

Social Business Models – Association

1. Mission

Fondée en mai 2013, Social Business Models est une association dont la mission est la suivante :

« Promouvoir la co-création, le partage et l'utilisation d'outils d'élaboration et de révision de Modèles d'affaires sociaux - Social Business Models, auprès de tous les acteurs impliqués, contribuant à l'existence pérenne d'organisations à fort impact social, entreprises sociales ou entreprises de l'économie sociale et solidaire - ESS. »

Actuellement, plus de 40 outils sont mis à disposition sur le site Internet de l'association, grâce au travail d'une vingtaine de membres impliqués dans le processus de publication.

2. Domaines d'activités

Sept grands domaines d'activités existent vers l'externe, soutenus par des activités centrales. Certains sont déjà pleinement opérationnels, alors que d'autres n'en sont encore qu'au stade d'une première définition :

1. Co-création des outils
2. Diffusion des outils
3. *Formation et formation de formateurs¹*
4. *Annuaire de prestataires*
5. *Fils rouges et guides spécifiques*
6. *Partage de modèles en open-source*
7. Alliances et partenariats



2.1 Co-création des outils

Ce domaine d'activités est en quelque sorte le « cœur de métier » de l'association, car il consiste à mettre en place et à gérer un processus qui permette la **co-création** des outils qui seront ensuite promus et mis à disposition d'un large public.



Tout en se portant garant d'un bon niveau de qualité, ce processus de co-création a pour but de faciliter la contribution des membres ou de personnes externes à l'association, par des propositions d'outils, des révisions, des commentaires, des traductions et des exemples d'utilisation, entre autres.

2.2 Diffusion des outils

Une fois rédigés et validés par le processus de co-création, les outils doivent être diffusés auprès d'un **large public** de « consommateurs », par différents canaux de communication et distribution, tels que les réseaux sociaux, des ateliers, des conférences, des webinaires, la participation à des cours dans des hautes écoles, etc.

Ce domaine d'activités a sous sa responsabilité la création des moyens de diffusion pour chaque public cible, afin que les outils soient connus et utilisés par le plus grand nombre de personnes possibles, contribuant ainsi à la mission de l'association.

¹ Les domaines en italiques sont en phase d'implantation ou n'ont pas encore commencé leurs activités

2.3 Formation et formation de formateurs

Ce domaine d'activités, à mettre en place, a pour buts : a) de créer des modules de formation qui puissent aider lors de l'application des outils diffusés ; et b) de former des consultants à l'utilisation des outils dans leurs propres activités de conseil, ou d'autres formateurs.

La fonction de ce domaine d'activités est double, favorisant d'une part l'utilisation effective des outils promus par l'association et, d'autre part, l'augmentation de l'impact recherché par **effet multiplicateur**.

2.4 Annuaire de prestataires

Ce domaine d'activités, moins complexe que les premiers, vise aussi à soutenir la diffusion et la meilleure utilisation des outils par les publics cibles, leur permettant d'accéder facilement à des prestataires ayant déjà acquis une expérience dans leur application et/ou intégration.

L'objectif est de permettre à toute organisation en processus de création ou de révision, de **faire appel au support de spécialistes**, en phase avec les outils de Social Business et leur concept global.



2.5 Fils rouges et guides spécifiques

Ce domaine d'activités consiste à développer, pour des organisations faïtières, des bailleurs de fonds, des organisations publiques, des écoles, entre autres, des « ensembles cohérents et spécifiques d'outils », à partir de ceux validés par le processus de co-création.

Le but de ces « fils rouges » ou guides est de permettre que leurs propres publics-cibles puissent leur présenter des projets plus cohérents, mieux élaborés et plus facilement comparables.



2.6 Partage de modèles open-source

Ce domaine d'activités consiste à permettre à toute organisation ayant développé un modèle d'affaires social fonctionnant bien et créant des impacts sociétaux positifs, de le mettre librement à disposition d'autres organisations partageant les mêmes valeurs et intentions, afin qu'elles puissent le reprendre et l'adapter au contexte local.

2.7 Alliances et partenariats

Ce domaine d'activités, le moins défini de tous, est une ouverture à tout échange, alliance et partenariat avec d'autres organisations, nationales et internationales, pour la réalisation et la participation à des projets qui vont dans le sens de la mission de Social Business Models.

Comme exemple, on pourrait évoquer la possibilité de traduction, diffusion et adaptation des outils au contexte d'autres pays, dans le cadre de programmes d'échange soutenus par la communauté européenne.

3. L'association

L'association compte aujourd'hui plus de 60 membres et est organisée avec une Assemblée générale des membres, un comité de 7 personnes et quatre groupes de travail :

- GT Production, en charge du processus de co-création des outils
- GT Communication, en charge de la diffusion et de la communication globale
- GT Site, en charge de la réforme du site Internet
- GT Administration, en charge de toutes les activités administratives et financières



Participer à cette aventure vous intéresse ? Alors contactez-nous !