

CSR Lab 16 A
Ecosystèmes Social Business (*SoBizHub et CSI Philippines*)
Jeudi 22 octobre 11h-12h30

DESCRIPTIF DE LA CONFERENCE

Susciter de nouveaux modèles à la frontière de l'économique et du social est un enjeu majeur pour les organisations. Cela requiert des écosystèmes innovants de co-création rassemblant des acteurs variés : *entreprises privées, associations, pouvoirs publics, enseignement supérieur.*

Venez découvrir 2 plateformes d'innovation sociale :

- **Shanon KHADKA**, entrepreneur social Philippin qui a développé Bayani Brew, une boisson 100% locale, témoignera de l'expérience du Center for Social Innovation, l'incubateur de Gawad Kalinga, première ONG du pays fondée par Tony Meloto.
- **SoBizHub | Social Business Nord de France** est une plateforme régionale lancée lors du World Forum 2014 en présence de Muhammad Yunus et Tony Meloto. Elle a pour objectif de créer et d'animer un écosystème pour développer le Social Business sur le territoire. 1 an après, venez rencontrer quelques acteurs phares et découvrir comment vous pouvez devenir acteurs du changement.

Environ 150 participants.

MODÉRATRICE



Carolina HERRERA, *Convergences*

INTERVENANTS



Nicolas CORDIER, *membre du comité de pilotage SoBizHub*



Shanon KHADKA, *cofondateur de Gawad Kalinga et fondateur de Bayani Brew*

COMPTE-RENDU

I. Introduction par Philippe VASSEUR, président du Réseau Alliances et du World Forum, qui revient sur cette année écoulée

Selon **Philippe VASSEUR**, le World Forum de l'année précédente a été riche d'une grande leçon, celle prodiguée par **Muhammad YUNUS** et **Tony MELOTO** qui a fait naître des vocations et des actions depuis un an. **P. VASSEUR** conclut ensuite en insistant sur la capacité que nous avons tous, là où nous sommes, d'agir. Le territoire est une composante non-négligeable de l'action et il en profite pour remercier tous ceux qui l'ont fait pour SoBizHub dans notre région.

II. Propos illustrés par une vidéo des actualités SoBizHub depuis 1 an

III. Echange avec Nicolas CORDIER sur cette 1^{ère} année de SoBizHub

SoBizHub, selon **Nicolas CORDIER**, n'est pas la réinvention d'une superstructure du social business, mais plutôt la coordination de plusieurs énergies et de projets existants. Au total, plus de 150 personnes et 60 organismes ont œuvré à la construction de cette plateforme, autour de quatre grands piliers : la sensibilisation (*préparer les mentalités à l'envie d'agir*), la co-création (*réunir des acteurs qui n'ont pas l'habitude de travailler ensemble*), l'enseignement & la recherche (*unique chaire ouverte et pluridisciplinaire pour l'ensemble des facultés*) et l'accompagnement de projets.

Pour conclure, SoBizHub est d'après lui un véritable hub ayant pour vocation de s'étendre et d'accueillir de nouvelles idées à la frontière de l'économique et du social.

IV. Trois illustrations de projets sociaux et l'implication de SoBizHub dans leur création et leur développement

La bouquinerie du Sart, Vianney POISSONNIER

Objectif : proposer un emploi aux personnes sans logement

Concept : collecter, recycler et revendre des livres, des DVD et des jeux d'occasion.

Impact : il est avant tout social puisque la bouquinerie emploie des personnes vivant dans les centres d'hébergement afin qu'ils puissent être de nouveau autonomes et libérer des places pour les 500 personnes actuellement en attente de logement sur Lille.

Origine du projet : après une carrière professionnelle dans les médias, **Vianney POISSONNIER** exprime l'envie de faire autre chose de sa vie. Cette interrogation se nourrit de diverses rencontres qui font naître en lui la volonté de redonner un sens à ce qu'il fait. Il se passionne petit à petit pour le social business et cherche un projet en lien avec ses compétences.

Rôle de SoBizHub: d'une part, l'apport d'un réseau professionnel. **Vianney POISSONNIER** insiste sur le fait qu'un écosystème bienveillant et favorable est très important pour un entrepreneur qui se lance. D'autre part, SoBizHub a organisé un atelier de co-création pour l'aider à concevoir son projet avec plus d'une soixantaine de personnes actrices dans le domaine du logement social et de l'insertion. Cela lui a permis de recentrer son projet sur une problématique plus précise et mal prise en charge aujourd'hui, de nouer des partenariats ainsi que de rendre son projet public.



[Jean Bouteille](#), Gérard BELLET

Objectif : réduire l'impact environnement des emballages via la consigne

Concept : permettre la consommation de produits liquides sans générer de déchets.

Impact : environnemental par l'absence de déchets émis, social par la favorisation d'emplois locaux.

Origine du projet : après un parcours d'études plutôt classique, **Gérard BELLET** recherche un projet qui ait du sens. Il souhaite avant tout déstructurer des choses désuètes pour en créer de nouvelles qui ont du sens. Avec l'aide de son investisseur originel, le club cigales, il met un pied dans l'univers du social et élabore son business model. Il s'inspire également de l'édition 2011 du World Forum, se rapproche par la suite naturellement de SoBizHub.

Rôle de SoBizHub: il attend de SoBizHub un accompagnement afin de lui faire passer le cap du changement d'échelle sans dénaturer son projet ni perdre le contrôle. Comment ? A travers un réseau expérimenté aussi bien au niveau global que local, et les échanges qu'impulse la plateforme. Tout juste entré dans l'incubateur, SoBizHub va l'aider à répliquer son projet en restant proche des gens, plutôt que de se diriger vers l'industrialisation.

Tri-D (Troisième Révolution des Idées), Chris DELEPIERRE

Concept : se servir des technologies du numérique et de la démocratisation de l'impression 3-D pour entreprendre des projets sociaux porteurs de sens. Par exemple, le projet « *Toucher pour voir* » qui a pour ambition de permettre aux déficients visuels de toucher des répliques d'œuvres et monuments imprimés en 3D.

Impact : social par la transmission de savoir auprès de personnes souffrant d'un handicap.

Origine du projet : le projet « *Toucher pour voir* » est né lors du Tour de France de Ticket for change. S'en est suivie la création d'une véritable communauté et co-création: rencontres avec des acteurs de terrain, collaboration avec le LAM pour le prototypage de sculptures et avec des écoles de déficients visuels sur Lille, lancement d'une campagne de crowdfunding avec l'aide de la Chambre de Commerce et de la TRI (160 contributeurs – 13 000€), incubation du projet au sein de l'leS de l'Université Catholique de Lille (incubateur de SoBizHub).

Rôle de SoBizHub : **Chris DELEPIERRE** attend tout d'abord de SoBizHub de l'aider à trouver la ligne de crête entre le social et le business. Comment ? Grâce aux échanges, aux bonnes pratiques d'autres entrepreneurs, aux conseils experts de la communauté. Ensuite, il cherche dans cette plateforme un moyen se faire connaître ainsi que des financements.



Conclusion de Carolina HERRERA : des écosystèmes favorables tels que SoBizHub créent une véritable valeur ajoutée pour l'émergence de projets à impact sociétal : visibilité, réseau, accompagnement technique et stratégique. Des leviers sont encore à activer afin de continuer à activer et répliquer les talents.

V. Echanges entre la modératrice Carolina HERRERA et les 4 intervenants

Retour sur l'incubateur Center for Social Innovation de Gawad Kalinga et du rôle de ce dernier dans la création de Bayani Brew (Shanon KHADKA)

Shanon KHADKA a toujours été affecté par l'extrême pauvreté dont souffre son pays (20%). C'est pour tenter d'apporter une solution qu'il co-fonde la fondation Gawad Kalinga à l'âge de 20 ans, une plateforme de lutte contre la pauvreté qui réunit des milliers de communautés désireuses d'impulser une économie plus sociale. Les outils du social business sont indispensables pour cette ONG afin d'intégrer tout le monde au développement économique du pays. C'est pourquoi Gawad Kalinga intègre et soutient de nombreux entrepreneurs sociaux. L'objectif pour l'ONG est clair : d'ici 2024, réduire la pauvreté de 5 millions de personnes et soutenir 500 000 entrepreneurs sociaux.

Shanon KHADKA revient aussi sur son projet de social business Bayani Brew : il crée une boisson naturelle et produite localement à base de citronnelle. Il vend aujourd'hui cette boisson dans plus de 60 pays différents grâce d'une part à l'incubateur CSI de Gawad Kalinga, d'autre part à des coopératives et partenariats dans le monde (**Singapour, France**). Depuis 2012, plus de 1,5 milliards de bouteilles ont été vendues, ce qui témoigne du succès de l'incubateur à l'échelle internationale.

L'approche holistique comme principal facteur clé du succès dans le développement et le changement d'échelle de Bayani Brew (Shanon KHADKA)

« *Si vous pouvez le faire seul, il vaut mieux ne pas le faire du tout. Cela signifie que votre rêve est soit trop petit, soit inutile* », l'entrepreneur philippin revient sur la nécessité de fonder une famille internationale avec une vision partagée mais aussi des actions partagées.

Il s'agit de problématiques communes à plusieurs pays, voire universelles. L'enjeu est de créer un réel mouvement global, et ne pas se cantonner à de simples pôles de développement déconnectés les uns des autres. Il faut impulser des modèles répliquables, nés de collaborations et partenariats diversifiés. A titre d'exemple, Gawad Kalinga s'est enrichie de l'action d'écoles à travers le monde (*plus de 25 universités françaises, Yale, Harvard ou encore l'université internationale de Singapour*) ainsi que de plus de 400 entreprises aux Philippines. **Shanon KHADKA** incite d'ailleurs les trois entrepreneurs français présents à faire partie d'un mouvement à l'échelle internationale : ils ne sont pas des entrepreneurs sociaux pour un unique secteur mais ont le potentiel de provoquer des changements à grande échelle.

Le rôle des acteurs privés et publics dans le développement d'initiatives et d'écosystèmes de social business (Nicolas CORDIER)

« *Face aux problématiques mondiales actuelles, personne ne peut agir seul* ». Selon **Nicolas CORDIER, SoBizHub**, ni les entreprises privées, ni les pouvoirs publics, ni le monde associatif n'ont la solution à eux-seuls. Il faut donc mettre tous ces acteurs autour d'une table, bien qu'ils n'aient pas l'habitude de travailler ensemble, dans le but de développer des réponses inédites.

Nicolas CORDIER, SoBizHub, salue d'ailleurs le développement extraordinaire de Gawad Kalinga qui a déjà créé 2 500 villages et sorti un million de personnes de la pauvreté. Ceci repose d'une part

sur un écosystème qui mélange universités, entreprises, multinationales comme locales, d'autre part sur le développement de l'entrepreneuriat social. C'est d'ailleurs cet environnement que SoBizHub souhaite mettre en place car c'est dans cette combinaison que des idées nouvelles se forment, des conceptions différentes se confrontent et que chacun apporte sa pierre à l'édifice. Agir seul, c'est également prendre le risque de se tromper ; des acteurs de terrain sont indispensables au brassage de compétences et de talents.

Les outils d'évaluation de l'impact d'un projet de social business (Chris DELEPIERRE, Gérard BELLET, Vianney POISSONNIER)

Pour évaluer l'impact de leurs projets, sont bien sûr évoqués des indicateurs financiers, sociaux et environnementaux dits 'traditionnels'. Pour **Vianney POISSONNIER**, il s'agit du nombre de personnes sortant des centres d'hébergement (*et donc du nombre de places libérées*) ; pour **Gérard**, du nombre de bouteilles lavées et indirectement du nombre de personnes en insertion ayant travaillé sur le lavage de ces bouteilles.

Cependant, les intervenants citent également un autre indicateur d'impact: la communauté que le projet sensibilise. **Gérard** parle de la « *participation à une aventure* », qui est certes un indicateur difficilement mesurable mais de loin le plus porteur de motivation et d'énergie positive. **Shanon KHADKA** parle quant à lui d'impact mesurable sur la génération à venir en posant la question suivante : *est-ce que la génération qui vient sera sensibilisée par mon projet et changera les choses ?*

Réplication et changement d'échelle de ces modèles (SoBizHub, CSI) et projets (Tri-D, Jean Bouteille, Bouquinerie du Sart)

Pour SoBizHub, l'ancrage territorial reste essentiel et cette communauté a avant tout une vocation Nord de France. Selon **Nicolas CORDIER**, il n'y a d'ailleurs pas de volonté à aller implanter un SoBizHub identique ailleurs, mais plutôt d'inspirer les régions pour qu'elles initient d'elles-mêmes des dynamiques similaires, en tenant compte des problématiques de leur territoire. A l'inverse, SoBizHub doit aussi savoir s'inspirer d'écosystèmes d'ailleurs.

Pour **Chris DELEPIERRE** et **Gérard BELLET**, le territoire joue également un rôle essentiel dans le développement de leurs projets respectifs. Bien sûr, la réplication est envisageable : **Chris DELEPIERRE** parle de l'importance d'extraire le « *code-source* » de chaque projet pour dégager et partager les éléments de succès, ce qui fera gagner du temps aux repreneurs du projet dans d'autres régions. **Gérard BELLET** souligne quant à lui le fragile équilibre qui existe entre la volonté de prendre le meilleur de chaque territoire pour développer son projet tout en voulant le transplanter ailleurs.

A l'inverse, selon **Shanon KHADKA** et **Vianney POISSONNIER**, la réplication est tout à fait possible puisque un écosystème a, par définition, vocation à s'étendre et à gagner en importance. C'est d'ailleurs déjà le cas avec Gawad Kalinga qui est répliqué dans plus de 20 provinces des Philippines.

VI. Echanges avec l'audience

(Shanon KHADKA) Comment surmonter les réticences des communautés locales à s'impliquer dans le projet ?

Les communautés avec lesquelles **Shanon KHADKA** travaille aujourd'hui ont dû faire face à de nombreux problèmes (*rébellion, criminalité, etc.*) ; il a donc été en effet délicat pour elles de s'ouvrir spontanément.

Shanon KHADKA préconise cependant de commencer simplement par être présent physiquement avec elles dans leur quotidien, de partager leur vie. Un entrepreneur social n'est pas quelqu'un qui vient ponctuellement échanger avec les populations puis repart s'isoler dans un bureau. Les meilleurs entrepreneurs qu'il ait rencontrés sont ceux qui étaient véritablement en lien avec les communautés auprès desquelles ils agissaient.

(Nicolas CORDIER) Quels sont les projets et objectifs de SoBizHub ?

SoBizHub a pour objectif de faciliter l'émergence de projets de social business dans le territoire et dans les entreprises. **Nicolas CORDIER** illustre ceci en revenant sur la création du club des intrapreneurs : ils étaient 4 au départ, puis le cercle s'est élargi jusqu'à bientôt accueillir 5 à 6 nouveaux adhérents. Pourquoi ? Selon lui, il y a une vraie prise de conscience qu'il faut renouveler les manières de faire. C'est pourquoi SoBizHub s'appliquera à continuer la démarche dans laquelle elle s'inscrit déjà depuis un an : sensibiliser, accompagner, co-crée.

Retrouvez l'intégralité de la conférence en ligne : <https://youtu.be/TogSCoc9JmY>

Un article a également été rédigé sur cette session : <https://storify.com/WorldForum2015/des-philippines-a-lille-le-business-en-mutation>
