

# Le social business, nouveau levier du développement régional ?

Muhammad Yunus, , était au World Forum le 24 octobre pour promouvoir l'entrepreneuriat social.

**Q**UI mieux que Muhammad Yunus, fondateur de la Grameen Bank et du micro-crédit, pouvait venir parler du « social business » aux acteurs d'une région désireuse de tenter l'aventure ? Le prix Nobel de la Paix était donc au World forum pour accompagner les initiatives régionales. Il a partagé son parcours et les promesses du « social business » pour l'économie de demain.

Professeur d'économie, M. Yunus va être frappé en 1974 par l'extrême pauvreté des femmes dans un village dans son pays, le Bangladesh. Pour lutter contre les usuriers, il décide de prêter lui-même de l'argent à ces femmes puis de créer une banque.

« Très vite, on s'est rendu compte que les pauvres vivaient d'autres problèmes, notamment pour la vue : mauvais accès à la santé, manque d'éclairage, manque de vitamine E. Sur ce point, on aurait pu simplement fournir de la vitamine E par exemple, mais on a choisi de promouvoir les légumes. Pour un penny, on proposait des semences, et les gens ont pu man-



Muhammad Yunus, venu promouvoir le « Social Business » à Lille.

ger leurs légumes. Nous ne voulions pas la gratuité (pour éviter le gaspillage) et nous avons ainsi créé une activité économique. Résultat : nous sommes devenus le numéro un de la vente de semences dans le pays. »

## Résoudre un problème

Le « social business », ou l'entrepreneuriat social, c'est cela : essayer de résoudre un problème en créant une activité économique.

L'activité doit être rentable pour pouvoir durer, mais il n'y a pas de dividendes ou de profit personnel puisque tous les bénéfices sont réinvestis dans l'activité pour un plus grand impact social.

« Avant, le seul moyen de résoudre ces problèmes était la charité. Mais il faut passer plus de la moitié du temps à lever des fonds. On pourrait dire que la vocation caritative c'est du « one shot », alors que l'argent généré par l'entreprise sociale

permet l'auto fonctionnement. » L'entreprise classique et l'entreprise sociale n'ont pas les mêmes critères d'évaluation. Danone par exemple voulait s'engager dans une action sociale au Bangladesh. L'idée était de pouvoir lutter contre la malnutrition. La firme française a donc mis au point un yaourt enrichi, vendu au porte à porte aux quelque 160 millions d'habitants du pays (dont la moitié d'enfants) qui souffrent de malnutrition. « Danone ne fera pas un sou sur cette opération dont la réussite est quantifiée par le recul de la malnutrition », explique Muhammad Yunus.

Sur le plateau du World Forum, deux patrons de la région, Jean Bernou pour Mac Cain et Pascal Malfroy pour Leroy Merlin sont venus témoigner également des expériences sociales menées dans la région par leurs entreprises. L'aventure ne fait que commencer. M. Yunus estime que quand 1 % de l'économie aura basculé vers le social, le reste suivra.

Raphaël Motte

> Voir le témoignage complet de Muhammad Yunus sur [www.croixdunord.com](http://www.croixdunord.com)

## SoBizHub : le social business en Nord - Pas-de-Calais

En présence de Mohammad Yunus, Philippe Vasseur a baptisé vendredi 24 octobre au World Forum de Lille le projet SoBizHub qui vise à promouvoir le social business comme un levier de développement régional.



NICOLAS CORDIER  
Chargé de mission

Sous la houlette de Nicolas Cordier (Leroy Merlin), depuis plus d'un an, 125 personnes de 65 organisations ont commencé à se mobiliser pour la création d'un éco-système social business à l'échelle du territoire. L'objectif du projet qui démarre repose sur quatre piliers : sensibiliser, créer des espaces de co-création, développer la formation académique et accompagner concrètement les projets.

La sensibilisation passe par des événements comme le World Forum annuel mais également toute l'année par des actions vers les milieux économiques et étudiants afin de changer les mentalités. Les espaces de co-création sont des lieux, des groupes et des outils qui doivent permettre la rencontre d'acteurs qui n'ont pas aujourd'hui l'habitude de travailler ensemble. Pour la formation, une chaire « Social Business » sera pilotée par l'Université catholique de Lille tandis que les projets seront très concrètement accompagnés par l'incubateur de la Catho, des tuteurs dédiés et un cercle de financeurs engagés.