

Rapport d'activités 2018-2019

Pour ne pas changer nos habitudes et ne pas nous répéter sur ce que nous racontons, ce rapport concerne la période entre la dernière assemblée générale et maintenant.

Nous pouvons dire qu'elle s'est focalisée dans une grande transition sur divers des plans, avec un peu moins de concentration sur la publication de nouveaux outils :

- Transition sur notre manière de générer de l'impact ;
- Refonte de toute notre communication, incluant les sites internet ;
- Affinage de notre stratégie et de notre positionnement ;
- Construction progressive de notre stratégie de financement.

Ce rapport n'entrera pas dans les moindres détails, car nous sommes au milieu d'un assez long parcours et nous aurons certainement besoin de votre soutien, moral ou d'action, ou même financier !

Une première

Normalement, les Assemblées générales extraordinaires ne sont déjà pas très fréquentes, mais nous avons réussi une première, en convoquant les membres de l'association pour une assemblée générale extraordinaire, qui s'est déroulée **online**, le 11 février 2019 à 19h30, via Google Meet.

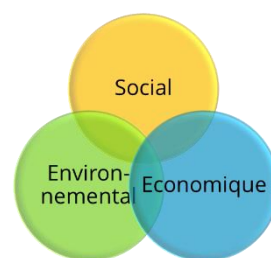
En effet, nous devons prendre trois décisions urgentes pour ne pas prendre un retard considérable sur le développement de la nouvelle charte graphique : Le changement de nom de l'association, le changement du nom de domaine et du logotype.

Nous avons utilisé une astuce dans les statuts, permettant que les membres se prononcent sur les sujets en votation et donnent une procuration à un des membres du comité, par voie électronique ! Les trois propositions ont été approuvées.

Changement de nom

Nous avons constaté, au fil des ans, que le terme de « Social Business » était souvent interprété de manière restrictive, trop lié aux divers domaines de l'insertion sociale.

Face à cette situation et désireux d'étendre notre champ d'action à l'ESS, à la microentreprise et aux entreprises sensibles au développement durable, nous avons proposé de changer « Social » pour « Sustainable » et de rajouter un « My » devant, pour transmettre le sentiment d'appropriation.



« Social Business Models »	devient	« My Sustainable Business Models »
L'abréviation « SBM »	devient	« My-SBM »

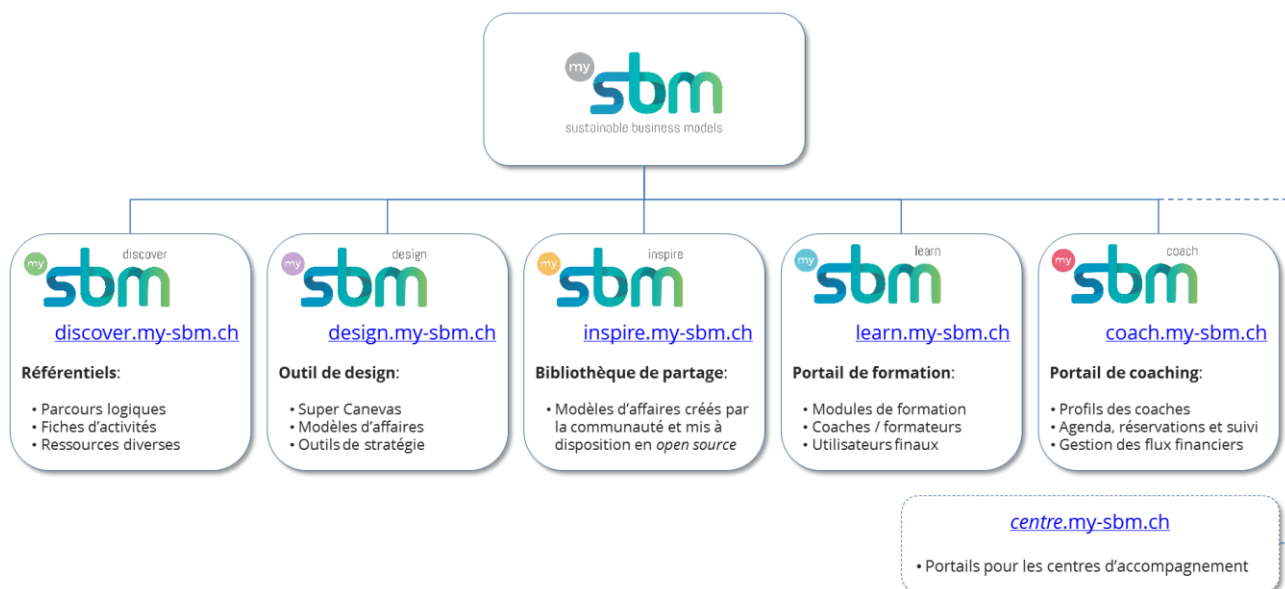
Cela semble simple, mais les implications sont grandes, car le nom de domaine va aussi changer :

De www.socialbusinessmodels.ch pour www.my-sbm.ch

Et des sous-domaines

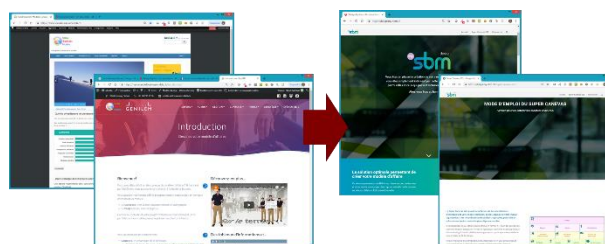
La grande simplification du nom de domaine nous a aussi permis de redéfinir des sous-domaines plus précis pour les diverses prestations actuelles et futures :

- www.my-sbm.ch Le portail général, orientant vers le sous-domaine approprié selon le besoin de l'internaute.
- discover.my-sbm.ch Le site de découverte de l'ensemble de concepts, méthodes, parcours et fiches d'activités, ainsi que des dizaines de ressources. Il correspondra à l'actuel www.socialbusinessmodels.ch.
- design.my-sbm.ch Le site pour réfléchir, dessiner et documenter un modèle d'affaires, ainsi que bientôt des projets de coopération ou de développement. Il correspondra à la plateforme <https://mysbm.socialbusinessmodels.ch>, actuellement en bêta-test.
- learn.my-sbm.ch Le futur site de formation digitale, principalement pour pouvoir former des accompagnateurs, des formateurs et des coaches locaux dans leurs pays respectifs, attachés ou non à des centres de soutien à l'entrepreneuriat, multiplificateurs d'impact.
- coach.my-sbm.ch Le futur portail de présentation des coaches indépendants et transactionnel pour qu'ils puissent y vendre leurs prestations.
- inspire.my-sbm.ch La future bibliothèque de modèles d'affaires partagés en *open source*.
- centre.my-sbm.ch Des sous-domaines pour les diverses structures d'accompagnement utilisant design.my-sbm.ch pour leurs activités ; par exemple fedevaco.my-sbm.ch.



Refonte de la communication

Juste après l'AG 2018, nous avons lancé un appel d'offres pour la refonte graphique (logo, charte, sites...) et après l'avoir adressé à une grosse quinzaine de structure et reçu de nombreuses propositions, nous avons choisi l'agence de communication **atelierssud**, avec non seulement une offre attrayante, mais la flexibilité nécessaire à notre rythme.



La version bêta de design.my-sbm.ch (mysbm.socialbusinessmodels.ch)

La version bêta a bien évolué, avec l'intégration de deux Super Canevas, la fonctionnalité pour les centres et un test grandeur nature avec les étudiants participant au prix GENILEM-HES. Il a aussi été testé par l'association alter-start et proposé, sans succès, au Service de l'emploi du canton de Vaud, pour les demandeurs d'emploi intéressés par la mesure de Soutien à l'Activité Indépendante, SAI.

L'approche définie est en trois couches :

- Un outil gratuit et anonyme (pas d'inscription nécessaire) : les Super Canevas ;
- L'outil de modélisation d'affaires ou de projet en version *free*
- L'outil de modélisation et de stratégie en version *premium*



Modèle d'affaires



Modèle de projet

Les deux Super Canevas, de modèle d'affaires et de projet sont en premier lieu des outils de réflexion, avec des affiches et des post-it, destinés à être utilisés en séance de brainstorming en groupe. Ensuite, les utilisateurs peuvent les transposer sur le site et les imprimer facilement et les présenter à d'autres personnes. Finalement, ils peuvent être importés dans la version *free*, comme point de départ.

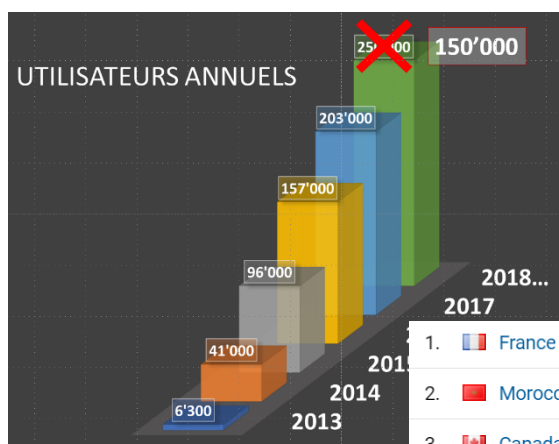
Nous avons perdu un appel d'offres d'Oxfam pour l'Afrique du nord, car notre site n'était pas encore en arabe...

Quelques chiffres

1. Les sites

Comme mentionné auparavant, la fréquentation du site internet a un peu souffert des turbulences et des autres priorités, avec moins de contenu publié. D'autre part, les algorithmes de Google ont changé, prenant en considération d'autres facteurs, qui ont affecté notre positionnement sur le moteur de recherches. Finalement, une attaque sournoise et répétitive de hackers nous a prétérités pendant près de deux mois !

Le résultat est simple : une diminution de presque 25% des visiteurs en relation à 2017, alors que nous pensions avoir une croissance de 20%.

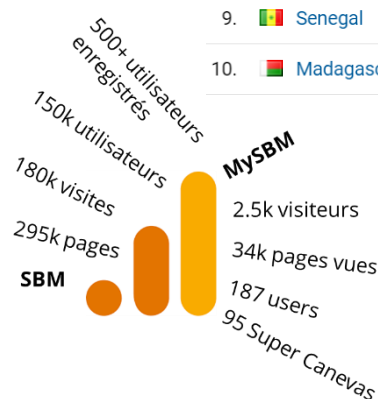


D'autres statistiques sur la fréquentation des sites sont intéressantes :

- L'Afrique représente 27% des visiteurs, le Maroc en 2^{ème} position du classement global
- MySBM, en version bêta a atteint ses 34'000 pages vues
- 70% de nos visiteurs ont entre 18 et 34 ans
- La fréquentation féminine est presque le double de la masculine
- Les ordinateurs de bureau représentent encore 75% et les tablettes seulement 2%

Nous avons aussi réussi à obtenir l'adhésion au programme « Google for associations » qui nous met à disposition la suite Google et un crédit d'annonces Adwords.

Mais là aussi, le problème de piratage nous a causé de gros dégâts d'image.



2. Les réseaux sociaux

Le groupe LinkedIn est stable, avec très peu de changements, faute de lui donner plus d'attention. Cependant, l'activité sur Facebook a été plus intense (70 billets postés en 1 an), ce qui lui a permis d'avoir une forte augmentation d'audience :

- 360'000 personnes atteintes
- 9'000 interactions
- 2'300 membres
- 2'400 abonnés

Les vidéos ont contribué à cet essor, plus particulièrement une de 1 minute et 42 secondes « Le double triangle de l'entrepreneuriat », sans publicité, a atteint 11'700 vues.



Partenariat

My-SBM est en phase de signature d'un partenariat avec la FEDEVACO, dans le cadre du « Prix Diaspora et Développement », où design.my-sbm sera un élément central de l'appel à projets.

En effet, la stratégie est d'apporter de la formation et de l'apprentissage à **tous** les participants, pour que même ceux qui ne seront pas retenus aient pu en retirer le plus grand bénéfice possible au lieu d'avoir simplement passé quelques heures à rédiger une réponse.

Le feuillet de la coopérative SOBUCA

L'enregistrement de la coopérative n'a pas été un long fleuve tranquille, avec un nombre considérable de va-et-vient avec le Registre du Commerce et diverses tournées de récolte de signatures. Et à l'heure où ces lignes sont écrites, il n'a pas encore été finalisé, car quelques dates doivent encore être réajustées. Deux écueils avaient été rencontrés :

D'une part, des aspects formels, conformité des dates, format des documents envoyés, etc. D'autre part, les buts de la coopérative qui ont dû être adaptés pour être conforme à l'esprit du CO.

Buts (1 ^{ère} version)	Buts (version actuelle)
<p>Art. 02. Buts</p> <p>Buts de la société coopérative SOBUCA :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Permettre aux entreprises de l'économie sociale et solidaire de disposer de ressources financières suffisantes pour démarrer leurs activités. Ces ressources financières sont mises à disposition sous forme de dette subordonnée pour une période maximum de 5 ans au taux d'intérêt annuel de 2%. Les échéances de remboursement sont déterminées en fonction du cash-flow du bénéficiaire. Une prolongation maximum de 3 ans peut être accordée par le Conseil d'Administration. • Les bénéficiaires de SOBUCA sont les entreprises de l'économie sociale et solidaire en Suisse et dans le monde. Il peut s'agir d'association, d'ONG ou de coopérative actives dans les secteurs de la formation, de l'agriculture et de l'habitat. • Pour l'exécution de ses buts, la société coopérative collabore avec toutes les institutions soutenant ses objectifs. La société coopérative peut exercer d'autres activités qui ont un rapport avec son but ou qui encouragent son but directement ou indirectement. • Et plus généralement, toute activité de service, de conseil, d'assistance technique, de formation, de représentation pour le compte de gouvernements, d'individus, d'entreprises et d'organismes auprès d'autres entreprises, individus, organismes, gouvernements dans tous les secteurs d'activité. 	<p>Art. 02. Buts</p> <p>Buts de SOBUCA :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Le but de la coopérative SOBUCA est de financer les nouveaux développements de l'association suisse My Sustainable Business Models (My-SBM), ainsi que d'autres projets de l'économie sociale et solidaire. • Ce faisant, les membres de la coopérative de SOBUCA contribuent ainsi au développement de nouvelles approches économiques dont ils pourront en être des bénéficiaires directs et indirects. • La priorité initiale de des membres de la coopérative SOBUCA est le développement de My-SBM, dont ils peuvent utiliser directement les outils, ou favoriser leur contribution au bon fonctionnement d'initiatives productrices locales et internationales.

En gros, la logique du code des obligations est que les buts d'une coopérative doivent être aux bénéfices de ses membres. Or dans la version initiale, les bénéficiaires n'étaient pas nécessairement les membres. Dans la version actuelle, les développements de l'association My-SBM bénéficient aux membres de la coopérative. Morale de l'histoire : Parfois, être trop explicite n'est pas la meilleure des solutions !

Le comité, mai 2019