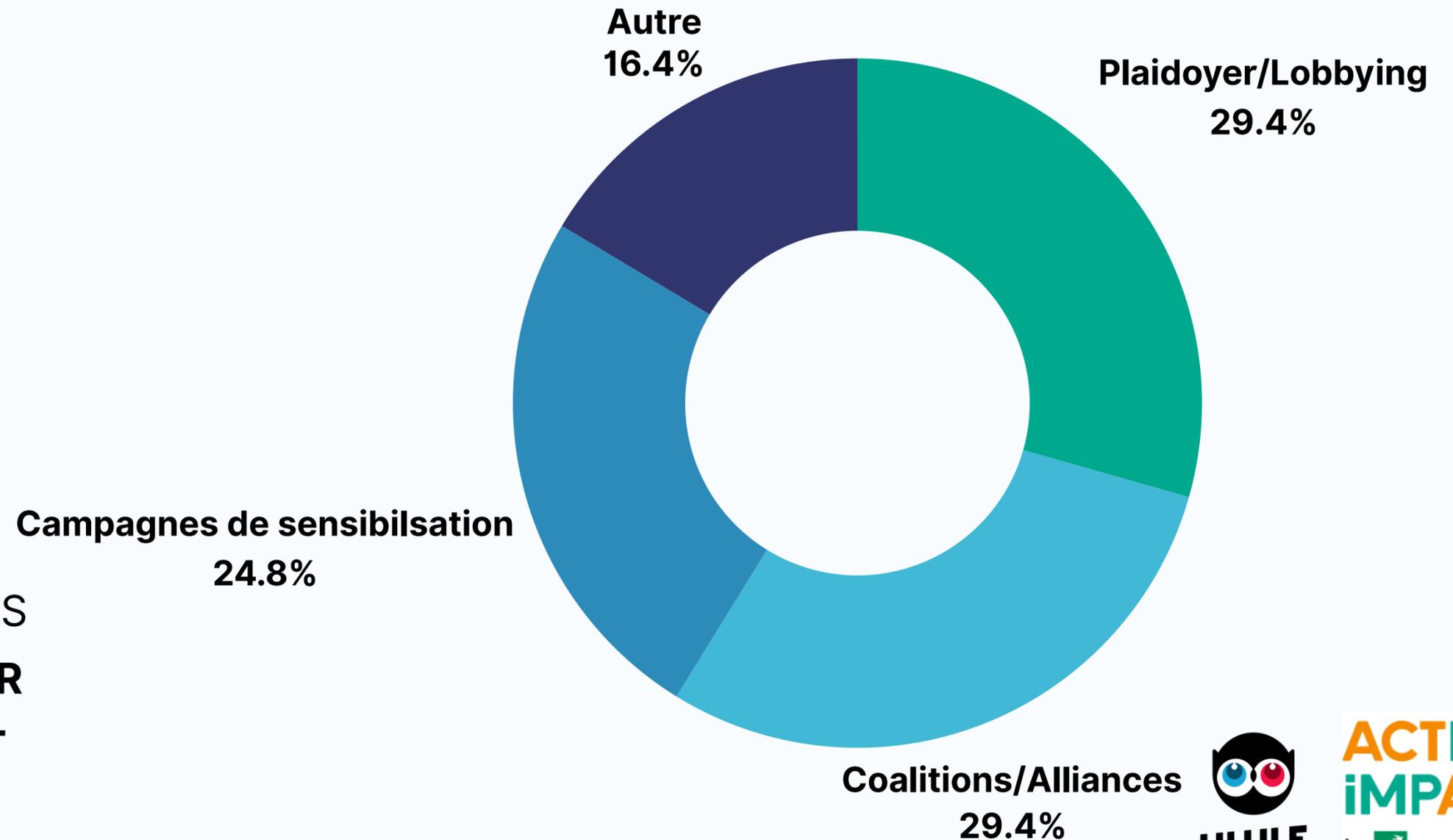
## LES COLLECTIFS DE MARQUES ENGAGÉES



### RÔLE DES COLLECTIFS DE MARQUES ENGAGÉES:

UNE GRANDE MAJORITÉ DES RÉPONDANTS PENSE QUE LES COLLECTIFS DE MARQUES ENGAGÉES ONT **LA CAPACITÉ DE FAIRE BOUGER LES LIGNES ET D'AVOIR UN IMPACT SIGNIFICATIF À MOYEN TERME.**

### ACTIONS PRIORITAIRES ATTENDUES :

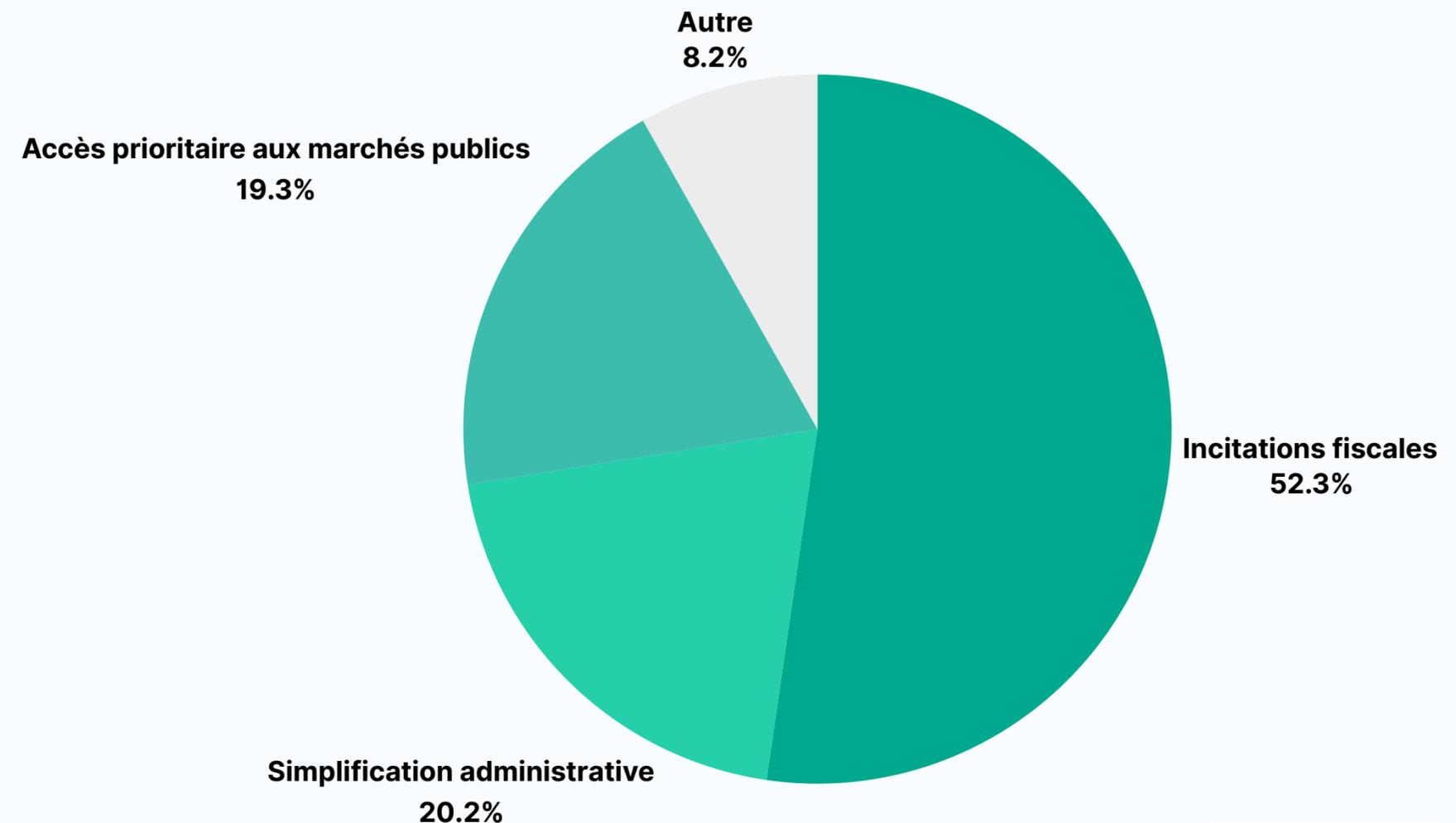


# OPPORTUNITÉS CONFIANCE EN L'AVENIR

## LES MESURES LÉGISLATIVES ATTENDUES

SI **55%** ONT PEU CONFIANCE (+ 13% PAS DU TOUT) EN LA CAPACITÉ DES POUVOIRS PUBLICS À PROPOSER DES LÉGISLATIONS FAVORABLES, LES ATTENTES DES POUVOIRS PUBLICS SONT POURTANT IMPORTANTES :

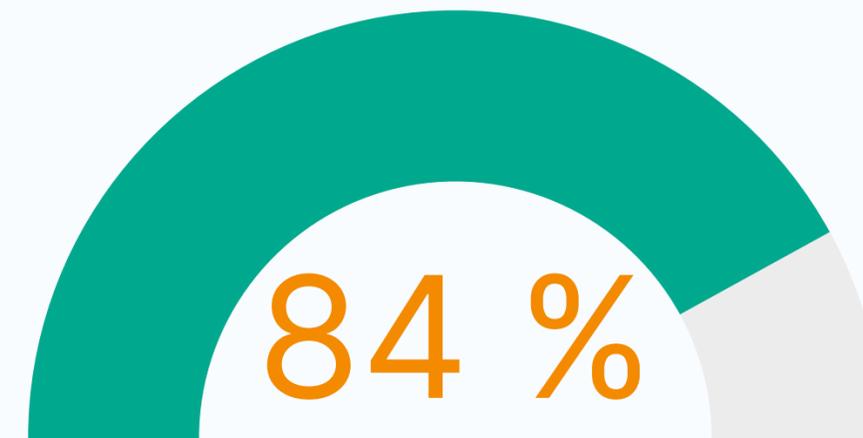
52% PENSENT QUE LES **INCITATIONS FISCALES** SONT LES MESURES LES PLUS BÉNÉFIQUES POUR LES ENTREPRENEURS À IMPACT



# SOUTIEN CONFIANCE EN L'AVENIR

## LES FINANCEURS

UN LARGE POURCENTAGE (84%) N'A PAS BÉNÉFICIÉ D'AVANTAGES FISCAUX OU LÉGAUX SPÉCIFIQUES GRÂCE À LEUR STATUT D'ENTREPRENEUR À IMPACT, CE QUI SOULIGNE UNE OPPORTUNITÉ D'AMÉLIORATION DU SOUTIEN INSTITUTIONNEL.



### CONFIANCE :

- UNE CONFIANCE ENCORE À GAGNER : 50.5% DES RÉPONDANTS SE DISANT "PLUTÔT NON" CONFIANTS QUANT À LA CAPACITÉ DES FINANCEURS À PROPOSER DES SERVICES ADAPTÉS À LEURS BESOINS VS 38,5% "PLUTÔT OUI".

### ATTENTES :

- UNE MAJORITÉ SIGNIFICATIVE (80.7%) DES RÉPONDANTS SOUHAITE DES **PRÊTS À TAUX RÉDUIT** COMME SOUTIEN PRINCIPAL DES FINANCEURS.
- LES **GARANTIES DE PRÊTS** (59.6%) ET LE **RÉSEAU ET MISES EN RELATION** (49.5%) SONT ÉGALEMENT DES ATTENTES IMPORTANTES.
- LA MISE EN PLACE DE **LIGNES DE CRÉDIT FLEXIBLES** EST ATTENDUE PAR 47.7% DES PARTICIPANTS

# CONCLUSION

## DÉFIS ET OPPORTUNITÉS

---

Les entrepreneurs à impact recherchent principalement des soutiens financiers concrets, tels que des prêts à taux réduits et des garanties de prêts. Ils attendent des collectifs de marques engagées d'influencer positivement leur environnement, via le plaidoyer et des alliances stratégiques. Toutefois, le manque d'accès à des avantages fiscaux et aux financements démontrent un besoin d'amélioration dans le soutien à ces entrepreneurs.



# L'AVENIR

...DE L'ENTREPRENEURIAT À IMPACT EST À ÉCRIRE AU PLURIEL.

L'entreprenariat à impact a longtemps reposé sur l'engagement des consommateurs et des entrepreneurs à la recherche d'un modèle économique durable et responsable. Aujourd'hui, Il est plus que jamais urgent de créer les conditions politiques, fiscales et légales pour que l'impact devienne la norme.



# L'AVENIR DE L'ENTREPRENEURIAT À IMPACT EST...

...L'HONNÊTÉTÉ  
... COMPLIQUÉ !  
...INDISPENSABLE  
...LA VISIBILITÉ ET LE SOUTIEN  
...À ÉCRIRE AU PLURIEL  
...SINUEUX  
...EST EN PLEINE RÉVOLUTION !  
...JE L'ESPÈRE PROMETTEUR.  
...ENCORE À CONSTRUIRE  
...INCERTAIN  
...PROMETTEUR ET INDISPENSABLE  
...MAINTENANT  
...ENTRE NOS MAINS  
...LA RENTABILITÉ OU LA MORT  
...DE DEVENIR LA NORME  
...LABORIEUX  
...EN PLEIN ESSOR. C'EST MOTIVANT ET  
RASSURANT  
...DE CHANGER LE MONDE  
...À CONSTRUIRE  
...SEMÉ D'EMBÛCHES MAIS PLEIN D'AVENIR !  
...À CEUX QUI S'ACCROCHENT...!  
...ENTHOUSIASMANT MAIS VRAIMENT PAS  
SIMPLE !  
...L'AVENIR DES GÉNÉRATIONS FUTURES  
...COMPROMIS AVEC LA CONJONCTURE  
ÉCONOMIQUE  
ENTREPRISE A IMPACT EST L'AVENIR

## CONSOMMATEURS :

- D'ATTIRER LES CONSOM'ACTEURS ET DE LEUR PERMETTRE DE CONVAINCRE LEUR ENTOURAGE DES BÉNÉFICES SOCIAUX À SOUTENIR LES ENTREPRISES À IMPACT.
- L'IMPACT A SEULEMENT DU SENS ET DE L'EFFET QUAND IL IMPACTE LE PLUS GRAND NOMBRE.
- LE MONDE EST PLEIN D'INCERTITUDE ET ENCORE TROP PEU DE CONCITOYEN ET CLIENT COMPRENENT RÉELLEMENT CE QUE VEUT DIRE "UNE ENTREPRISE À IMPACT"
- LA MEILLEURE BARRIÈRE NATURELLE FACE AUX IMPORTATIONS DE LA FAST FASHION.
- L'INDÉPENDANCE FINANCIÈRE ET LA CROISSANCE PAR LES VENTES
- D'AMENER CHACUN À PRODUIRE ET CONSOMMER DANS L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE
- UNE RECONNAISSANCE SOCIÉTALE
- L'AVENIR DE L'ENTREPRENEURIAT À IMPACT EST ENTRE NOS MAINS, EN TANT D'ENTREPRENEURS ET CONSOMMATEURS. IL EST ESSENTIEL DE PROPOSER DES SOLUTIONS LOCALES ET DURABLES ET D'ÉDUCUER NOS CLIENTS À CONSOMMER MOINS MAIS MIEUX.
- ESSENTIEL POUR ENVISAGER DE NOUVEAUX MODES DE CONSOMMATIONS RESPONSABLES. IL DOIT ÊTRE LE FRUIT D'UNE CONSCIENCE COLLECTIVE NOUVELLE ET ENTAMER UN VRAI CHANGEMENT D'HABITUDE DE CONSOMMATION.



# L'AVENIR DE L'ENTREPRENEURIAT À IMPACT EST...

## POUVOIRS PUBLICS, FINANCEURS :

- **INCERTAIN, IL FAUT UN GRAND BOULEVERSEMENT DE LA SOCIÉTÉ POUR LUI DONNER UN AVENIR DANS DES LOIS COURAGEUSES QUI VALORISENT LES DÉMARCHES VERTUEUSES.**
- **MIS À MAL PAR LA PRIME AU VICE QUI MAXIMISE ENCORE LES MARGES.**
- **EN JEU, IL EST IMPORTANT QUE L'ÉTAT DONNE L'EXEMPLE, QU'IL METTE EN PLACE DES INCITATIONS, QUE LES GRANDS GROUPES SUIVENT POUR QUE L'IMPACT PUISSE SE MULTIPLIER. SINON À QUOI BON ?**
- **EN STAND BY TANT QUE LES POUVOIRS PUBLICS NE PRENDRONT DES MESURES POUR SOUTENIR CELA.**
- **ENTRE LES MAINS DES FINANCEURS ET DES POUVOIRS PUBLICS**
- **DÉPENDANTE DES DÉCISIONS POLITIQUES ET LÉGISLATIVES**
- **ENTRE LES MAINS DE L'ÉTAT**
- **DANS NOTRE CAPACITÉ À VALORISER ET ACCOMPAGNER NOS ENTREPRENEURS !**
- **GLOBAL OU NE SERA PAS... DANS UN MONDE GLOBALISÉ OÙ LES "GROS" NE RESPECTENT RIEN, NI PERSONNE, LA GOUTTE D'EAU DES "IMPACTS" EST TROP FAIBLE. JE NE CROIS PLUS AU COLIBRI (EN GROS). PROPOS UN PEU PESSIMISTE MAIS LUCIDE.**
- **L'ACCÈS À PLUS DE FINANCEMENTS**
- **MENACÉ PAR LES CHARGES PATRONALES TROP ÉLEVÉES.**
- **PAS ASSEZ SOUTENU/AIDÉ PAR LES POLITIQUES AGRICOLES**
- **...DÉPENDANT D'UNE AMBITION ET SOUTIEN COLLECTIF**
- **LA VOLONTÉ POLITIQUE DE SOUTENIR LA FILIAIRE**
- **DE DEVENIR LA NORME DE L'ENTREPRENEURIAT À CONDITION QUE LES POUVOIRS PUBLICS AIENT LA VOLONTÉ DE FAVORISER CE TYPE D'ENTREPRENEURIAT CE QUI EST LOIN D'ÊTRE GARANTI**
- **... DE DONNER LES MOYENS À NOS ARTISANS ET AUX TPE POUR LEUR PERMETTRE DE CROÎTRE ET DE DEVENIR LES NOUVEAUX MODÈLES DE DEMAIN.**
- **PAVÉ DE DÉFIS. LES ATTENTES DES CONSOMMATEURS SONT CROISSANTES POUR CE TYPE D'OFFRES OU DE SERVICES MAIS LES CONTEXTES ÉCONOMIQUES NE SONT PAS FAVORABLES POUR LES PETITES STRUCTURES. IL N'Y A PAS NON PLUS UN ENVIRONNEMENT EN FRANCE DE BUSINESS ANGELS QUI INVESTISSENT MASSIVEMENT DANS DE PETITES STRUCTURES À IMPACT ET ONT CETTE POSTURE DE PRISE DE RISQUE (C'EST EN TOUS CAS MA PERCEPTION). CAR AU DELÀ DES STRUCTURES ET AIDES PUBLICS JE PENSE QUE L'AVENIR DE L'ENTREPRENEURIAT À IMPACT DOIT ÉGALEMENT S'APPUYER SUR DES BA LEADER D'OPINIONS. PAR AILLEURS, LE DÉFIS SERA ÉGALEMENT POUR LES ENTREPRISES D'AVOIR LE LONG DE LEUR CHAÎNE DE VALEUR UN IMPACT ENVIRONNEMENTAL ET HUMAIN IRRÉPROCHABLE. JE PENSE QU'IL NE FAUT PAS TROP MULTIPLIER LES LABELS OÙ COMME DANS LA GRANDE DISTRIBUTION ON FINIRA PAR SE PERDRE ET PAR LÀ MÊME PERDRE EN CRÉDIBILITÉ.**



---

LES RÉSULTATS DE

# ANNEXES

L'ENQUÊTE

---



# SOURCE

---

**ENQUÊTE DÉFIS ET OPPORTUNITÉS DES MARQUES ENGAGÉES :**  
[HTTPS://MAKEGOODTHINGSHAPPEN.TYPEFORM.COM/REPORT/Z4XW5N  
GI/EQ7MTRSYNLER6KXA](https://makegoodthingshappen.typeform.com/report/z4xw5n-gi/eq7mtrsynler6kxa)

---

