

Les Trophées de l'Entreprise Sociale



Des entreprises engagées pour un monde meilleur, une économie saine et durable, qui réconcilient efficacité économique et sociale... les Français en rêvent. Selon les sondages de CSA, 74 % des personnes interrogées se disent séduites par ces sociétés auxquelles 81 % font confiance pour faire évoluer la société « dans le bon sens » (seulement 45 % aux pouvoirs publics...). Or si l'économie sociale regroupe plus de 215.000 entreprises,

180.000 associations, 24.000 coopératives (hors agriculture), 7.000 mutuelles et 1.100 fondations et qu'elle emploie quelque 10 % des salariés de ce pays, force est de constater qu'elle n'est pas souvent mise à l'honneur. C'est pourquoi « La Tribune » et ses partenaires ont lancé ces trophées pour distinguer et récompenser ces entrepreneur(e)s qui mettent en pratique des solutions éthiques et innovantes pour affronter des défis sociétaux que ni l'État, ni le marché, ni les entreprises classiques

ne savent ni ne peuvent résoudre seuls. Sur les 120 dossiers de candidature reçus et instruits par les étudiants de l'Essec, un jury a sélectionné 15 nominés, dans 5 catégories, dont les portraits et vidéos seront disponibles sur <http://entreprisesociale.la Tribune.fr>. À partir de ce vendredi 29 avril et jusqu'au 29 mai, les lecteurs de « La Tribune » sont aussi invités à s'y connecter pour voter et désigner le vainqueur dans chaque catégorie. Les résultats seront révélés lundi 6 juin lors d'une cérémonie à Paris. J.-L.A.

Vendredi 1^{er} avril : catégorie Industries & Services
Vendredi 8 avril : catégorie Finance
Vendredi 15 avril : catégorie Green Business
Vendredi 22 avril : catégorie Technos & Médias
Aujourd'hui : catégorie International

▼ LA VOÛTE NUBIENNE

Faire émerger une architecture adaptée et humaine



Thomas Granier

- 1980** : apprentissage de maçonnerie.
- 1986** : premier voyage au Burkina Faso.
- 2000** : création de la Voûte Nubienne, association loi 1901 à Ganges (Hérault).
- 2006** : première construction au Mali.
- 2007** : première construction au Sénégal.
- 2010** : première construction en Zambie.

C'est une photo exposée à Beaubourg qui a conduit un maçon autodidacte languedocien à devenir entrepreneur social au Sahel. « Elle représentait une voûte réalisée sans coffrage qui m'a techniquement intrigué », confie Thomas Granier. Lors d'un voyage au Burkina Faso en 1998, il reproduit la technique avec un paysan, Seri Youlou, son futur beau-frère. Deux ans plus tard, il fonde l'ONG la Voûte Nubienne (VN) à Ganges (Hérault). Son objectif: vulgariser une technique égyptienne vieille de 3.500 ans — un toit arrondi construit en briques de terre — qui offre une alternative architecturale parfaitement adaptée aux pays de l'Afrique subsaharienne. Avec la déforestation et la croissance démographique, le bois manque pour réaliser les traditionnelles toitures terrasses, obligeant des milliers de familles à acheter de mauvaises tôles importées pour se loger. « Nous sommes une entreprise sociale. Nous utilisons les outils, moyens et expérience du monde marchand pour faire du développement. Et notre expérience peut, à son tour, bénéficier au monde de l'entreprise souvent coincé dans la seule vision de l'actionariat », explique Thomas Granier.

La VN emploie 4 salariés en France et 10 en Afrique. Son savoir-faire — primé par la Banque mondiale — est de favoriser l'émergence d'entreprises dans ces pays. « Quand nous arrivons sur un nouveau territoire, nous cherchons à créer les conditions d'ouverture d'un marché. À partir de la demande (besoins de toits exprimés par les communautés), nous créons l'offre (maçons formés) et le processus est amorcé. En quatre à sept ans, nous maillons tout le territoire. » En dix ans, 1.500 constructions en voûte nubienne ont été bâties (dont 350 en 2010), 13.000 familles en ont bénéficié, 200 maçons ont été formés. La VN vise 100.000 constructions en voûte nubienne d'ici à 2020. Pour cela l'ONG a besoin de 4 millions d'euros.

ANNE-ISABELLE SIX, À MONTPELLIER

▼ PAPILI

Produire autrement pour que les jouets deviennent éthiques et équitables



Lucile Bernadac

- 2001** : DEA en gestion éthique des affaires. Enseignant-chercheur sous contrat avec le ministère de la Recherche.
- 2006** : création de Papili, première marque française de jouets textiles éthiques.
- 2007** : Grand Prix Talents des cités. Lauréate du réseau Entreprendre.
- 2011** : agrément Entreprise solidaire et lancement du premier livre bio-équitable pour les 0-3 ans.

Études de grec ancien, de philo, école de commerce, DEA en gestion éthique des affaires et doctorat sur la responsabilité sociétale de l'entreprise... Avec son « bac + 12 », Lucile Bernadac (34 ans) fait un peu figure d'ovni lorsqu'elle crée Papili, dans les quartiers nord de Clermont-Ferrand, en 2006. « Je suis passée très vite de la théorie à la pratique », admet cette maman de trois petites filles. C'est d'ailleurs sa maternité — et ses fortes convictions ! — qui lui donne l'idée de proposer les tout premiers doudous équitables du marché. « À cette période, on ne trouvait pas de jouets certifiés respectueux de l'homme et de l'environnement. »

Papili s'approvisionne donc en coton bio équitable au Sénégal, où 2.200 familles vivent de cette récolte. Une centaine d'ouvrières fabriquent les doudous en Tunisie, dans une filière respectant, pour la première fois dans l'industrie du jouet normé, le droit du travail.

La PME propose désormais un catalogue de 80 modèles de jouets textiles éthiques, dont une innovation mondiale : le doudou-veilleuse en coton bio équitable photoluminescent. Plus de 130.000 jouets ont déjà été vendus, y compris au-delà de nos frontières, via des partenariats avec les États-Unis, le Canada, le Japon, la Corée du Sud, Singapour, la Suisse et bien sûr l'Europe.

Papili (200.000 euros de chiffre d'affaires pour 2011) est même devenu une référence sûre pour les grandes enseignes telles que Nature & Découvertes, Oxybul Éveil & Jeux, ou les Galeries Lafayette. « Le modèle que nous avons construit reste encore atypique, mais il est efficient et pourrait être celui de l'entreprise du XXI^e siècle, citoyenne, pérenne et consciente de son rôle sociétal. Je sais maintenant qu'il est possible de produire autrement dans le monde du jouet », souligne Lucile Bernadac.

GENEVIÈVE COLONNA D'ISTRIA, À CLERMONT-FERRAND

▼ AINA WORLD

Former les jeunes défavorisés aux métiers de l'information



Reza Deghati

- 1983** : photoreporter et premiers cours de photo au Pakistan pour réfugiés afghans.
- 1985** : formation des jeunes à la photographie à Cape Town (Afrique du Sud).
- 2001** : création d'Aina, une ONG à but non lucratif et agence de presse.
- 2006** : prix National Geographic Fellow ; formation à la photo de réfugiés rwandais en Ouganda.
- 2010** : prix des Droits de l'homme, mention spéciale pour le projet « Du nid à l'envol ».

Toutes les actions d'Aina viennent de constats de photojournalisme sur le terrain. Plus j'étais dans des zones de guerre, plus je me suis dit que les populations avaient besoin de mon engagement humanitaire, qu'il fallait les former et leur donner la possibilité de se connecter par les médias », explique Reza Deghati, photographe journaliste franco-iranien et fondateur en 2001 d'Aina à Kaboul. Cette ONG a pour objectif de former les jeunes défavorisés à la photo et aux métiers de l'information. Elle réunit à ce jour 4 personnes à Paris et une centaine en Afghanistan.

Après avoir donné ses premiers cours de photo en 1983 à des réfugiés afghans au Pakistan, l'auteur du célèbre portrait du commandant Massoud œuvre pour développer l'expression culturelle et des médias indépendants dans les pays sinistrés par la guerre. Il y met en place des « opérations commandos » de une à deux semaines. « Mon travail consiste à former des acteurs locaux pour qu'ils deviennent eux-mêmes des formateurs indépendants », précise Reza Deghati. La radio la Voix des Femmes Afghanes est ainsi devenue indépendante, comme l'agence photo Aina à Kaboul.

« Nous sommes aujourd'hui dans une phase d'internationalisation non seulement dans les zones de guerre mais aussi en Europe dans les banlieues difficiles comme à Librino en Sicile et en Seine-Saint-Denis », ajoute Reza Deghati. Avec le Groupe SOS dédié à l'entrepreneuriat social, il a donc mis en route un projet, « Librino/Saint-Denis » et espère créer des partenariats pérennes avec des entreprises de ce département d'Île-de-France. Le photojournaliste veut en effet « créer des liens sociaux aussi bien à Kaboul qu'en Seine-Saint-Denis », y former des jeunes au journalisme puis organiser de grandes expositions de leur travail. CLARISSE BURGER

PUBLICITÉ

LES TROPHÉES DE L'ENTREPRISE SOCIALE LA TRIBUNE AVEC BNP PARIBAS

NAMING PARTNER

BNP PARIBAS La banque d'un monde qui change

STRATEGIC PARTNER

ESSEC BUSINESS SCHOOL

SOUS LE HAUT PATRONAGE DE

EN COLLABORATION AVEC

aufeminin.com

CEGES

CroissancePlus