

Lancement du projet
SoBizHub | Social Business Nord de France

Conférence de presse
du vendredi 24 octobre 2014

Sommaire

Editorial de Philippe Vasseur *p.3*

La genèse de la démarche, le Social Business selon Muhammad Yunus *p.4*

Le social business comme levier de développement régional *p.6*

Les objectifs du projet SoBizHub | Social Business Nord de France *p.6*

Les 4 piliers du programme *p.7*

Les initiateurs du projet SoBizHub | Social Business Nord de France *p.8*

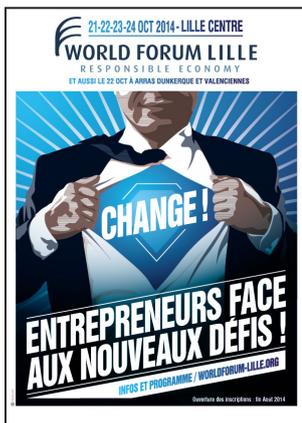
LES PREMIERES EXPERIMENTATIONS

«Le Social Business, une nouvelle manière de créer de la valeur partagée !» *p.10*

Leroy Merlin *p.11*

Mc Cain *p.14*

Les organisations parties prenantes à ce jour *p.17*



LANCEMENT de SoBizHub | Social Business Nord de France AU WORLD FORUM LILLE LE 24 OCTOBRE 2014

Après le lancement de la Troisième Révolution Industrielle en Nord-Pas de Calais, le World Forum Lille continue à mobiliser largement des acteurs autour de dynamiques communes et ambitieuses. Pour cette 8ème édition, durant sa journée dédiée au Social Business, le World Forum Lille organise le lancement du projet SoBizHub | Social Business Nord de France, un écosystème innovant pour favoriser le développement de projets Social Business dans le territoire.

Editorial

«Le FMI vient de nous prévenir : la croissance mondiale ralentit et devrait rester relativement faible l'année prochaine. Mais même à ce rythme lent le PIB de la planète aura doublé dans vingt ans et quadruplé dans quarante ans. Dans le même temps, la population du globe passera de 7 à 9 milliards d'habitants et pourrait continuer d'augmenter jusqu'à 11 milliards à la fin de ce siècle.

Impossible de faire face à ces évolutions avec le système économique (et social) actuel, incapable d'apporter des solutions aux problèmes de la raréfaction des ressources fossiles, de l'accès à l'eau pour tous, de l'aggravation des pollutions de toutes sortes (et de bien d'autres encore).

Nous mesurons déjà les effets des changements dont nous connaissons la nature, nos façons de produire, de consommer, de vivre en seront très profondément modifiées. Le monde est entré dans une période de rupture qui va aboutir à une transformation radicale des systèmes économiques et des organisations sociales.

La dimension territoriale est, dès à présent, une clé essentielle pour l'avenir. Partout dans le monde des territoires prouvent qu'ils constituent des espaces propices à la mise en œuvre de solutions permettant de relever de nombreux défis.

Si les défis auxquels nous sommes confrontés sont mondiaux, les réponses ne sont pas nécessairement globales. Aucune organisation n'est en effet en mesure d'imposer et de faire respecter des règles universelles.

L'uniformité serait d'ailleurs contraire à l'extrême pluralité des situations qui implique une grande diversité des approches.

Le salut ne viendra pas du ciel, c'est-à-dire d'en-haut mais d'en bas : de la conjonction des initiatives, qui, sur le terrain, donnent dès à présent une application concrète aux nouveaux modèles de société en train d'éclore.

C'est évidemment difficile à admettre pour les responsables économiques et politiques qui refusent de changer de logiciel ! Mais c'est une réalité exaltante pour qui veut participer à la révolution positive de ce XXIème siècle.

« Et c'est le sens du programme SoBizHub | Social Business Nord de France présenté le 24 octobre au World Forum Lille en présence de deux figures mondialement connues du Social Business, Muhammad Yunus et Tony Meloto »

Philippe Vasseur
Ancien Ministre,
Président du World Forum Lille

La génèse de la démarche

Le social Business

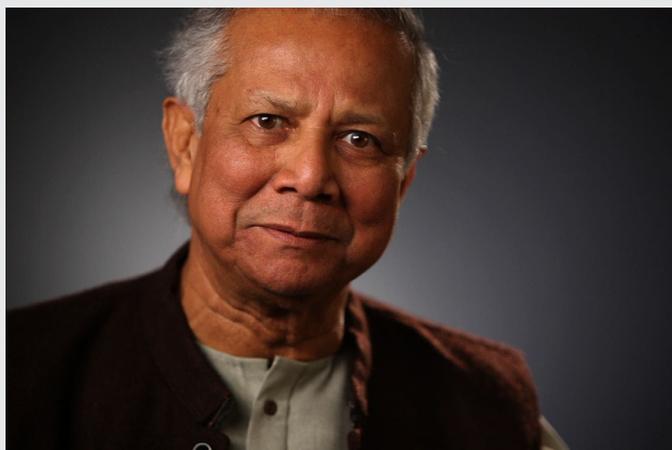
selon le Professeur Muhammad Yunus

Le social business a été mis sur le devant de la scène par le Prix Nobel de la Paix 2006, Muhammad Yunus, également pionnier du micro crédit.

Selon lui, le social business se distingue d'une entreprise classique par 3 critères :

- son activité répond à une cause sociale
- « non-loss company » : elle doit être économiquement rentable pour être durable
- « no dividend company » : son développement doit permettre aux investisseurs de récupérer leur capital initial et dégager des bénéfices. Ces bénéfices sont réinvestis dans l'activité pour un plus grand impact social.

Une dynamique est enclenchée en Nord-Pas de Calais. Elle est n e de la rencontre entre les 3 initiateurs : World Forum Lille - Réseau Alliances / Leroy Merlin / Mc Cain, rejoints ensuite par l'Université Catholique de Lille et La Chartreuse de Neuville.



Le Professeur Muhammad YUNUS est considéré comme le père fondateur du microcrédit avec la création de la Grameen Bank en 1977, et il a obtenu le prix Nobel de la paix en 2006. La Grameen Bank permet à des milliers de pauvres du Bangladesh d'accéder au prêt et de sortir de l'exclusion financière (8,4 millions de membres, 97 % de femmes).

A partir de 1989, le « modèle » s'exporte dans d'autres pays. Aujourd'hui, près de 300 millions de personnes dans le monde bénéficient directement ou non de micro-crédits. Le professeur devenu entrepreneur a ensuite lancé de nombreuses initiatives du même type dans les secteurs de la santé, de l'insertion sociale, des télécoms, de l'accès à l'eau ou encore de l'énergie. Dans son livre « Pour une économie plus humaine. Construire le social business », il développe le concept de Social Business, modèle économique où l'entreprise est crée à dans le but non pas de maximiser ses profits mais de résoudre une problématique sociale ou environnementale. Il a monté des joint-ventures avec des groupes français (Veolia, Danone), allemands (BASF, Adidas), japonais (Uniqlo), américains (Intel) et canadiens (Mc Cain). Il a fondé et dirige le Yunus Center, un centre de ressources pour toutes les activités de social-business de la Grameen Bank au Bangladesh et dans le monde.

Traduction du message d'encouragement du Professeur Yunus pour le projet régional de Social Business à l'occasion de la journée de travail du 9 juillet 2014.

Chers amis,

Je sais qu'en ce 9 juillet vous vous retrouvez autour d'un projet passionnant : mettre en place un écosystème de promotion du Social Business dans la région Nord Pas-de-Calais pour innover et inventer une économie plus humaine, qui vise à rassembler des compétences variées pour trouver des solutions inédites à des problématiques sociales cruciales. Le savoir-faire de l'entreprise privée associé à la connaissance terrain des acteurs sociaux ouvre de nouveaux possibles. Le chemin est long pour ré-inventer le business de manière différente et y penser le "social" n'est pas habituel... Mais inventer un nouvel art de vivre ensemble passe par cette réconciliation du social et du business, c'est très inspirant. Je suis très heureux d'être avec vous dans cette initiative.

Ce travail nécessite d'une approche globale et synergique : développer la sensibilisation auprès des acteurs économiques et de ceux qui construiront le monde de demain : les jeunes et les étudiants ; favoriser l'émergence de projets de social business à travers l'accompagnement et le financement; des espaces de co-crédation entre acteurs qui n'ont pas l'habitude de travailler ensemble et enfin la formation académique pour former les meilleurs talents aux métiers de demain. Je ne peux que vous encourager à construire ce projet avec ces différents éléments. Le réaliser sur un territoire régional est plein de promesses.

Je connais Nicolas Cordier depuis plus de vingt ans à travers l'expérience inspirée du Grameen Bank du projet de microcrédit Contigo au Chili qu'il a contribué à développer et j'ai rencontré les dirigeants de Leroy Merlin et Adeo il y a deux ans : il y a beaucoup de choses à faire au niveau du logement, en France et dans le monde ! Avec McCain et son directeur Europe, Jean Bernou, nous avons développé une alliance en Colombie et des projets liés à l'inclusion de personnes précaires dans l'industrie alimentaire me paraissent une voie d'avenir très intéressante.

Je suis très heureux de participer au World Forum Lille qui rassemble chaque année des acteurs de changement pour une économie plus responsable. Je me réjouis d'avance de pouvoir vous y rejoindre le 24 octobre prochain.

Mettons nos talents en commun pour changer de paradigme et co-construire ensemble des solutions efficaces de lutte contre la pauvreté !

Bien cordialement,

*Muhammad Yunus
Fondateur du Grameen Bank
Prix Nobel de la Paix 2006*

Le social business comme levier de développement régional

Depuis plus d'un an, 125 personnes de 65 organisations ont commencé à se mobiliser pour la co-création de cet écosystème Social Business à l'échelle du territoire.

Il est nommé SoBizHub | Social Business Nord de France - SoBiz pour Social Business et le Hub évoquant la co-construction, le point de rencontre entre tous les acteurs, un écosystème dynamique et riche qui rassemble toutes les parties prenantes engagées dans l'accompagnement d'entreprises à forte finalité sociale.

Tous en sont convaincus : l'innovation sociale est un puissant levier pour inventer de nouveaux business model à la frontière de l'économique et du social. Une évolution qui s'effectue dans la continuité de l'innovation sociale qui caractérise l'esprit entrepreneurial nordiste.

Les objectifs du projet SoBizHub | Social Business Nord de France

SoBizHub | Social Business Nord de France, c'est ancrer dans le territoire la dynamique mondiale du Social Business. Ses objectifs sont de :

- **Sensibiliser au Social Business** et promouvoir l'innovation sociale, notamment auprès des jeunes et des milieux économiques ;
- **Créer des espaces de co-création** entre acteurs qui n'ont pas l'habitude de travailler ensemble : entreprises privées, acteurs de terrain associatifs, universités, pouvoirs publics, pour réconcilier social ET business ;
- **Développer la formation académique** pluridisciplinaire et la recherche via la création d'une chaire Social Business ;
- **Favoriser le lancement de projets Social Business** par la mise en place d'incubateurs, d'accompagnement spécifique et de solutions de financement.

Les 4 piliers du programme

SoBizHub | Social Business Nord de France est une combinaison unique de moyens de promotion et de développement du social business sur tout un territoire.

PILIER 1 – Programme de Sensibilisation et événements :

Le Social Business invite à une nouvelle conception des finalités de l'économie et du rôle des entreprises et également à penser le social différemment. Pour lever certaines barrières mentales qui ouvrent des impensables pour de nouveaux possibles, il faut développer les actions de sensibilisation autour du Social Business, notamment en direction des milieux économiques et des étudiants.

- > Sous la bannière SoBizHub, différents événements participeront à cette sensibilisation : World Forum Lille, Rencontre annuelle de la Chartreuse de Neuville, événement co-animé avec Ashoka, danone.communities. MakeSense, Convergences,
- > Présence dans la région de différents formats de sensibilisation : Ticket for Change Tours, Tour des solutions, MakeSenseSchool, Programme Impact (Ashoka), Réseau Régional du Mouvement des Entrepreneurs Sociaux (MOUVES),
- > Par la création de contenus référents : tribunes d'experts rédigées pour les médias ou par les bonnes pratiques mises en lignes sur BiPiz (le moteur de recherche des Bonnes Pratiques RSE créé par Réseau Alliances)
- > Des trophées ou remises de prix : trophées Réseau Alliances, Prix Créenso, Award du programme Impact (Ashoka), Prix Convergence

PILIER 2 – Espaces de co-création entre acteurs qui n'ont pas l'habitude de collaborer :

Le savoir-faire de l'entreprise privée associé à la connaissance terrain des acteurs sociaux -publics et associatifs- ouvre la voie à des collaborations inédites. Le partage d'expériences doit faciliter ces nouvelles synergies.

- > Faciliter la rencontre entre les différents acteurs par la création d'espaces de co-création et le partage d'expérience dans le Club des co-créateurs social business
- > Mobiliser les outils et compétences des différents acteurs pour faire émerger des projets de social business co-crés.

PILIER 3 - Formation Académique

Création d'une chaire « Social Business» pilotée par l'Université Catholique de Lille

- > Enseignement-Formation : certification, création de cursus, programme de cours optionnels pour les étudiants mais également de formation continue
- > Recherche : décloisonnement des travaux des laboratoires sur le sujet : mise en réseau, programmes communs...
- > Coopération internationale

PILIER 4 - Accompagnement des projets : Incubateur et financement

L'émergence de projets de social business en phase de création requièrent un accompagnement spécifique, des lieux d'incubation et des outils de financement dédiés. Ces dispositifs reposeront sur l'écosystème d'accompagnement et de financements existant en Nord-Pas de Calais.

- > présélection des projets pour accompagnement jusqu'à maturation avec une équipe de projet et tuteur dédiés
 - > expérimentation d'un premier incubateur, via l'Institut de l'Entreprenariat, de l'université Catholique de Lille.
- Celui-ci permettra d'appuyer et de soutenir les jeunes entrepreneurs pour leurs besoins en financement en phase d'amorçage, de lancement de produit mais aussi de les aider à la modélisation de leur offre dans la recherche d'investisseurs potentiels
- > « cercle de financeurs engagés », à ce jour il s'agit de SI² Fund, Investir& +, GroupeIRD, SB Factory, Citoyens Solidaires, AG2R LaMondiale, Autonomie et Solidarité, ainsi que la CCI Nord de France.

Les initiateurs du projet SoBizHub | Social Business Nord de France

Les initiateurs du projet, membres du comité d'orientation





LES PREMIERES EXPERIMENTATIONS

Le Social Business, une nouvelle manière de créer de la valeur partagée !

Les mots Social et Business sont comme deux aimants de même polarité qui se repoussent plus qu'ils ne s'attirent ! La frontière entre des actions sociales cantonnées au domaine privé et des finalités économiques exclusivement centrées sur la maximisation des bénéfices est en train de s'estomper. De nombreux exemples de résolution de problématiques sociales, de manière durable parce que rentable au cœur de la logique compétitive des entreprises semblent ouvrir une nouvelle voie de réconciliation de l'économique et du social. Des solutions inédites entre acteurs qui n'ont pas l'habitude de travailler ensemble, entreprises, associations, pouvoirs publics voient le jour.

Les entreprises seraient-elles ainsi devenues philanthropes ? Qu'ont-elles à gagner dans cet engagement auprès des plus démunis ? Tentative de rachat d'une bonne conscience ou manipulation de l'opinion sous forme de social washing après la tendance à « verdir » des décisions en faveur de l'environnement ?

Ces questions inhérentes à l'association peu familière du social et du business soulignent la difficulté à sortir de cette double injonction qui place les entreprises soit dans une perception d'autisme face à son environnement proche soit dans une manipulation de l'opinion à des fins purement mercantiles.

Les expérimentations que nous avons pu mener nous montrent à la fois que c'est un chemin nouveau et peu fréquenté et dans le même temps qu'il est créateur de valeur partagée pour l'entreprise. C'est un puissant levier de ré-invention de nos modèles d'affaires. Dans un monde qui bouge de plus en plus vite, c'est une manière d'aller en terres inconnues et de transformer notre regard sur notre manière d'exercer nos métiers.

Depuis plus de deux ans, des vendeurs Leroy Merlin animent des cours de bricolage et maintenance locative pour des personnes en attente de logement social hébergées par Emmaüs Solidarité : 180 personnes ont été formées. Depuis début 2014, l'enseigne réoriente tous ses invendus de l'entrepôt vers l'Agence du don nature qui les a redistribués à plus de 150 associations facilitant ainsi l'équipement solidaire de 32.000 foyers. Plusieurs magasins participent à des programmes d'Auto Réhabilitation Accompagnée avec l'association Les Compagnons Bâisseurs pour redonner l'envie et les moyens de s'approprier leur logement à des habitants, en leur donnant les moyens de faire par eux-mêmes : cours de bricolage, prêt d'outils, accès aux matériaux...

Fin 2012, McCain a lancé un joint-venture avec Yunus Social Business en Colombie. « Campo Vivo » permet à de petits agriculteurs démunis de se former aux bonnes pratiques agricoles durables et sécuriser leur travail par une rémunération stable et des contrats pluriannuels. En France, c'est l'entreprise « BON et Bien » qui vient d'être lancée pour favoriser l'insertion et lutter contre le gaspillage alimentaire. Des chômeurs longue durée accompagnés par Randstad collecteront les écarts de triage de légumes auprès des agriculteurs travaillant avec McCain dans le Nord Pas-de-Calais qui seront utilisés dans la préparation de soupes commercialisées ensuite dans les centres E. Leclerc de la région. Pour produire 300 litres de soupe chaque jour, des dizaines de tonnes de pommes de terre, endives, oignons, carottes et autres légumes seront revalorisées au lieu d'être gaspillées. L'équilibre financier permettra l'atteinte des finalités sociales et environnementales.

Ces différentes expérimentations impliquent le cœur de métier de l'entreprise, avec des acteurs de terrain, dans un modèle économique équilibré pour des actions à fort impact social. Entreprendre autrement est une nécessité. Le Social Business est un puissant vecteur de renouveau de la mission de l'entreprise !

Tribune co-écrite par :

Nicolas Cordier, Chargé de mission Social Business, Leroy Merlin

Jean Bernou, Président Directeur Général de Mc Cain Europe Continentale



Leroy Merlin : rendre possible le rêve des habitants avec le Social Business

Leroy Merlin a recherché des solutions pour les habitants non-clients en situation de précarité au niveau de leur logement dans une optique de Social Business, c'est-à-dire :

- La recherche de réponses concrètes et démultipliables à grande échelle ;
- Un projet durable parce que rentable (pas de pertes) mais qui ne vise pas le profit (pas de redistribution de dividendes) ;
- Une co-construction systématique avec des acteurs sociaux de terrain, à partir du besoin des personnes ;
- Une initiative ouverte à tous les collaborateurs, au cœur du métier de l'entreprise.

En ce sens, c'est l'affirmation renforcée de la mission de Leroy Merlin France : « Aider chaque habitant à rêver sa maison et à la réaliser », dans laquelle le mot « chaque » vise à rejoindre la notion de « plus grand nombre. »

Quels sont les objectifs ?

Ce programme souhaite répondre à une problématique sociétale : rendre un cadre de vie digne aux personnes qui vivent en précarité, qu'elles soient propriétaires occupants, locataires d'un logement social, voire en attente de ce type de logement, rentrent dans le cadre de leroymerlin.communities.

La problématique intègre l'isolement des personnes, le manque de savoir-faire métier en bricolage pour aménager/réhabiliter son logement et le coût d'accès à certains produits.

Quelles solutions sont proposées ?

L'incubateur de projets de social business de Leroy Merlin permet des partenariats innovants avec des acteurs de terrain afin de trouver des solutions inédites à des personnes en situation de précarité au niveau de leur logement.

Les pistes explorées dans cette phase d'expérimentation sont :

- Animation de modules «Bricolage et maintenance locative» de préparation au relogement pour des personnes en attente de logement social hébergées dans des structures d'accueil temporaire ;
- Co-construction d'actions de réhabilitation de logements, notamment dans le cadre d'Auto Réhabilitation Accompagnée ;
- Aide à l'aménagement à prix accessible lors de l'arrivée dans un logement social : gestion optimisée des surstocks par les dons en nature, participation à la Banque Solidaire de l'Équipement, Agence du don en nature, plateforme solidaire de matériaux,...
- Lutte contre la précarité énergétique : atelier solidaire, actions concertées sur un quartier.

Des actions menées avec :



1. Des cours de Bricolage avec Emmaüs Solidarité :

La mission d'Emmaüs Solidarité se concentre sur l'accueil et de l'accompagnement des personnes sans abri ou en situation de grande précarité. Avec 485 salariés et 179 bénévoles, elle accueille, héberge ou accompagne sur le chemin de l'insertion chaque jour plus de 3 000 personnes seules ou familles en grande difficulté sociale.

Concernant le logement d'urgence, **Emmaüs Solidarité** dispose de 2.291 places dans ses différentes structures.

Pour accompagner le projet d'insertion de ces personnes et faciliter leur arrivée dans un logement social plus pérenne, la Mission Logement d'Emmaüs Solidarité a lancé un Atelier de préparation au logement. Cette formation de 22h permet de transmettre les gestes métiers de la maintenance locative d'un logement et valorise la préparation des bénéficiaires au fait d'assumer eux-mêmes leur futur logement.

En mai 2012, ces cours de bricolage ont été dispensés pour la première fois dans la salle de cours «Ateliers de la Maison» par des collaborateurs Leroy Merlin à Vitry-Sur-Seine.

Atelier de préparation au logement



Cette première expérience a donné naissance à un module de formation co-construit avec travailleurs sociaux d'Emmaüs Solidarité et quatre conseillers de vente Leroy Merlin.

Trente six ateliers ont été animés depuis le démarrage pour 180 participants hébergés par Emmaüs Solidarité. Les animateurs ont chacun exprimé leur joie, leur enthousiasme et l'envie suscités par cette expérience. Elle donne du sens à leur mission, renforce leur appartenance, ouvre un espace d'expérimentation nouveau où leur propre vision de leur métier et de leurs clients a été modifiée et enrichie. D'autre part, les participants sont fiers d'avoir été formés «par des professionnels» dans un magasin comme Leroy Merlin dont ils n'avaient jamais franchi les portes auparavant.

2. Co-construction d'actions de réhabilitation de logements avec les Compagnons Bâisseurs :

Depuis plus de 50 ans, l'Association Nationale des Compagnons Bâisseurs (ANCB) travaille à l'amélioration de l'habitat. Elle promeut en particulier depuis 20 ans la démarche d'Auto Réhabilitation Accompagnée (ARA). Près de mille chantiers dans 10 régions sont réalisés chaque année.

2.200 personnes ont été accompagnées. L'association repose sur 130 salariés, 50 administrateurs bénévoles et 85 jeunes volontaires (notamment Service Civique).

La réhabilitation que propose de réaliser l'**Association Nationale des Compagnons Bâisseurs** s'effectue systématiquement avec la participation des bénéficiaires : propriétaires occupants ou locataires sociaux du parc privé ou HLM. Elle compte sur l'accompagnement d'un animateur technique, de jeunes du Service Civique et parfois sur la mobilisation d'un réseau de bénévoles voire d'autres voisins bénéficiaires. L'association dispose d'un appartement qui lui sert de base pour un travail sur plusieurs années avec les habitants du quartier. Des formations aux gestes métier du bricolage y sont animées par l'animateur technique. Une outil-thèque permettant aux habitants de disposer des outils nécessaires à leur chantier est mise à disposition. Cette première expérimentation porte sur des projets de chantiers ARA dans différentes villes : à Clichy-sous-Bois en lien avec le magasin Leroy Merlin de Livry Gargan, à Marseille avec le magasin de La Valentine, à Toulouse avec le magasin de Roques et avec le PACT sur la métropole lilloise avec le magasin de Tourcoing.

Quatre pistes de collaboration sont envisagées localement :

1. Formation des bénéficiaires : le local de l'association permet aux bénéficiaires d'être formés sur place aux gestes de base du bricolage, des formations complémentaires sont dispensées par des collaborateurs Leroy Merlin. Les jeunes du service civique et des cadres de l'association se forment également dans les Ateliers de la maison, les cours impartis dans nos magasins.

2. Constitution d'une outil-thèque : Un service de prêt d'outils est piloté par l'association. Cela permet aux habitants des quartiers de continuer des travaux de réhabilitation de leur logement après un premier chantier avec l'association. La location est une tendance croissante dans le secteur du bricolage répondant aux souci d'économie et de manque de place de stockage. Ce laboratoire d'observation unique permet des «retours d'usage» de la part des utilisateurs non aguerris qui viennent enrichir la perception produit, la notice et la pédagogie afférente.



3. Matériaux à prix moins coûtant : Leroy Merlin fournit aux associations de réhabilitation de logement des produits nécessaires à leurs chantiers : l'accès au don de produits à travers l'Agence du don en nature pour constituer une plateforme solidaire de matériaux ou le recyclage de produits difficilement commercialisables dans des boucles locales courtes se mettent en place (peinture teinte spécifique, commande client non retirée, sur-mesure mal coté, etc.)

4. Intégration de clients passionnés de bricolage : la mobilisation d'un réseau de bricoleurs passionnés est un levier d'accélération de la rénovation des logements. A terme, des clients Leroy Merlin, passionnés et compétents en bricolage et parfois « en manque » de chantiers pourront s'investir bénévolement dans ce qu'ils savent mieux faire auprès des associations.

3. Une aide à l'aménagement à prix accessible avec la Banque solidaire de l'Équipement et l'agence du Don en Nature

L'arrivée dans un logement social, son aménagement et l'appropriation de ce nouveau logement est une problématique récurrente mentionnée par tous les acteurs du logement social. 1,2 millions de ménages sont en attente d'un logement social en France et le temps d'attente est de 6 ans en moyenne. Les nouveaux entrants arrivent ainsi dans un logement propre mais vide, avec quelques valises pour tout équipement et aucune épargne préalable pour financer l'aménagement de ce logement tant attendu. Tous les acteurs du secteur soulignent la difficulté paradoxale de l'arrivée dans un logement plus pérenne et stable quand son aménagement est rendu difficile. D'aucuns dorment dans leur baignoire pendant plusieurs mois, d'autres regrettent la structure d'urgence – équipée – d'où ils viennent, une majorité ne s'approprient pas leur nouveau logement car il reste non équipé, parfois plusieurs années, ce qui isole et coupe du lien social. Leroy Merlin souhaite faciliter l'équipement solidaire de logement à travers une articulation nouvelle de la destination de ses invendus.

L'Agence du Don en nature

Depuis janvier 2014, après une phase test avec des surstocks en provenance des entrepôts Leroy Merlin, la démarche du don en nature au profit d'associations de lutte contre l'exclusion et en particulier contre la mal-logement a été élargie à plus grande échelle. En particulier, les invendus des entrepôts sont canalisés à travers l'Agence du Don en nature – www.adnfrance.org – une association qui collecte des dons non alimentaires depuis 2009 pour les redistribuer à un réseau de 550 associations qualifiées. En 2014, 32.000 foyers ont ainsi bénéficiés de produits de la maison – rideaux et voilage, luminaire, accessoires de salle de bains et de cuisine ou carrelage – à travers un réseau de 150 acteurs locaux. Près de 200.000 produits ont ainsi trouvé preneurs. L'Agence du don en nature fait partie des 15 projets « La France s'engage » de la Présidence de la République.

La Banque Solidaire de l'Équipement avec Emmaüs Défi.

Emmaüs Défi dont la mission première est la réinsertion par le travail de personnes en grande précarité et exclusion a mis en place une filière de valorisation de matériels et matériaux usagés. Leur bric-à-brac de Riquet dans le XIX^e arrondissement de Paris leur sert de base d'intégration d'activités génératrices de revenus pour faire travailler de « grands exclus ». L'association a été confrontée à des personnes – envoyées par les travailleurs sociaux - qui cherchaient à équiper un logement complet, ce que ne permet pas le fonctionnement du bric-à-brac, ouvert à tout public le samedi, avec des biens d'occasion arrivés dans la semaine. Face à cette situation, Emmaüs Défi a initié début 2012 sur Paris la Banque Solidaire de l'Équipement.



Ce service a pour objectif de permettre aux ménages ayant accès à un premier logement de s'équiper en biens de première nécessité. Il repose sur la vente et la livraison à prix modique de matériel d'équipement neuf en provenance de fabricants et distributeurs sur la base de leurs surstocks ou produits en fin de vie. Les bénéficiaires sont orientés et qualifiés par les travailleurs sociaux qui valident avec eux les priorités d'équipement et le budget associé.



La Responsabilité Sociale d'Entreprise chez McCain

McCain est une entreprise familiale, Canadienne, avec ses racines ancrées dans l'agriculture de pommes de terre. Fondé en 1957, par 4 frères, fils d'agriculteur de pommes de terre, à Florenceville, un petit village rural au Canada, McCain est aujourd'hui le plus grand producteur de frites surgelés au monde.

McCain représente aujourd'hui plus de 18000 employés, 54 usines, une distribution dans plus de 130 pays, et un réseau global de plus de 4000 agriculteurs. Dans le Nord de France, McCain a 3 usines (Harnes, Matougues, Bethune), emploie près de 1000 personnes et travaille en partenariat avec plus de 1000 agriculteurs, au travers de 14 agents de plaines, conseillers en agronomie.

La stratégie globale de développement durable est nommée '**Be Good. Do Good.**' et est organisée autour de cinq piliers qui forment la culture d'entreprise :

Agriculture responsable : McCain assure un approvisionnement en pommes de terre avec un impact minimum sur l'environnement. Concrètement, cela veut dire une collaboration étroite avec les agriculteurs pour réduire l'utilisation de produits phytosanitaires et l'empreinte carbone, gérer la consommation d'eau de façon responsable et avoir à terme 100% des pommes de terre certifiées de source durable.

Production responsable : McCain s'engage à minimiser l'impact environnemental au niveau de ses sites de production. Dans toutes les usines, des plans d'action concrets sont mis en place permettant de continuellement réduire l'utilisation d'eau, d'énergie, d'émissions de carbone et de déchets.

Alimentation responsable : McCain s'engage à ce que ses produits répondent à des recommandations nutritionnelles strictes. Des améliorations continues sont faites pour réduire les huiles saturées et le sel, pour diversifier le portefeuille produit vers des produits pommes de terre frais, et pour communiquer de façon claire et transparente toute l'information nutritionnelle des produits.

Entreprise responsable : en tant qu'entreprise familiale avec un sens fort de la communauté, McCain assure des conditions de travail optimales pour les employés, en soutenant leur développement personnel et professionnel.

Partenaire responsable : McCain s'engage à être un partenaire responsable vis-à-vis des parties prenantes qui contribuent à la réussite de l'entreprise - les producteurs, fournisseurs, clients et communautés. Depuis 2012, McCain s'engage à créer des nouveaux modèles « Social Business » qui offrent des nouvelles opportunités économiques et améliorent la qualité de vie des membres de la communauté les plus démunis.

En Novembre 2012, une joint-venture fut signée en Colombie entre McCain et le professeur Muhammad Yunus pour le lancement de «Campo Vivo», le premier social business d'Amérique du Sud. L'objectif de McCain est d'utiliser les pommes de terre et le transfert de connaissances des bonnes pratiques agricoles pour réduire la pauvreté en Colombie.

Signature Social Business Campo Vivo – Joint Venture McCain / Yunus Social Business





BON et Bien » : un nouveau projet « social business » pour soutenir l'emploi local et lutter contre le gaspillage alimentaire

La région du Nord Pas-de-Calais possède le deuxième taux de chômage le plus élevé de France avec 12,81 % de personnes sans-emplois (INSEE, 2014). En parallèle, sur l'ensemble de la chaîne de valeur, on évalue que 150 kg par personne de denrées alimentaires consommables sont gaspillées chaque année en France. En réponse à ces 2 enjeux économiques majeurs, des entreprises privées et des associations de la région se sont rassemblées pour créer un « social business » dans le Nord Pas-de-Calais.

Nommée « BON et Bien », cette entreprise réunit le supermarché E. Leclerc de Templeuve, l'expert de la pomme de terre McCain, le spécialiste de l'emploi Randstad et les Banques Alimentaires, 1er réseau d'aide alimentaire en France. Avec le soutien du GAPPI, Groupement des Agriculteurs Producteurs de Pommes de terre pour l'Industrie, « BON et Bien » collectera les écarts de triage de légumes auprès des cultivateurs régionaux faisant partie du réseau des agriculteurs partenaires de McCain. Ces légumes seront utilisés dans la préparation de soupes, vendues ensuite dans les centres E. Leclerc de la région. Les salariés de « BON et Bien », recrutés localement parmi des chômeurs de longue durée, se verront offrir un parcours de formation et un accompagnement par les agences Randstad. Leur expertise et le coaching des conseillers les aideront à bénéficier de nouvelles opportunités d'emploi durable.



©McCain Alimentaire

Signature Social Business BON et Bien, co-créé par McCain, Randstad, E. Leclerc Templeuve, Les Banques Alimentaires et le GAPPI - Octobre 2014

Cette initiative bénéficie du soutien des Banques Alimentaires, qui luttent depuis 30 ans contre l'insécurité alimentaire et qui contribuent à sensibiliser le plus grand nombre au gaspillage alimentaire. Elles agiront comme conseiller éthique de la future entreprise. Tous les bénéfices générés seront ensuite réinvestis dans le développement de l'entreprise à plus grande échelle pour renforcer l'impact sociétal et environnemental de cette initiative.

La ligne de fabrication des soupes « BON et Bien » sera installée dans le centre E. Leclerc de Templeuve, mais l'entreprise sera entièrement indépendante. Grâce au financement initial de McCain, d'E. Leclerc Templeuve et du groupe Randstad France, BON et Bien incarne une alternative au modèle d'entreprise traditionnel. Cette entreprise, fondée par des sociétés privées, en co-création avec des associations, se définit par le caractère social de sa mission et oeuvre dans l'intérêt de la communauté locale au sein de laquelle elle opère.

Partenariat novateur oeuvrant en faveur de l'émergence d'une économie équitable et durable, l'entreprise s'est déjà vue décerner en septembre 2014, le prix spécial européen du jury Convergences, pour récompenser une contribution qui prend aussi bien en compte les enjeux économiques, sociétaux et environnementaux.



Jean Bernou, PDG de McCain :

« Nous sommes une entreprise familiale et nous comprenons très bien l'importance d'être proche des communautés locales au sein desquelles nous opérons. Trois de nos usines sont installées dans le Nord de la France et notre siège social européen est situé à Villeneuve d'Ascq. Nous travaillons en étroite collaboration avec environ 1 000 agriculteurs producteurs locaux et pour 80 % d'entre eux, notre collaboration dure depuis plus de 10 ans.

Ce projet représente une approche « gagnant-gagnant » pour l'ensemble de la communauté. Nous nous associons à nos agriculteurs producteurs et à un client clé tel que E. Leclerc Templeuve dans la lutte contre le gaspillage alimentaire - et en parallèle, nous créons des opportunités d'emploi au niveau local ainsi qu'un canal d'approvisionnement pour les flocons de pommes de terre produits dans nos usines, » conclut Jean Bernou.

Thomas Pocher d'E. Leclerc Templeuve :

« Un centre E. Leclerc est à la fois une PME indépendante et représente un des plus gros acteurs de la distribution. D'un côté, c'est fréquenter quotidiennement les clients, écouter leurs besoins, parfaire nos surfaces de ventes, et de l'autre, c'est agir dans l'intérêt du collectif et coordonner nos actions. Grâce au partenariat et à un processus nourri de co-création, nous avons pu réaliser la synthèse des enjeux de filières agricoles, et profiter respectivement des approches de nos organisations pour donner naissance à une nouvelle entreprise, autonome financièrement, à vocation sociale, et qui répond à mon sens à deux enjeux. D'abord celui de la création d'une valeur ajoutée locale, du produit au personnel impliqué, et enfin, celui de la lutte contre le gaspillage. Pour que tous nous devenions des exemples à suivre, et pas les symboles d'un modèle de création à bout de souffle. »

Adbel Aïssou, Directeur Général du groupe Randstad France affirme :

« Randstad est heureux de soutenir le projet BON et Bien qui s'appuie sur une démarche pragmatique pour résoudre les questions d'insertion des personnes éloignées de l'emploi et de gaspillage alimentaire. Ce partenariat est la traduction concrète de l'engagement du groupe pour une économie responsable et une égalité des chances réelle face à l'emploi. »

Jacques Bailet, Président de la Fédération Française des Banques Alimentaires :

« Travailler sur ce projet co-construit alliant la lutte contre le gaspillage alimentaire, l'insertion et l'entreprise est une formidable opportunité. Les Banques Alimentaires, qui luttent depuis 30 ans contre l'insécurité alimentaire et le gaspillage alimentaire en sauvant tous les jours des aliments consommables mais non commercialisables de la destruction, contribuent au succès en mettant leur savoir-faire et leur réseau à disposition du projet. Grâce à des projets de cette envergure, nous espérons encore aller plus loin et remettre l'alimentation au cœur de notre société ». Aujourd'hui, le lancement de « BON et Bien » constitue l'un des premiers exemples concrets dans la région Nord d'un « social business ».



Les organisations parties prenantes à ce jour

125 parties prenantes
et 58 organisations impliquées à ce jour



Pour en savoir plus
Twitter : #SobizHub / @SoBizHub



Contact Presse World Forum Lille

Stéphanie Riquet
stephanieriquet@icloud.com
+33(0)6 78 15 53 88