



TOUS ACTEURS DE CHANGEMENT



2013 / 2014

Sommaire

- UN MOT D'ARNAUD MOUROT
- QU'EST-CE QU'ASHOKA ?
- VISION, MISSION, APPROCHE
- L'ENTREPRENEURIAT SOCIAL, LES RACINES D'ASHOKA
- FAVORISER LA CO-CRÉATION DE SOLUTIONS HYBRIDES
- CULTIVER L'ESPRIT D'ACTEUR DE CHANGEMENT CHEZ LES JEUNES
- L'IMPACT D'ASHOKA ET DE SES ENTREPRENEURS SOCIAUX
- COMMENT SOUTENIR ASHOKA ?
- LES PARTENAIRES
- LES ENTREPRENEURS SOCIAUX ASHOKA

Téléchargez l'application Ashoka France Belgique Suisse



iPhone



Android



Un mot d'Arnaud Mourot,

Co-Directeur Ashoka Europe

« En trente ans, Ashoka a non seulement popularisé le terme d'Entrepreneur Social mais a également identifié et sélectionné près de 3000 Entrepreneurs Sociaux qui dans 70 pays, développent des réponses innovantes et efficaces aux principaux défis de la société. En tant que 1er réseau mondial d'Entrepreneurs Sociaux, nous sommes classés en 17e position parmi les 100 ONG les plus influentes de la planète en 2013.

À l'heure où de plus en plus d'acteurs s'engagent dans le monde entier dans la voie de l'Entrepreneuriat Social, il est de notre devoir de continuer à défricher et à créer un écosystème permettant de résoudre les grands enjeux de société de façon plus rapide et plus efficace encore que par le passé. C'est pourquoi nous ajoutons aujourd'hui 2 piliers majeurs à notre stratégie, provenant des enseignements tirés des Entrepreneurs Sociaux de notre réseau.

Il nous faut tout d'abord changer la façon dont les organisations interagissent et casser les silos qui existent entre le monde des affaires, la société civile et les pouvoirs publics. En effet, la résolution des grands défis de notre société passera par des alliances entre ces différents univers permettant d'inventer des solutions qu'aucun ne saurait fournir seul. Ensuite, un axe visant à travailler à l'échelle des individus et à faire de chacun, notamment les jeunes, des acteurs de changement ayant la confiance et les compétences nécessaires pour évoluer dans un monde en profonde mutation.

C'est donc une nouvelle ère qui s'ouvre à nous et c'est avec une grande conviction et une motivation sans faille que nous l'abordons. Les mêmes qui nous habitaient lorsque nous avons fait le choix de développer l'Entrepreneuriat Social en France il y a quelques années. La différence, et elle est de taille, c'est que nous avons aujourd'hui la chance d'être entourés par un groupe d'Entrepreneurs Sociaux exceptionnels, par des philanthropes uniques en leur genre, des partenaires fidèles et une équipe engagée....tous acteurs de changement ! »

Qu'est-ce qu'Ashoka ?

Ashoka - organisation sans but lucratif, laïque et apolitique - est le **1^{er} réseau mondial d'Entrepreneurs Sociaux**.

Son objectif est de faire émerger un monde où chacun est capable d'agir rapidement et efficacement pour répondre aux défis sociaux : *Tous acteurs de changement - Everyone a changemaker™*.

Depuis 30 ans, Ashoka a identifié, soutenu et fait grandir près de 3000 Entrepreneurs Sociaux pionniers de l'innovation sociale, contribuant ainsi à établir le secteur de l'Entrepreneuriat Social.

Accompagner un nombre important d'entrepreneurs sociaux donne à Ashoka une position unique et une vision d'ensemble pour comprendre les problèmes sociaux et identifier les leviers clés pour accélérer le changement sociétal.

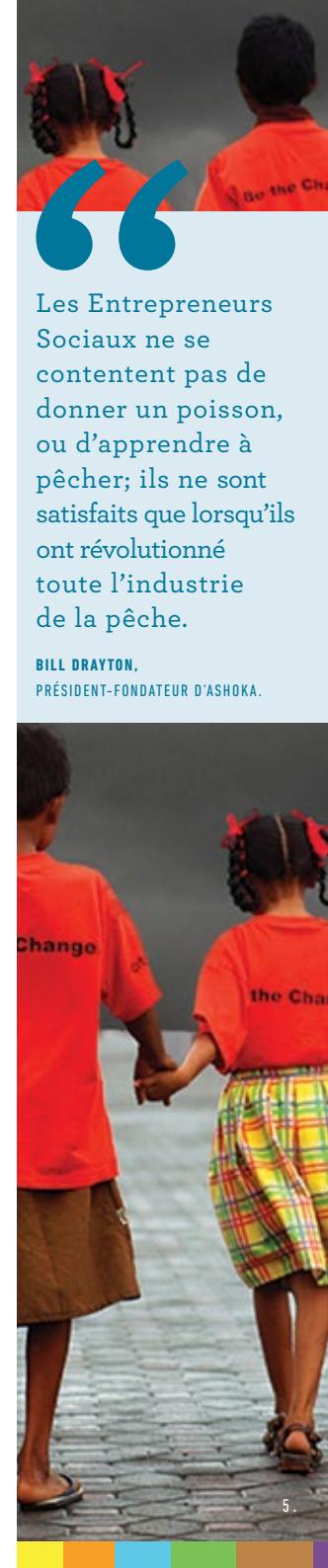
Présente sur tous les continents (70 pays), Ashoka a lancé ses activités en France en 2006, puis en Belgique et Suisse l'année suivante.

L'essentiel:

- ➔ **1^{er} réseau mondial d'Entrepreneurs Sociaux**
- ➔ **Un processus de sélection unique et rigoureux, pour un soutien financier et/ou de compétences** aux projets les plus innovants
- ➔ **Des partenariats hybrides novateurs** entre Entrepreneurs Sociaux, Entreprises et Pouvoirs Publics
- ➔ **Un travail auprès de la prochaine génération** pour accroître le nombre d'acteurs de changement

Pourquoi le nom d'Ashoka ?

En sanskrit, Ashoka signifie « *sans souci / inquiétude* ». C'est le nom d'un empereur indien du III^e siècle avant notre ère qui, après avoir été un guerrier expansionniste, a notamment créé les premiers services médico-sociaux, lancé des programmes nationaux d'irrigation et d'infrastructures routières, et développé des coopérations avec les pays voisins.





“

Notre monde a besoin de plus d'innovations sociales. Les Fellows Ashoka sont passionnés, hautement imaginatifs et innovants et ils veulent avant tout «*changer les choses*»...

ANNE WOJCICKI
ET SON MARI SERGEY BRIN,
PRÉSIDENT CO-FONDATEUR
DE GOOGLE.



Ashoka en quelques chiffres

À l'international

- 1981 : 1^{er} Entrepreneur Social (« Fellow ») élu par Ashoka en Inde
- 70 pays où l'organisation est présente

- 3000 Fellows dans le monde
- 150 nouveaux Fellows par an
- 175000 : nombre moyen de bénéficiaires par Fellow
- 42 millions \$ de budget annuel
- 17^{ème} ONG la plus influente du monde selon le *Global Journal*

En France Belgique Suisse

- 2006 : lancement en France
- 2007 : élargissement à la Belgique et la Suisse

- 50 Fellows accompagnés
- 5 à 10 nouveaux Fellows par an
- 31 bourses (3.4 millions € jusqu'à 2012)
- Une dizaine de partenaires pro bono (5 millions € de mécénat de compétence jusqu'en 2012)
- Près de 90 dirigeants et entrepreneurs philanthropes

Qu'est-ce qu'un Entrepreneur social ?

Un Entrepreneur Social est quelqu'un qui met ses qualités entrepreneuriales au service de la résolution d'un problème social et/ou environnemental à grande échelle. Quel que soit le domaine où il s'engage, il se donne comme critère majeur de réussite l'ampleur de son impact sur la société.

Principaux domaines d'intervention des Entrepreneurs Sociaux

- Éducation & Formation / Santé /**
- Lutte contre les exclusions / Droits de l'homme**
- Environnement / Développement durable...**

Notre vision

Tous acteurs de changement - Everyone a changemaker™

Un monde qui réponde rapidement et efficacement aux enjeux sociaux et environnementaux, et où chaque individu a la liberté, la capacité et le soutien pour contribuer à la résolution de ces problèmes sociaux et environnementaux, et être un acteur de changement.



“
Ashoka nous a ouvert énormément de portes et permis de lever le nez du guidon.

JEAN-MICHEL RICARD,
CO-FONDATEUR DU GROUPE ASSOCIATIF
SIEL BLEU, FELLOW ASHOKA 2006.

Notre mission et notre approche

Ashoka agit à 3 niveaux pour impulser le changement social et environnemental :

1- Son cœur de métier est **d'identifier, soutenir et faire grandir les pionniers** parmi les **Entrepreneurs Sociaux**, qui apportent des solutions à grande échelle aux enjeux sociaux et environnementaux contemporains.

Ashoka est devenu en 30 ans le 1er réseau mondial d'entrepreneurs sociaux (près de 3000 « Fellows » dans 70 pays).

Venture & Fellowship

2- Ashoka vise à **démultiplier l'impact de ces innovations sociétales en favorisant les collaborations hybrides** pour que les différentes parties prenantes de la société, Entrepreneurs Sociaux, entreprises et pouvoirs publics, **co-créent des solutions à grande échelle**.

Ashoka Centre & Programme Impact

3- Ashoka prépare la **prochaine génération d'acteurs de changement, en leur donnant les clés pour s'équiper des compétences & qualités nécessaires** (esprit d'entreprendre, empathie, leadership, capacité à travailler en équipe) pour réussir dans le monde de demain.

Jevolution & Dreamstorming Solidaire





“

Le métier historique : identifier et soutenir des Entrepreneurs Sociaux innovants

La sélection

Un processus rigoureux, basé sur 5 critères, et exigeant plusieurs mois d'investigation pour chaque candidat, permet de repérer et de sélectionner les Entrepreneurs Sociaux innovants. Le préalable : confirmer le caractère innovant de l'idée mise en œuvre.

Les 5 critères de sélection : idée innovante, forte créativité, qualités entrepreneuriales, impact social, fibre éthique.

Un processus long et rigoureux



Le soutien

Pour permettre aux innovateurs sélectionnés de développer largement leur activité et de démultiplier leur impact sur la société, Ashoka leur apporte :

- L'intégration dans le réseau mondial d'Ashoka :** multiples possibilités de contacts, échanges, synergies, etc.
- Des services professionnels dans des domaines clés :** stratégie, juridique, RH, communication, gestion du savoir... Grâce aux partenaires d'Ashoka, des spécialistes de haut niveau offrent aux Fellows des prestations essentielles à leur développement.
- Du coaching par des entrepreneurs du monde du business :** les membres de l'Ashoka Support Network (voir p.10), par ailleurs financeurs d'Ashoka, s'investissent personnellement auprès des Entrepreneurs Sociaux.
- Un soutien financier :** établi en fonction des besoins de chacun et pour une durée maximale de 3 ans, permettant aux Fellows de se consacrer à plein-temps au développement de leur organisation.
- Une aide à la levée de fonds**

Exemple de soutien des Fellows: France, Belgique, Suisse (2007-2011)

- Accompagnement d'Ashoka : près de 660 000 € (équivalent temps passé)
- Services professionnels offerts : 5 millions € (équivalent temps passé)
- Coaching : près de 90 dirigeants d'entreprise investis (membres de l'ASN)
- Soutien financier : 3,4 millions € (bourses des Fellows)



Favoriser la co-création de solutions hybrides

Face à la complexification et à l'envergure des enjeux sociaux et environnementaux, aucun acteur n'est en mesure aujourd'hui d'apporter seul une réponse satisfaisante. Il faut donc mettre en commun les forces des différentes parties prenantes de notre société (Entrepreneurs Sociaux, Entreprises et Pouvoirs Publics) dans le cadre de partenariats gagnant-gagnant, nouveaux modèles hybrides à la croisée du social et du business.

Aujourd'hui, les individus capables de mettre en place ce type de partenariat sont isolés, mal connectés et peu outillés. L'objectif d'Ashoka est donc de permettre la co-création de solutions innovantes, en favorisant les collaborations entre Entrepreneurs Sociaux, entreprises et pouvoirs publics, grâce à 3 leviers mis en œuvre au sein de l'Ashoka Centre :

Identifier et sélectionner une communauté d'acteurs engagés dans la co-création

Grâce au savoir-faire développé depuis plus de 30 ans dans la sélection d'Entrepreneurs Sociaux porteurs de solutions nouvelles, Ashoka identifie et sélectionne les pionniers engagés dans la co-création au travers d'un processus basé sur des critères rigoureux.

Accélérer et catalyser leurs projets

Une fois sélectionnés, ces pionniers de la co-création intègrent la communauté de l'Ashoka Centre, qui les connecte de différentes façons (ateliers de résolution de défis, sectoriels), les outille (parcours de formation sur-mesure), et les aide à accélérer leurs projets.

Communiquer et partager ces solutions hybrides innovantes

L'objectif est de faire de ces leaders de la co-création des rôles modèles, et de favoriser le partage des connaissances pour créer un écosystème favorable (événements, prix concours, compétition, études de cas, médiatisation, sensibilisation, etc.)

Les projets de co-création, encore aux premiers stades de développement et ne correspondant pas aux critères strictes de sélection de l'Ashoka Centre, pourront participer programme Impact, créé par Ashoka.

Pour en savoir plus :

[HTTP://WWW.ASHOKACENTRE.ORG](http://www.ashokacentre.org)

[HTTP://FRANCE.ASHOKA.ORG/PROGRAMME-IMPACT](http://france.ashoka.org/programme-impact)



“

«La seule chose plus puissante qu'une bonne idée dans les mains d'un entrepreneur est un groupe d'entrepreneurs qui collaborent.»

BILL DRAYTON





“ Soyez le changement que vous voulez voir dans le monde. »

GANDHI

Cultiver l'esprit d'acteur de changement chez les jeunes

Savoir lire, écrire ou compter ne suffit plus pour jouer un rôle dans le monde de demain. Il est nécessaire que les nouvelles générations soient équipées de compétences clés pour faire face aux défis de demain et être de véritables acteurs de changement.

À travers son réseau mondial d'entrepreneurs sociaux innovants, et en regardant plus spécifiquement les 700 innovateurs dans l'éducation, Ashoka a identifié ces compétences fondamentales à pratiquer et maîtriser dès le plus jeune âge pour être acteur de changement : l'empathie, le leadership, la capacité à travailler en équipe et l'esprit d'entreprendre.

Ashoka agit donc dans **3 directions pour favoriser la diffusion de ces compétences :**

Identifier les pratiques pédagogiques en pointe

Grâce au savoir-faire développé depuis plus de 30 ans dans la sélection d'Entrepreneurs Sociaux innovants, Ashoka identifie les individus, équipes pédagogiques, écoles, établissements, organisations développant les pratiques pédagogiques les plus innovantes, mettant au cœur de l'apprentissage l'acquisition de compétences et qualités clés.

Connecter et outiller les organisations et équipes pédagogiques qui les portent

Ashoka appuie le développement des modèles qui présentent le plus fort potentiel d'impact en :

- les connectant à un réseau de pairs (lien privilégié et rencontres avec les Fellows phares d'Ashoka sur l'éducation)
- leur donnant accès à des méthodologies et des outils :
 - kit pédagogique sur l'Entrepreneuriat Social et l'engagement citoyen pour les lycéens
 - méthodologie d'accompagnement à la création de projets solidaires, co-construite avec des organisations leaders de l'engagement citoyen des jeunes
- leur offrant des opportunités de soutien (organisation d'événements, opportunités de soutien financier, de visibilité, d'accompagnement).

Accélérer la diffusion des modèles qui fonctionnent, en vue d'en faire les modèles de référence de demain

Ashoka mobilise influenceurs et acteurs médiatiques clés pour à la fois rendre visibles les pratiques les plus innovantes et faire reconnaître plus largement l'importance de l'acquisition des compétences identifiées comme clés, au sein de l'ensemble de la société et, plus particulièrement, de l'écosystème éducatif (parents, professeurs, établissements scolaires, jeunes, pouvoirs publics...).

L'impact d'Ashoka et de ses Entrepreneurs Sociaux :

« Measuring Effectiveness » : évaluer l'efficacité des Fellows

Consciente d'un devoir de rigueur, de transparence et de professionnalisme envers tous ceux qui s'engagent généreusement et largement pour soutenir son action, Ashoka a créé depuis près de 15 ans un système de mesure de son impact, «Measuring Effectiveness», réalisé au niveau mondial et rendu public régulièrement.

Pour mesurer son propre impact, Ashoka évalue les retombées de l'activité des Entrepreneurs Sociaux qu'elle a sélectionné ainsi que leur évolution à 5 ans, puis 10 ans, après leur sélection. L'enquête montre des retombées remarquables :

- ➔ **94%** continuent de développer leur organisation après leur sélection
- ➔ **93%** ont vu leur idée copiée
- ➔ **56%** ont influencé la politique de leur pays
- ➔ **54%** sont considérés comme leaders dans leur domaine
- ➔ Et, pour **72%**, Ashoka a fortement contribué au développement de leur activité.

Ashoka : un accélérateur pour les Fellows

Une étude de l'impact d'Ashoka France Belgique Suisse sur les Fellows a été réalisée par MFR Consulting.

- ➔ un « accélérateur » : qui maximise le potentiel de l'activité et de son créateur
- ➔ une communauté : qui fabrique de la confiance, fournit de l'expertise/expérience
- ➔ un soutien : qui permet de pallier les compétences manquantes

L'effet « accélérateur » notamment est à la fois psychologique (réaliser qu'on peut rehausser son niveau d'ambition) et concret (expertise apportée, notamment, par les membres de l'ASN)...

Fellows : mesurer la création de valeur pour la société

Afin de mettre en lumière l'impact social des Entrepreneurs Sociaux et les économies réalisées par la société grâce à leurs actions, une étude d'impact* a été réalisée en 2012 sur les résultats de dix Fellows Ashoka France. Elle calcule la différence entre l'argent investi par la société dans ces projets, et les économies réalisées en retour. Les résultats montrent que ces Fellows permettent aux pouvoirs publics d'économiser des dizaines de millions d'euros par an. L'étude conclut que si l'activité de ces Entrepreneurs Sociaux était développée à l'échelle nationale, ce sont des milliards d'euros qui pourraient être réalloués chaque année.

*Étude de quantification de l'impact de l'Entrepreneuriat Social Ashoka /McKinsey - Mars 2012. Synthèse disponible sur www.ashoka.fr



Dans les prochaines années, l'Entrepreneuriat Social peut avoir, sur les problèmes sociaux les plus graves que connaît le monde, un impact aussi important que celui des entrepreneurs de l'informatique/internet sur l'économie depuis deux décennies.

UN CAPITAL-RISQUEUR BELGE,
MEMBRE DE L'ASHOKA SUPPORT NETWORK



Comment soutenir Ashoka ?

Depuis sa fondation, afin d'assurer son indépendance, Ashoka finance ses activités grâce à des fonds privés - entrepreneurs, dirigeants d'entreprise, entreprises, fondations et particuliers.

**VOUS CHERCHEZ UN INVESTISSEMENT PHILANTHROPIQUE GARANTISSANT UN FORT IMPACT SOCIAL.
VOUS COMPRENEZ LE ROLE ESSENTIEL DES ENTREPRENEURS POUR RESOUDRE LES GRANDS DEFIS SOCIETAUX.**

1. L'Ashoka Support Network (ASN)

est un réseau d'hommes et de femmes issus du monde des affaires désireux de soutenir le travail d'Ashoka en faveur de l'innovation sociétale. Lancé en France en 2005, ce réseau en expansion sur tous les continents, rassemblant plus de 350 membres dans 20 pays, dont près de 90 en France, Belgique et Suisse. Engagés financièrement auprès d'Ashoka, ces entrepreneurs philanthropes s'investissent personnellement auprès des Fellows et des différents programmes pour apporter leurs compétences et leur réseau.

Être membre de l'ASN, c'est :

- ➔ **Rencontrer des homologues** focalisés sur la résolution entrepreneuriale de problèmes sociétaux et faire partie d'un réseau international de dirigeants engagés
- ➔ **S'impliquer personnellement** auprès d'un ou plusieurs Entrepreneurs Sociaux (échanges et coaching)
- ➔ **S'engager** sur le financement des bourses des Fellows pour 3 ans à hauteur de 10 000 € par an minimum.

2. Les Entreprises qui s'engagent auprès d'Ashoka

Pourquoi s'engager auprès d'Ashoka ?

➔ **Pour soutenir des Entrepreneurs Sociaux innovants dans le monde entier** (Mécénat financier : programme d'Ashoka d'identification et d'accompagnement d'Entrepreneurs Sociaux. Mécénat de compétences : mobilisation de collaborateurs sur les programmes Ashoka. Mécénat en nature)

➔ **Pour intégrer l'innovation sociale dans les fonctions de l'entreprise :** Les Entrepreneurs Sociaux sont les interlocuteurs privilégiés pour intégrer une innovation sociale efficace dans les fonctions support de l'entreprise (RH, achats, communication...)

➔ **Pour créer le business de demain !** L'entreprise s'engage aux côtés d'Entrepreneurs Sociaux pour créer et mettre en œuvre des projets dans son cœur de métier, couplant la résolution d'enjeux sociaux avec des opportunités de marché.

« J'ai voulu m'engager auprès d'Ashoka pour deux raisons : sa focalisation sur des entrepreneurs, car je pense qu'ils sont indispensables pour faire progresser le secteur social, et son équipe de salariés conjuguant professionnalisme et sens humain. »

UN DIRIGEANT D'ENTREPRISE ALLEMAND,
MEMBRE DE L'ASN

Ils nous soutiennent

Ashoka bénéficie du soutien financier et en compétences de grandes entreprises pour mener à bien ses missions.

Partenaires internationaux

Apport de compétences à Ashoka et ses Fellows dans le monde entier

McKinsey&Company **LATHAM&WATKINS** HYSTRA
hybrid strategies consulting

Partenaires stratégiques

Soutien financier et en compétences visant à un changement d'échelle du secteur

Boehringer Ingelheim accenture
High performance. Delivered.

Partenaires financiers

Geopost europ assistance AXA Private Equity SAP
you live we care

SIEMENS | Fondation Fondation Gecina McCain

Partenaires pro bono

Apport de compétences à Ashoka et ses Fellows en France

L'EXPRESS krauthammer CROSSKNOWLEDGE ROTHSCILD
Kea & Partners ARCTURUSGROUP KissKiss BankBank.com publicsysteme hopscotch

Partenaires affiliés

Offre de services bénévoles ou de tarifs préférentiels

Passerelles & Compétences ADVISE FOR CHANGE ALTER ACTIONS la factoria
PLANÈTE KEY TRAVEL Experian eretic CAP FILMS

Partenaires Suisse

MIRABAUDI accenture Dalberg Institut für
Management BARCLAYS INVESTING HIGH Greenpeace wi-se
Mitsubishi Electric Foundation for International
Development (MIFD) Institut Libre Marie-Haps
PROPELLER OPEN INNOVATION HEC Management Institut für
International Business

Partenaires Belgique

Luri FOUNDATION TRANSLATORS CreativeStrategies
Institut Libre Marie-Haps PROPELLER OPEN INNOVATION HEC Management Institut für
International Business

MERCI !



« La stratégie d'Ashoka, sa vision, c'est de bâtir un monde meilleur pour nos enfants. Chacun des Entrepreneurs Sociaux de son réseau nous ouvre de nouvelles portes pour le 21^e siècle. Ashoka permet à d'extraordinaires bonnes pratiques de se disséminer dans le monde. »

UN CHEF D'ENTREPRISE FRANÇAIS,
MEMBRE DE L'ASN





...

et maintenant, PARLONS SOLUTIONS...

52 ENTREPRENEURS SOCIAUX INNOVANTS = 52 IDÉES POUR CHANGER LE MONDE !

DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE :

Arnaud Castagnède , Acta Vista (éco-construction, insertion) FR	16
Anne Charpy , VoisinMalin (lien social) FR	17
Danielle Desguées , BGE ParIF (création d'entreprise) FR	18
André Dupon , Vitamine T (alliances avec le secteur privé, insertion) FR	19
Majid El Jarroudi , ADIVE (diversité, développement quartiers sensibles) FR	20
Allaoui Guenni , Emergence (insertion par le sport) FR	21
Saïd Hammouche , Mozaïk RH (Diversité-égalité des chances) FR	22
Jean-Guy Henckel , Réseau Cocagne (insertion par le maraîchage biologique) FR	23
Yvonnick Huet , Agrisud International (micro-entreprises pays du Sud) FR/Int'l	24
Emmanuel Kasperski , RépliC (essaimage) FR	25
Isabella Lenarduzzi , JUMP (égalité homme-femme) BE	26
François Marty , Chênelet (logement social écologique, insertion) FR	27
Christine Theodoloz-Walker , IPT (insertion et santé) CH	28

ÉDUCATION :

Jeronimo Calderon , Euforia (engagement des jeunes) CH	29
Simon Houriez , Signes de Sens (handicap) FR	30
Chantal Mainguéné , Môm'Artre (garde d'enfants) FR	31
Reza , Aïna (médias) FR/Int'l	32
Anna Stevanato-Le Marchand , DULALA (diversité) FR	33
François Taddei , CRI, Paris-Montagne, Wiser-U (innovation, démocratisation) FR	34
Marie Trellu-Kane , Unis-Cité (engagement citoyen des jeunes) FR	35
Christian Vanizette , MakeSense (entrepreneuriat social) FR	36

LUTTE CONTRE L'EXCLUSION :

Guillaume Bapst , Réseau ANDES (alimentation, insertion) FR	37
Jean-Marc Borello , Groupe SOS (insertion professionnelle) FR	38
Marc Cheb Sun , FR	39
François Goudenove , Websourd (handicap, surdité) FR	40

Didier Ketels, Droits quotidiens (accès au droit/prestations juridiques) BE

Jean-Louis Kiehl , CRESUS (surendettement) FR	41
Mara Maudet , IEPC (garde d'enfants & emploi) FR	42
Emilie Meessen , Infirmiers de rue (hygiène/santé des SDF) BE	43
Arnoud Raskin , Mobile Schools (éducation enfants des rues) BE/Int'l	44
Gilles Reydellet , Union Nationale des PIMMS (accès aux services publics) FR	45
Ryadh Sallem , CAP-SAAA (handicap) FR	46
Charles-Edouard Vincent , Emmaüs Défi (insertion des sans abris) FR	47
	48

SANTÉ :

Marie-Noëlle Besançon , Invités au Festin (handicap psychique) FR	49
Ingrid de Jonghe , TEJO (soutien psychologique des jeunes) BE	50
Bénédicte Défontaines , Réseau Aloïs (maladies cognitives) FR	51
Marie-Dominique Genoud-Champeaux , As'Trame (prévention psychologique) CH	52
Geneviève Moreau , SIIN (nutrition et environnement) FR/BE	53
Jean-Loup Mouysset , Ressource (cancer, maladies chroniques) FR	54
Jean-Michel Ricard , Groupe SIEL Bleu (prévention par le sport) FR	55
Anne Roos-Weil , Pésinet (prévention, lutte contre mortalité infantile) FR/Mali	56

ENVIRONNEMENT - DÉVELOPPEMENT DURABLE :

Guilhem Chéron , La Ruche qui dit Oui (consommation durable) FR	57
Jérôme Deconinck , Terre de liens (agriculture biologique) FR	58
Roberto Epple , European Rivers Network (Eau) FR/Europe	59
Claire Escrivá , AME (éducation très jeunes enfants) FR	60
Grégory Gendre , RMF 17 (recyclage des déchets) FR	61
Tristan Lecomte , Pur Projet (émissions de CO2) FR/Int'l	62
Tobias Leenaert , EVA (santé, nourriture) BE	63
Nicolas Metro , Kinomé (reforestation) FR/Int'l	64
Julien Noé , Enercoop (énergies renouvelables) FR	65
Pierre Rabhi , Terre & Humanisme, Colibri (agro-écologie) FR/Int'l	66
Ignace Schops , R.L.K.M. (parcs naturels) BE	67



ARNAUD CASTAGNÈDE

→ ACTA VISTA (FRANCE)

FAIRE DES CHANTIERS D'INSERTION DES PLUS EXCLUS UNE EXPÉRIENCE DIRECTEMENT QUALIFIANTE ET PROFESSIONNALISANTE

Ancré dans une logique de marché, Acta Vista démultiplie l'efficacité du processus de qualification et d'accès à l'emploi, pour les personnes en situation d'exclusion. Arnaud a fait le choix d'intégrer au quotidien la formation qualifiante sur ses chantiers de restauration du patrimoine, chacune d'entre elles bénéficiait d'un accompagnement vers l'emploi. En 2008 il crée BAO Environnement et patrimoine, puis, la SAS M&H, en 2013, entreprise solidaire spécialisée dans la restauration de monuments historiques et l'éco-construction.

→ À QUEL PROBLÈME S'ATTAQUE-T-IL ?

- «**Sans qualification reconnue pas d'emploi durable**»
- **140 000 jeunes décrochent chaque année** de leur parcours de formation initiale et sont sans qualification.
- **Les personnes en situation d'exclusion** n'accèdent pas aux formations qualifiantes classiques par manque de pré-requis

→ SON IDÉE POUR LE RÉSOUDRE ?

- **Proposer aux personnes en situation d'exclusion** et sans qualification un statut de salarié, pour se former sur des chantiers de restauration du patrimoine
- **Assurer une préparation** pour l'accès à l'emploi de toutes les personnes embauchées sur les chantiers de formation
- **Développer des formats de chantiers de formation** axés sur les métiers en tension dans le secteur du bâtiment
- **Créer des partenariats publics privés** pour le montage des chantiers de formation et les essaimer sur tous les territoires ciblés
- **Proposer une 1^{re} expérience professionnelle** au cours et à l'issue de leur formation

SON IMPACT ET SON DÉVELOPPEMENT

→ 1^{er} opérateur de chantiers d'insertion en Bouches-du-Rhône → 400 personnes recrutées chaque année sur 20 chantiers → 980 heures de formation en moyenne par personne et par an → 61% de « sorties positives » (emploi ou formation), soit 4 fois le taux national → 98% obtiennent une qualification professionnelle → Développement sur le Bassin méditerranéen (Malte, Chypre, Italie, Maroc...) → 7 à 10k€ de gain généré par la collectivité par personne embauchée sur les chantiers, soit 1,5 million d'€ par an au global

FELLOW ASHOKA 10

QUI EST-IL ?

FORMATION DE GÉOMÈTRE TOPOGRAPHE

EXPÉRIENCE EN GUYANE FRANÇAISE : CONSTRUCTION D'INFRASTRUCTURES AVEC LES AMÉRINDIENS EN UTILISANT LEURS TECHNIQUES ANCESTRALES

CRÉE UNE AUTO-ÉCOLE ASSOCIATIVE POUR DEMANDEURS D'EMPLOI À MARSEILLE

LANCE ACTA VISTA EN 2001

VICE-PRÉSIDENT DU RÉSEAU CHANTIERS-ÉCOLE EN PACA

« ENTREPRENEUR DE L'ANNÉE 2006 » DE LA FONDATION SCHWAB

EN SAVOIR +

www.actavista.fr

ANNE CHARPY

→ VOISIN MALIN (FRANCE)

REDONNER CONFiance ET Énergie AUX HABITANTS DES QUARTIERS POPULAIRES

Pour insuffler une dynamique nouvelle dans les quartiers populaires les plus démunis, Anne fait émerger un réseau d'habitants-leaders positifs : les Voisins Malins. Allant à la rencontre des habitants chez eux, ils créent du lien social, mobilisent les gens dans la vie locale et les reconnectent avec les institutions.

→ À QUEL PROBLÈME S'ATTAQUE-T-ELLE ?

- **1000 quartiers** sont reconnus comme prioritaires en France, concentrant la plupart des difficultés : chômage élevé, pauvreté, illétrisme, délinquance, dégradation des logements et de l'environnement.
- **Enclavement et isolement des habitants de ces quartiers** : isolés, repliés sur eux-mêmes, beaucoup d'habitants sont déconnectés de services nécessaires, méconnaissent leurs droits et souffrent d'un sentiment d'abandon.
- **Les services publics ne savent pas comment atteindre** la frange la plus fragile de la population.

→ SON IDÉE POUR LE RESOUDRE ?

- **Fédérer tous les acteurs locaux et en premier lieu les habitants** autour d'une vision active et positive de la vie de leur quartier.
- **Repérer et salarier des « Voisins Malins » pour qu'ils agissent comme des personnes ressources** se rendant au domicile des habitants de leur quartier.
- **Nouer des partenariats gagnant-gagnant avec des entreprises de service public et des collectivités publiques pour :**
 - apporter aux habitants des informations utiles à leur vie quotidienne et recueillir leurs besoins,
 - permettre aux partenaires d'adapter leurs pratiques.
- **Accélérer encore le changement en développant un cercle de bénévoles, les « voisins amis »,** désireux d'agir pour leur quartier et capables de démultiplier l'action des Voisins Malins.

SON IMPACT ET SON DÉVELOPPEMENT

→ Implantée dans 5 villes de banlieue parisienne : Courcouronnes, Ris-Orangis, Aulnay-sous-Bois, Grigny et Montreuil → 35 Voisins Malins recrutés en CDI (12h par mois) → 10 000 habitants rencontrés en 2,5 ans → 15 partenariats noués avec des entreprises et collectivités territoriales (taux de renouvellement de 100%) → Développement sur le territoire national dans les 5 ans



FELLOW ASHOKA 13

QUI EST-ELLE ?

A TRAVAILLÉ AU CHILI POUR L'ONG CONTIGO ET A FONDÉ UN SYNDICAT DE MICRO-ENTREPRENEURS

ANCIENNE DIRECTRICE DU GIP DE GRIGNY ET VIRY-CHÂTILLON, PROMET LEZ INITIATIVES QUI REPOSENT SUR DES HABITANTS-RESSOURCES

ACCOMPAGNÉE PAR L'INCUBATEUR ANTROPIA POUR CRÉER VOISIN MALIN EN 2011

EN SAVOIR +

www.voisin-malin.fr



DANIELLE DESGUÉES

→ BGE PARIF (FRANCE)

RÉVEILLER L'ENTREPRENEUR QUI SOMMEILLE EN CHACUN

Pour réveiller et développer la fibre entrepreneuriale en chacun de nous, son réseau de Boutiques de Gestion maille la France : il sensibilise, accompagne et oriente les créateurs potentiels, notamment des personnes exclues du monde de l'emploi.

→ À QUEL PROBLÈME S'ATTAQUE-T-ELLE ?

- Les stratégies de croissance tablaient sur les grandes entreprises jusqu'au début des années 1980,
- Le système éducatif, la culture n'encouragent pas l'entrepreneuriat, ne le mettent pas en valeur,
- Ceux qui désirent créer une entreprise sont souvent isolés, voire stigmatisés, surtout s'ils sont chômeurs / éloignés de l'emploi.

→ SON IDÉE POUR LE RÉSOUDRE ?

- Communiquer et cultiver l'envie d'entreprendre dans les établissements d'enseignement (écoles, universités...) et lieux publics.
- Former et outiller des conseillers pour accompagner et coacher les créateurs.
- Ouvrir cet accompagnement à tous, en particulier les chômeurs et exclus, grâce à un réseau présent sur tout le territoire et des actions de sensibilisation.

SENIOR FELLOW ASHOKA 09

QUI EST-ELLE ?

1^{RE} ENTREPRISE CRÉÉE À 16 ANS : RESTAURANT COOPÉRATIF

2^{EME} 2 ANS PLUS TARD : COOPÉRATIVE DE CHARPENTERIE

JOURNALISTE, MANNEQUIN

À 19 ANS, LANCE LA 1^{RE} BOUTIQUE DE GESTION

MARIÉE, MÈRE DE 2 ENFANTS

EN SAVOIR +

www.boutiques-de-gestion.com



ANDRÉ DUPON

→ GROUPE VITAMINE T (FRANCE)

INSÉRER À LONG TERME LES PLUS EXCLUS EN CO-CRÉANT DES ACTIVITÉS AVEC DES ENTREPRISES

Sa stratégie pionnière et son modèle d'alliances avec le monde des entreprises lui ont permis d'atteindre une échelle (3000 salariés) et un impact inédits en France. Ce qui en fait un acteur de référence pour le secteur de l'insertion par l'activité économique.

→ À QUEL PROBLÈME S'ATTAQUE-T-IL ?

- Le manque de passerelles entre le monde du privé et celui du social entravent l'insertion à long terme dans des emplois durables,
- Le gap culturel et le déficit de confiance, voire la rivalité, entre les deux mondes accentuent ce problème,
- Le modèle traditionnel des entreprises d'insertion, très dépendant des soutiens publics et de la réglementation, ne leur permet pas un changement d'échelle pourtant indispensable face aux défis de l'exclusion en France.

→ SON IDÉE POUR LE RÉSOUDRE ?

- Faire de Vitamine T un laboratoire d'innovation, qui crée, teste et fait grandir un modèle de co-création d'entreprise d'insertion (joint-venture) avec le secteur privé, en établissant :
 - un mode de gouvernance garantissant la primauté de la mission sociale (maximum de 49% du capital détenu par l'entreprise partenaire, 100% des bénéfices réinvestis en interne),
 - un mode de financement pérenne, indépendant des subventions publiques et permettant la croissance de l'impact social,
 - une diffusion du modèle dans le secteur marchand.
- Positionner ces nouvelles entreprises d'insertion sur des activités à fort potentiel (économie verte, secteurs en tension sur le plan RH) permettant une sortie réussie et durable à leurs salariés.



SENIOR FELLOW ASHOKA 12

QUI EST-IL ?

ENFANT DE LA DDASS,
NÉ DANS LE PAS DE CALAIS

BACHELIER À 17 ANS,
ÉDUCATEUR SPÉCIALISÉ,

20 ANS DE TRAVAIL AU SERVICE
DES JEUNES EN DIFFICULTÉ

PREND LA DIRECTION DU GROUPE
VITAMINE T EN 1995 ET IMPULSE
SON DÉVELOPPEMENT

PRÉSIDENT EXÉCUTIF
DEPUIS 2008

PRÉSIDENT DU MOUVES
DEPUIS 2013

MARIÉ, 3 ENFANTS

EN SAVOIR +

www.groupevitaminet.com

SON IMPACT ET SON DÉVELOPPEMENT

- ➔ 1^{er} réseau national leader indépendant d'appui à la création d'entreprises ➔ 450 Boutiques de Gestion ➔ 905 conseillers ➔ 750 administrateurs ➔ Près de 100 000 personnes reçues par an ➔ Plus de 15 000 créations d'entreprise par an dont 75% pérennes à 3 ans ➔ Plus de 120 000 en 30 ans ➔ 2,5 millions € de budget de BGE réseau (antenne principale) en 2012 ➔ 25 000 emplois créés en 2012 ➔ Le développement permanent de nouveaux outils et une amélioration continue de la qualité
- ➔ Lancement en 1978 ➔ 1^{er} groupe d'insertion par l'économique en France ➔ 27 000 personnes insérées depuis 25 ans ➔ 3000 salariés ➔ 14 entreprises ➔ 4 joint-ventures, notamment avec Van Gansewinckel, Adecco, boulangeries Paul ➔ 50 millions € de CA ➔ Objectifs : créer des entreprises sociales à grande échelle dans l'économie verte (déchets d'équipement d'ameublement, ferroviaires, écrans plats...) ; plusieurs joint-ventures en projet (déchets et recyclage, métiers de service...) ➔ 55% de « sorties positives » (CDI, CDD, formation) en 2011



FELLOW ASHOKA 10

QUI EST-IL ?

FAMILLE MAROCAINE, PÈRE
BOXEUR PROFESSIONNELÉTUDES DE MANAGEMENT ET
JOURNALISME

DIPLOMÉ DE SCIENCES PO

SERIAL ENTREPRENEUR
DEPUIS L'ÂGE DE 22 ANSINSPIRÉ PAR LA POLITIQUE
AMÉRICaine EN FAVEUR DE LA
DIVERSITÉPRÉSIDENT DE HUMANITY IN
ACTION FRANCE

EN SAVOIR +

www.adive.fr

MAJID EL JARROUDI

→ AGENCE POUR LA DIVERSITÉ ENTREPRENEURIALE (ADIVE) (FRANCE)

RÉTABLIR L'ÉGALITÉ DES CHANCES DANS L'ACCÈS AUX MARCHÉS POUR LES ENTREPRENEURS ISSUS DE LA DIVERSITÉ

En facilitant les relations commerciales entre grandes entreprises et PME des quartiers, il offre de nouvelles opportunités de développement économique pour ces territoires et révèle une nouvelle génération d'entrepreneurs, reflet de la diversité française.

→ À QUEL PROBLÈME S'ATTAQUE-T-IL ?

- La promotion de la diversité s'arrête trop souvent au culturel, sans prendre en compte l'économique.
- Dans les quartiers, le taux de création d'entreprises est 2 fois supérieur à la moyenne nationale mais le taux de survie à 5 ans est 30% inférieur.
- Les entrepreneurs des quartiers manquent de réseau et de visibilité, et sont souvent stigmatisés.
- Il n'existe pas de cadre réglementaire ni statistique favorisant les «achats-diversité» en France (Cf. Small Business Act aux USA).

→ SON IDÉE POUR LE RÉSOUDRE ?

- Crée une plateforme en ligne de mise en relation des responsables Achats des grandes entreprises (GE) avec les entrepreneurs des quartiers (appels d'offre des GE, offres de service des PME concernées).
- Former, qualifier et accompagner les entrepreneurs des quartiers aux codes/pratiques des GE.
- Accompagner et conseiller les GE pour intégrer la diversité dans leurs pratiques Achats (formations, séminaires, visites terrain...) et plus largement.

SON IMPACT ET SON DÉVELOPPEMENT

→ En 4 ans: 600 entrepreneurs ont bénéficié des services de l'Adive ainsi que 30 grandes entreprises → Conception d'une formation universitaire «Achats & Diversité» → Développement à l'échelle nationale, régions Nord et PACA en cours → À moyen terme : ouverture vers d'autres types d'entrepreneurs discriminés (femmes, handicapés...) → Adive élue entreprise sociale de l'année par Echoing Green en 2011



ALLAOUI GUENNI

→ EMERGENCE (FRANCE)

LE SPORT, POUR RÉINTEGRER LES HABITANTS DES « QUARTIERS » DANS LA SOCIÉTÉ

En offrant, dans les quartiers populaires/sensibles, un lieu unique conjuguant sport, insertion professionnelle et médiation sociale, il désenclave les habitants et ouvre de nouvelles perspectives, notamment aux jeunes.

→ À QUEL PROBLÈME S'ATTAQUE-T-IL ?

- 4,5 millions d'habitants des quartiers « sensibles » souffrent de chômage (30%) et d'isolement du reste de la société.
- Les stratégies d'intégration sont atomisées et peu efficaces: plus de 300 organisations en charge.
- Les problèmes sont traités séparément: délinquance, chômage, incivilités.
- Ceux qui possèdent les clés du problème s'ignorent souvent: associations, entreprises, services administratifs...

→ SON IDÉE POUR LE RÉSOUDRE ?

- Des centres sportifs permettant de désenclaver les quartiers: équipements de qualité, au cœur des quartiers populaires, équipe très professionnelle, attirer une clientèle présentant une réelle mixité sociale.
- Le sport comme outil d'insertion professionnelle et sociale et de médiation: « packages » thématiques d'intervention construits autour du sport. Exemples : « Au top pour un Job » (retour à l'emploi); « Vis ta Mine » (retour à l'emploi réservé aux minima sociaux) ; « Sport & Citoyenneté » (prévention des tensions jeunes / Pouvoirs Publics) ; « Package pour la Liberté » (détenus libérés) ; accompagnement individuel sur-mesure: adolescents, chômeurs...
- Des partenariats /synergies avec tous les acteurs locaux clés.

SON IMPACT ET SON DÉVELOPPEMENT

→ Lancement en 2002 → 1^{er} centre Emergence créé au Havre en 2002: 1000 adhérents de tous quartiers → Plus de 400 chômeurs et 50 anciens détenus réinsérés durablement vers l'emploi → Baisse de 35% des incivilités à l'égard de la police, des pompiers → Une méthodologie / programme pour démultiplier les franchises Emergence → Premières répliques en cours, à Bruxelles & Rotterdam



FELLOW ASHOKA 08

QUI EST-IL ?

FAMILLE ALGÉRIENNE
INSTALLÉE AU HAVREANCIEN COACH DE BOUREUX,
PUIS ÉDUCATEUR DE RUERECONNAISSANCE PUBLIQUE
DE SES MÉTHODES VIS-À-VIS
DES JEUNESSALUÉ COMME INNOVATEUR
PAR JEAN-FRANÇOIS LAMOUR,
ALORS MINISTRE DES SPORTS :
« MÉDAILLE D'OR JEUNESSE ET
SPORT »

EN SAVOIR +

www.emergence-asso.fr



SAÏD HAMMOUCHE

→ MOZAÏK RH (FRANCE)

FAIRE DES JEUNES DIPLOMÉS DES QUARTIERS LE NOUVEL ELDORADO DES ENTREPRISES

Avec le 1er cabinet de recrutement et de conseil RH spécialisé dans la promotion de la diversité, il prouve que les jeunes diplômés issus des quartiers apportent aux entreprises une nouvelle richesse de talents.

→ À QUEL PROBLÈME S'ATTAQUE-T-IL ?

- Les jeunes diplômés des quartiers sensibles mettent 3 fois plus de temps à se faire embaucher que la moyenne française et acceptent souvent un job sous-qualifié.
- Ils sont stigmatisés par leurs origines et manquent des réseaux nécessaires.
- Les diplômes étant de plus en plus perçus comme inutiles, les adolescents des quartiers se tournent vers des « activités illicites».
- Les entreprises évitent d'embaucher des personnes « différentes », vues comme difficilement intégrables.

→ SON IDÉE POUR LE RÉSOUDRE ?

- Créer une agence de recrutement spécialisée dans la promotion de la diversité.
- Accompagner les candidats individuellement dans leur parcours vers l'emploi et former les recruteurs.
- Faire changer la mentalité des entreprises en leur démontrant qu'elles ratent des opportunités.
- Partir des besoins exprimés par les entreprises.

FELLOW ASHOKA 07

QUI EST-IL ?

PARENTS MAROCAINS,
ÉLEVÉ À BONDY (93)

PRATIQUE LE JUDO TRÈS JEUNE,
PARTICIPÉ AUX COMPÉTITIONS, 2^e
DAN (GRADE)

ANIMATEUR DE CENTRE AÉRÉ
PENDANT SES VACANCES

1 LICENCE ET 2 MASTERS,
1^{ère} EMBAUCHE : SOUS-QUALIFIÉE

ENTRE AU MINISTÈRE DE
L'EDUCATION NATIONALE,
EN DÉMISSIONNE POUR
LANCER SON IDÉE...

EN SAVOIR +

www.mozaikrh.com



SON IMPACT ET SON DÉVELOPPEMENT

- Lancement en 2007 → En 5 ans, 5000 candidats accompagnés et plus de 1700 placements réussis
- Plus de 60 entreprises clientes (BNP Assurances, Capgemini-Sogeti, Danone, EADS, Orange, SFR, GDF Suez, Crédit mutuel et de nombreuses PME) → Transformation de l'approche des recruteurs en France et des cabinets de recrutement → Plus de 100 bénévoles, issus des entreprises, servant de coach /mentor aux candidats → Développement d'un réseau national en franchise

JEAN-GUY HENCKEL

→ RÉSEAU COCAGNE (FRANCE)

RÉINSÉRER LES PLUS « INEMPLOYABLES » GRÂCE À UN TRAVAIL VALORISANT



SENIOR FELLOW ASHOKA 08

QUI EST-IL ?

INSPIRÉ PAR LES HUMANISTES ET UTOPISTES FRANÇAIS DU XIX^e SIÈCLE.

S'EST DÉCOUVERT LES QUALITÉS D'UN ENTREPRENEUR.

SON OBSESSION DEPUIS TOUJOURS : AMÉLIORER LES SYSTÈMES D'INSERTION.

SILLONNE INFATIGABLEMENT LA FRANCE POUR DYNAMISER LE RÉSEAU.

DÉTESTE LES IDÉES TOUTES FAITES

EN SAVOIR +

www.reseaucocagne.asso.fr



SON IMPACT ET SON DÉVELOPPEMENT

- Lancement du réseau en 1999 → 100 jardins maraîchers biologiques dans toute la France (Réseau Cocagne) → 25 000 personnes réinsérées depuis la création en 1991
- 1^{er} producteur de légumes biologiques en France → 15 000 adhérents-consommateurs par an → 20 jardins du modèle Cocagne en cours de création en France, Espagne, Belgique et Suisse → Un modèle de développement en réseau pour tout le secteur social



YVONNICK HUET

→ AGRISUD INTERNATIONAL (FRANCE/INTERNATIONAL)

DES MILLIERS DE MICRO-ENTREPRISES POUR TISSER LA TOILE D'UN DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE DURABLE

Dès le milieu des années 1980, il a contribué à faire émerger une approche de l'aide au développement qui soit économique et locale. Focalisant ses efforts sur l'élosion / développement de micro-entreprises et la mise en place d'un environnement porteur, cette approche offre une solution durable aux enjeux de pauvreté et de sécurité alimentaire.

→ À QUEL PROBLÈME S'ATTAQUE-T-IL ?

- Les solutions proposées pour lutter contre la pauvreté ont longtemps été - sont encore souvent - trop partielles et à court-terme pour atteindre la racine du problème,
- Souvent fragmentées et sectorielles, elles répondent moins aux véritables besoins locaux qu'aux plans préconçus des donateurs internationaux, et ancrent les populations dans l'assistanat,
- Les défis de la pauvreté, amplifiés par la crise alimentaire et par les problèmes spécifiques de certains groupes (femmes, jeunes), appellent nécessairement des réponses capables de (re)construire le tissu micro-économique de base.

→ QUELLE EST SON IDÉE POUR LE RÉSOUDRE ?

- Redonner un rôle économique aux plus pauvres en leur permettant de créer des très petites entreprises agricoles familiales bien ancrées sur le marché local.
- Mettre en œuvre une approche globale de professionnalisation, de l'analyse de marché et la création/développement de TPE, jusqu'aux dispositifs d'appui, en passant par la formation aux pratiques agroécologiques et à la gestion, et l'organisation des filières,
- Fédérer ces TPE agricoles et créer des réseaux solides pour installer, notamment autour des centres urbains, des «ceintures vertes» capables de nourrir leur population, tout en évitant l'emprise des puissantes filières d'importation,
- Former des «maîtres-exploitants» et renforcer les capacités des organisations locales, pour assurer la pérennité des TPE et démultiplier l'approche localement,
- Porter et disséminer le modèle à l'international, en proposant des formations et des cycles d'apprentissage à d'autres ONG de développement, du Nord comme du Sud.

SON IMPACT ET SON DÉVELOPPEMENT

→ Lancement en 1992 → 17 pays concernés, sur 4 continents → Impacts sociaux : 37 400 TPE créées, soit 132 500 emplois et 353 500 personnes directement impactées → Impacts économiques : 53 millions € par an de revenus nets générés et sécurité alimentaire améliorée → Impacts environnementaux : 11 200 tonnes/an de carbone séquestrées → Effet démultiplicateur par transfert auprès de 210 ONG



EMMANUEL KASPERSKI

→ REPLIC (FRANCE)

REPLIQUER LES ENTREPRISES SOCIALES QUI ONT PRUVE LEUR IMPACT

Il crée un cadre inédit et stimulant pour la mise en place de nouvelles structures capables de répondre, sur un territoire, aux problèmes sociaux et environnementaux les plus criants.

→ À QUEL PROBLÈME S'ATTAQUE-T-IL ?

- Des problèmes sociaux et environnementaux non résolus sur les territoires.
- Un fonctionnement en silo des acteurs territoriaux (associations, entreprises, pouvoirs publics) et un manque de moyens, techniques et financiers, qui ne permettent pas de résoudre efficacement ces problèmes.
- Un nombre insuffisant d'Entrepreneurs Sociaux lié aux difficultés à entreprendre dans le champ social (isolement, prise de risque etc.) ou à développer les initiatives existantes (manque de réseau, de légitimité, etc.).

→ SON IDÉE POUR LE RÉSOUDRE ?

- Identifier les problèmes sociaux d'un territoire et y apporter des solutions, en implantant des entreprises sociales qui ont réussi ailleurs.
- Créer un modèle d'entrepreneuriat collectif et coopératif qui mobilise les acteurs concernés par le sujet (collectivités territoriales, acteurs de l'économie sociale, société civile) et les implique en tant qu'associés des nouvelles entreprises, créées sous forme coopérative.
- Recruter et accompagner les futurs dirigeants de ces nouvelles entreprises, et faire ainsi émerger de nouveaux acteurs de changement.

FELLOW ASHOKA 10

QUI EST-IL ?

ORIGinaire du Nord de la France, marqué par la reconversion industrielle et la fermeture des mines

ANIMATEUR DE CAMPS DE JEUNES EN DIFFICULTÉ

DIPLOMÉ DE L'ÉCOLE SUPÉRIEURE DE COMMERCE DE LILLE

PENDANT 15 ANS, ACCOMPAGNE ET FINANCE DES PROJETS INDIVIDUELS ET COLLECTIFS AU SEIN DE L'ADIE ET L'AIRDE

MARIÉ, PÈRE DE DEUX FILLES

EN SAVOIR +

www.rePLIC.fr



SON IMPACT ET SON DÉVELOPPEMENT

→ Lancement en 2005 → 9 créations d'entreprise réussies en 7 ans en Languedoc-Roussillon → 100 emplois créés, dont 80 en insertion, sur des métiers en tension (restauration, transport, recyclage...) → Un impact indirect fort par l'action sociale des entreprises créées → REPLIC présent aujourd'hui en Nord/Pas de Calais et bientôt en Bourgogne.



ISABELLA LENARDUZZI

→ JUMP (BELGIQUE)

Mobiliser autant les hommes que les femmes en faveur d'un vrai équilibre dans les entreprises

Renversant le discours victimisant, elle propose aux hommes et aux femmes de créer, ensemble, l'économie de demain. Une économie qui redéfinisse la réussite, en valorisant pour tous un bon équilibre vie professionnelle-vie personnelle ainsi que l'égalité hommes/femmes.

→ À QUEL PROBLÈME S'ATTAQUE-T-ELLE ?

- Seuls 41% des managers pensent que l'égalité hommes/femmes a un impact positif sur la performance, au sein des entreprises qui ont mis en place une telle politique (Etude McKinsey « Women Matter » 2012);
- Les entreprises n'ont pas encore pris en compte les nouvelles aspirations des salariés des deux sexes : 90% des femmes et des hommes ont comme priorité la réussite de l'éducation de leurs enfants, et 50% la réussite professionnelle ;
- Les entreprises restent largement dominées par les hommes : il n'y a que 12% de femmes dans les conseils d'administration en Europe et moins de 10% dans les comités de direction, malgré les évolutions législatives
- Le modèle de leadership le plus diffusé est basé sur les valeurs masculines, et les femmes manquent de rôle modèles

→ SON IDÉE POUR LE RÉSOUUDRE ?

- Instituer une approche globale :
 - Identifier des rôles modèles : femmes, hommes et entreprises ayant trouvé les clés d'un équilibre vie professionnelle / vie personnelle
 - Valoriser tous les modèles de leadership permettant aux hommes comme aux femmes de rester authentiques
 - Développer une stratégie de communication ambitieuse : événements, médias, formations...
- Valoriser les modèles au sein même de leur entreprise pour les légitimer et renforcer leur impact en interne : partenariat avec les Forums JUMP, candidature aux Wo.Men@work Awards (prix célébrant un(e) dirigeant(e) d'entreprise comme ambassadeur de l'égalité professionnelle), diffusion de la newsletter JUMP qui reprend les meilleures pratiques en matière d'égalité et de gestion et les conseils de carrière, participation au premier réseau des managers de l'égalité hommes/femmes (Belgique) ...
- Aider spécifiquement les femmes du middle management à développer leur confiance/ estime de soi pour qu'elles portent le changement : programme leadership de la Woman's Academy, participation aux Forums JUMP...

SON IMPACT ET SON DÉVELOPPEMENT

→ 9 forums à Bruxelles et Paris depuis 2007 (>2500 participantes) → 200 000 lecteurs pour la newsletter bimestrielle → 40 ateliers annuels de la Woman's Academy à Bruxelles et Paris → 87% des femmes y trouvent les réponses adéquates → Déjà 3 éditions des Wo.Men@Work Awards → Importantes campagnes marketing & médias, valorisées à plus de 500 000€ par an → Collaboration avec des multinationales (Deloitte, Sodexo, Danone, Cisco, Microsoft,) → Objectif : un développement européen



FRANÇOIS MARTY

→ CHÊNELET (FRANCE)

LA MAISON ÉCOLOGIQUE À LA PORTÉE DES FAMILLES À FAIBLES REVENUS

Pionnier du logement social écologique, il crée un habitat valorisant, en s'appuyant sur un réseau d'entreprises du bâtiment travaillant avec des personnes en insertion.

→ À QUEL PROBLÈME S'ATTAQUE-T-IL ?

- Logements sociaux : il en manque 800 000 en France, et beaucoup de communes ne respectent pas l'obligation de 20% de logements de ce type. Parallèlement, souvent de qualité médiocre, ils sont stigmatisants pour leurs habitants.
- Secteur du bâtiment : 75 000 postes sont non pourvus, et la filière de l'habitat écologique reste peu développée en France. Rares, les maisons écologiques sont chères donc réservées à la population aisée.

→ SON IDÉE POUR LE RÉSOUUDRE ?

- Construire des maisons écologiques en logement social :
 - matériaux naturels choisis en fonction des ressources locales (bois, terre crue...) pour un habitat économique à l'usage,
 - consommation d'énergie (chauffage, lumière) divisée par 5,
 - recherche esthétique et conception avec les futurs habitants (adaptation aux besoins).
- Créer un réseau d'entreprises d'insertion labellisées « Chênelet », dont les salariés sont formés à ce type de construction.
- Permettre l'insertion par le travail de chômeurs de longue durée, dans un secteur qui reste porteur.

FELLOW ASHOKA 08

QUI EST-IL ?

ENFANT DE BANLIEUE
« RÉCUPÉRÉ » PAR DES MOINES.

TOUTE UNE VIE D'ENTREPRENEUR AXÉ SUR LA RÉINSERTION DES AUTRES (150 SALARIÉS AUJOURD'HUI).

ANCIEN CONDUCTEUR DE POIDS LOURDS, IL PREND ENCORE LE VOLANT (« C'EST COMME FAIRE UNE RETRAITE ! »).

A FAIT UN EXECUTIVE MBA À HEC

EN SAVOIR +

www.chenelet.org



SON IMPACT ET SON DÉVELOPPEMENT

→ 90 maisons déjà livrées dans 5 régions françaises → 9 Entreprises labellisées. → Développement en cours du réseau, en cherchant à l'étendre à toute la France → Son objectif : Structurer une filière de construction de logements écologiques à la portée de tous, développement à l'international : une entreprise en Algérie en 2014.



CHRISTINE THEODOLOZ-WALKER

→ INTÉGRATION POUR TOUS (I.P.T) (SUISSE)

DU SUR-MESURE POUR RAMENER A L'EMPLOI LES PERSONNES LES MOINS ARMÉES POUR LE MARCHÉ DU TRAVAIL

En partenariat étroit avec les milieux économiques, elle propose un modèle révolutionnaire, basé sur une prise en charge globale et individualisée permettant, chaque année, à un millier de personnes connaissant des problèmes de santé/handicap de retrouver durablement le chemin de l'emploi.

→ À QUEL PROBLÈME S'ATTAQUE-T-ELLE ?

- **Le déficit des assurances sociales** (chômage, invalidité, aide sociale) se chiffre en dizaines de milliards CHF et s'accroît.
- **Le système suisse d'assurances sociales est complexe et cloisonné.** Les pouvoirs de décision sont dilués.
- **200 à 300 000 personnes voulant travailler sont exclues du marché de l'emploi,** la cohésion sociale en est menacée.
- **L'intégration professionnelle est plus difficile** encore pour les personnes atteintes dans leur santé ou en situation de handicap.

→ SON IDÉE POUR LE RÉSOUDRE

- **Identifier et mettre en adéquation** les capacités des candidats et les besoins des entreprises dans une perspective "gagnant-gagnant".
- **Proposer une prise en charge globale et individualisée** pour un retour à l'emploi réussi (coaching, stages en entreprise, formations).
- **Créer un processus basé sur la culture du possible et le principe de co-responsabilité.**
- **Obtenir une collaboration pluridisciplinaire** entre médecins, assurances sociales et assureurs privés.

SON IMPACT ET SON DÉVELOPPEMENT

→ Date de création 1972 → 110 collaborateurs, 2675 personnes prises en charge en 2012 - taux de placement de près de 40% → 14 millions CHF : montant estimé des salaires des personnes placées par IPT dans le secteur privé en 2009 → 11 000 entreprises partenaires - un nouveau partenariat signé toutes les 50 min ! → 22 antennes en Suisse et déploiement international en préparation → Plus de 40 ans d'expérience dans l'intégration professionnelle



JERÓNIMO CALDERÓN

→ EUFORIA (SUISSE)

FAIRE DE L'ENGAGEMENT CITOYEN LA NOUVELLE TENDANCE CHEZ LES JEUNES

Pour provoquer le passage à l'action, il cible toute la jeune génération, avec une communication «fun» et «cool» qui lui parle directement et des grands événements où la découverte de formes d'engagement séduisantes rime avec amusement et euphorie.

→ À QUEL PROBLÈME S'ATTAQUE-T-IL ?

- **La génération Y est moins active socialement** que celles qui l'ont précédée, et cela partout en Europe,
- **Malgré leur intérêt / envie, révélés par les enquêtes, peu de jeunes passent à l'action,**
- **Le décalage entre l'offre et la demande est très grand,** et le secteur associatif reste peu ouvert aux jeunes,
- **La plupart des associations n'ont pas un marketing/message spécifiquement adapté aux jeunes** pour intéresser et attirer de nouveaux bénévoles.

→ SON IDÉE POUR LE RÉSOUDRE ?

- **Mobiliser avec des messages différents**, humoristiques, décalés, utilisant le langage et les codes des jeunes et passant par leurs canaux préférés (cercle d'amis, youtube/vidéos, stickers, facebook, etc.),
- **Organiser des événements amusants et «euphoriques», montrant aux jeunes comme c'est agréable de passer à l'action et de se rendre utile, et leur proposant des actions concrètes (bénévolat, projets...),**
- **Développer un mouvement entièrement animé et géré par des jeunes pour les jeunes.**



FELLOW ASHOKA 12

QUI EST-IL ?

MÈRE SUISSE, PÈRE BOLIVIEN

SÉJOURNE EN BOLIVIE ET DÉCOUVRE SA FAMILLE BOLIVIENNE, PAUVRE

ANCIEN JOUEUR JUNIOR DE FOOT PRO

DÉCLIC LORS DE SES ÉTUDES À BOSTON

CRÉE EUFORIA À 22 ANS

EN SAVOIR +

www.euforaction.org
www.youtube.com/euforiamedia



SON IMPACT ET SON DÉVELOPPEMENT

→ Lancement en 2008 → 200 jeunes "ambassadeurs" bénévoles en activité → Déjà 6 éditions de l'événement "IMP!ACT" → Plus de 3500 jeunes touchés → 50%-70% des jeunes passent à l'action (70% pour le projet implact, 50% pour le projet STEP) → Création en 2011 d'un format d'événement pour les lycéens → Développement de services payants pour Universités (enseignement) et entreprises (formations des cadres) → Objectif: développement global (un événement prévu au Pérou en octobre 2013)."



SIMON HOURIEZ

→ SIGNES DE SENS (FRANCE)

AIDER LES SOURDS À SORTIR DE LEUR ISOLEMENT CULTUREL ET SOCIAL

En réinventant les pratiques et outils pédagogiques, il permet aux sourds d'accéder au savoir et de mieux s'intégrer dans la société. Ces pratiques éducatives nouvelles s'appliquent souvent à tous (conception universelle), ce qui recrée la notion de société composite et de besoin d'inclure les publics fragiles pour assurer le développement de la société : l'innovation par la fragilité !

FELLOW ASHOKA 08

QUI EST-IL ?

INTERRUMPT SES ÉTUDES
UNIVERSITAIRES POUR « FAIRE
QUELQUE CHOSE » DE SA VIE

ORGANISE UN FESTIVAL OÙ IL
RENCONTRE UNE PERSONNE
SOURDE

DÉCOUVRE LE « FOSSE »
CULTUREL

APPREND LA LANGUE DES
SIGNES ET CRÉE DES OUTILS
PÉDAGOGIQUES

EN SAVOIR +

www.signesdesens.org

SON IMPACT ET SON DÉVELOPPEMENT

→ Une gamme d'outils pédagogiques innovants adoptés dans 60% des établissements spécialisés et plébiscités par des professionnels et parents → Elix, 1^{er} dictionnaire web collaboratif en langue des signes pour lutter contre l'illettrisme lancé en 2011 → Développement d'un outil innovant d'accessibilité web pour les sourds : le Dicobulle → Validation des livre-DVD sur 130 enfants autistes et/ou déficients intellectuels (évaluation faite par les professionnels de l'autisme) → +460 k€ de budget annuel ; 100 k€ de CA en 2011 → Objectif : déployer les outils validés par les évaluations et continuer à transposer son savoir-faire pour d'autres publics en développant d'autres prototypes d'outils pédagogiques universels.

CHANTAL MAINGUENÉ

→ MÔM'ARTRE (FRANCE)

DÉMOCRATISER L'ACCÈS À UNE GARDE D'ENFANTS DE QUALITÉ

Elle crée des lieux inédits de prise en charge complète après l'école, favorisant l'épanouissement des enfants notamment à travers l'art. Des lieux qui s'adaptent aux revenus et horaires de travail des familles en difficulté tout en assurant une vraie mixité sociale.



FELLOW ASHOKA 10

QUI EST-ELLE ?

ENFANCE EN BRETAGNE

EX-RESPONSABLE MARKETING
D'UN GRAND GROUPE

ÉLÈVE SEULE SES 2 FILLES

SCANDALISÉE PAR L'ABSENCE DE
SOLUTIONS DE GARDE ADAPTÉES

EN SAVOIR +

www.momartre.com

→ À QUEL PROBLÈME S'ATTAQUE-T-ELLE ?

- **L'accès à la connaissance reste ardu pour les sourds :** la majorité doit apprendre selon les méthodes conçues par et pour les entendants ; l'enseignement en LSF, proposé par seulement 15 écoles primaires en France, a très peu d'outils pédagogiques.
- **Plus de 50% d'illettrisme** chez les 300 000 personnes sourdes de naissance.
- **Une difficulté à communiquer :** 90% des enfants sourds ont des familles entendantes qui peinent à communiquer avec eux. D'autres publics fragiles connaissent également de fortes difficultés de communication : autistes, déficients intellectuels...

→ SON IDÉE POUR LE RÉSOUDRE ?

- **Accompagner les structures culturelles dans la mise en accessibilité de l'ensemble de leur chaîne de travail par du conseil**, de la formation ou de la conception sur-mesure (de l'accueil jusqu'à la communication)
- **Proposer des outils d'accessibilité pour tous dans une démarche de conception universelle** : fédérer l'ensemble du grand public et des publics fragilisés autour de supports uniques, faciles à comprendre et stimulants.
- **Développer des projets de recherche-action pour développer des éléments de preuve concrets** (partenariat avec des laboratoires de recherche qui évaluent l'impact de nos outils sur différents publics)
- **Faire de la veille internationale et rediffuser les informations en France.**
- **Ouvrir des centres de garde d'enfants avec des horaires adaptés** au travail en milieu urbain, d'abord destinés aux familles à bas revenus / monoparentales.
- **Proposer une tarification variable** selon les revenus familiaux.
- **Offrir une prestation complète et axée sur l'épanouissement**, du goûter aux devoirs en passant par des activités artistiques, et des animations de quartier le week-end.
- **Employer des artistes en difficulté** pour développer l'accès à l'art et la culture.
- **Développer un accompagnement professionnel pour les parents en difficulté.**

SON IMPACT ET SON DÉVELOPPEMENT

→ Lancement en 2011 → 8 antennes Môm'artre (5 à Paris et 3 en Province) → plus de 650 enfants accueillis, un impact reconnu sur leur créativité/sociabilité → Objectif : 20 sites à Paris et essaimage dans les autres grandes villes





REZA

→ AINA (FRANCE - AFGHANISTAN)

RECONSTRUIRE LA SOCIÉTÉ CIVILE DANS LES PAYS SORTANT DE CONFLITS

En formant aux métiers de l'information/communication et en soutenant la création d'outils éducatifs, il donne aux populations bénéficiaires - particulièrement femmes et enfants - les moyens de contribuer à la reconstruction d'une société civile solide et à la restauration d'un climat pacifique dans les pays et territoires en crise ou post crise.

→ À QUEL PROBLÈME S'ATTAQUE-T-IL ?

- Guerres et crises sont lourdes de séquelles pour les populations : traumatismes, isolement, délitement des liens sociaux.
- Les ONG s'occupent surtout des besoins de reconstruction matérielle et physique, rarement de la reconstruction "immatérielle".
- L'accès limité à l'information et à l'éducation pèse sur le degré de développement de la société et sur sa capacité à évoluer et à se pacifier.

→ SON IDÉE POUR LE RÉSOUDRE ?

- Créer des centres pour former la population, en particulier les femmes et les jeunes, aux métiers d'avenir de l'information et de la communication.
- Développer les outils d'information / communication adaptés pour toucher le plus de bénéficiaires possible.
- Utiliser ces outils comme moyens d'éducation informelle (magazines, cinéma itinérant, radio...).
- Redonner une voix et un visage à la société en autonomisant les bénéficiaires.

SENIOR FELLOW ASHOKA 08

QUI EST-IL ?

NÉ EN IRAN

PHOTOGRAPHE DE
RENOMMÉE INTERNATIONALE
(GUERRES, EXPLORATIONS)

CONSULTANT ONU
EN AFGHANISTAN

PASSIONNÉ D'ÉDUCATION

EN SAVOIR +

www.ainaworld.org



SON IMPACT ET SON DÉVELOPPEMENT

→ Lancement 2001 → 1000 personnes formées en Afghanistan en 10 ans → Des outils de communication/information afghans indépendants : radio "La voix des femmes afghanes", journal "Kabul Weekly", magazine familial "Parvaz", documentaire "Afghanistan Unveiled" des Femmes Réalisatrices (formées par Aina) nommé aux Emmy Awards 2005 → Adaptation du modèle Aina dans d'autres pays : centre de formation au Kurdistan irakien.

ANNA STEVANATO LE MARCHAND

→ D'UNE LANGUE À L'AUTRE «DULALA» (FRANCE)

FAVORISER L'INTÉGRATION DES ENFANTS D'ORIGINE ÉTRANGÈRE EN VALORISANT LEUR BILINGUISME

Face à un système d'enseignement, qui se veut «rassembleur» autour d'une langue unique mais dont les résultats laissent à désirer notamment pour les enfants d'origine étrangère, elle propose des espaces pédagogiques où le bilinguisme peut prospérer et devenir un atout de réussite.

→ À QUEL PROBLÈME S'ATTAQUE-T-ELLE ?

- En France, la politique d'intégration des étrangers se base sur l'apprentissage du **Français comme langue unique**,
- Educateurs et enseignants dissuadent souvent les familles d'origine étrangère de parler dans leur langue maternelle à leurs enfants,
- **35% des élèves d'origine étrangère sont en situation d'échec** et se sentent exclus du système,
- **L'insécurité, la violence et les troubles identitaires** de certains élèves, notamment des quartiers «difficiles», s'expliquent en partie par **le rejet des différences**.

→ SON IDÉE POUR LE RÉSOUDRE ?

- Promouvoir le bilinguisme comme moyen d'intégration des enfants et de transformation à terme des pratiques éducatives,
- **Créer des espaces pédagogiques et ludiques**, où les 3 à 6 ans parlent leur autre langue et qui valorisent l'histoire et la culture d'origine,
- Valoriser et engager les parents pour **transmettre une richesse linguistique et culturelle favorisant estime de soi, réussite personnelle et professionnelle**,
- Former les éducateurs de l'éducation / petite enfance pour qu'ils diffusent l'intérêt du bilinguisme,
- Montrer au grand public / responsables politiques la valeur de la diversité linguistique.



FELLOW ASHOKA 11

QUI EST-ELLE ?

ITALIENNE, MARIÉE À UN FRANÇAIS

MÈRE DE 2 ENFANTS BILINGUES

ETUDIE NOTAMMENT EN ESPAGNE ET RUSSIE

DIPLOMÉE DE LINGUISTIQUE,
DÉCOUVRE L'IMPORTANCE DU BILINGUISME

COURS D'ITALIEN DONNÉS DANS UNE ÉCOLE DE ZEP

PLURILINGUE (ITALIEN,
FRANÇAIS, ESPAGNOL, RUSSE ET DIALECTE VÉNITIEN!)

EN SAVOIR +

www.dunelanguealautre.org

SON IMPACT ET SON DÉVELOPPEMENT

→ Lancement en 2009 → Recherche-action appuyée par le CNAM → Stratégie de terrain et campagne auprès des familles concernées, en collaboration avec écoles, travailleurs sociaux et associations de quartier → Réseau d'organisations partenaires → Passée de 21 ateliers (en 11 langues) en 2010 à 35 en 2011 → +de 15 langues représentées → 1500 enfants touchés, dont 450 en direct → impact direct sur 1888 personnes → un réseau de 1264 personnes et +500 familles → Formations proposées aux professionnels au contact d'enfants d'origines diverses → Objectif : créer un réseau de franchises locales et agir en priorité dans les ZUS.



FRANÇOIS TADDEI

→ CENTRE DE RECHERCHE INTERDISCIPLINAIRE (CRI), PARIS-MONTAGNE, WISER-U (FRANCE)

RÉINVENTER L'ÉDUCATION SCIENTIFIQUE DU LYCÉE À L'UNIVERSITÉ ET LA METTRE À LA PORTÉE DE TOUS, POUR STIMULER L'INNOVATION ET LA CRÉATIVITÉ

Pour mieux préparer les jeunes aux défis complexes d'un monde en évolution, il crée des programmes d'enseignement scientifique et de recherche où prévalent l'interdisciplinarité, la collaboration et la stimulation de la créativité.

→ À QUEL PROBLÈME S'ATTAQUE-T-IL ?

- Le système éducatif reflète et accentue les inégalités sociales, et éloigne les enfants des milieux modestes des disciplines scientifiques.
- Le système d'enseignement français est peu efficace et inégalitaire : 40% des enfants ont de grosses lacunes en lecture en 6ème, 40% des étudiants sortent sans diplôme, et il existe une forte corrélation entre inégalités sociales et résultats en Science.
- Les formations sont compartimentées et cloisonnent les esprits : pratiquement pas de curricula interdisciplinaires et de formations centrées sur les projets des étudiants.

→ SON IDÉE POUR LE RÉSOUTRE ?

- Créer des programmes scientifiques universitaires pilotes de la licence au doctorat, basés sur l'ouverture disciplinaire et la recherche, qui stimulent une créativité audacieuse chez les étudiants et attirent l'investissement privé.
- Lancer un dispositif pour sensibiliser aux disciplines scientifiques et à la recherche les jeunes des milieux défavorisés (ex: Festival, camps d'été et stages en laboratoire pour lycéens).
- Construire une plateforme en ligne internationale (Wiser-U) pour permettre à tous les étudiants d'accéder à son modèle éducatif participatif et interdisciplinaire et développer des projets.

SON IMPACT ET SON DÉVELOPPEMENT

→ Création du CRI en 2004 : étudiants en Master et Doctorat ; collaboration avec 80 laboratoires → Obtention d'investissements privés, rare pour les universités → Lancement de la Science Académie en 2006 (+ de 200 participants de milieux défavorisés par an) → 600 jeunes accompagnés → Collaboration avec des étudiants et enseignants de tous les continents pour le développement de Wiser-U.

FELLOW ASHOKA 10

QUI EST-IL ?

FAMILLE CORSE TRÈS ENGAGÉE
(ÉLUS, PROFESSEURS, MAGISTRATS, MILIEUX ASSOCIATIFS...)CHAMPION D'ÉCHECS,
POLYTECHNICIEN, INGÉNIEUR
EN CHEF DES PONTS, DES
EAUX ET DES FORêTSCHOISIT LA RECHERCHE EN
BIOLOGIE SYSTÉMIQUE
PLUTÔT QU'UNE CARRIÈRE DE
HAUT FONCTIONNAIRE

MARIÉ, 2 ENFANTS

EN SAVOIR +

www.cri-paris.org/en/cri

MARIE TRELLU-KANE

→ UNIS-CITÉ (FRANCE)

PERMETTRE À TOUS LES JEUNES DE S'ENGAGER POUR LA SOLIDARITÉ À PROXIMITÉ DE CHEZ EUX

En structurant et en valorisant l'engagement civique des 18-25 ans depuis 1995, elle leur permet de consacrer un temps de leur vie à l'intérêt collectif, de révéler leur potentiel et de devenir des acteurs de changement, sensibles à la diversité. Elle a inspiré le lancement du Service Civique en France.

→ À QUEL PROBLÈME S'ATTAQUE-T-ELLE ?

- Il existe un déphasage entre la volonté d'agir des jeunes (70% souhaitent s'engager) et leur implication effective (15% le font).
- L'engagement civique est trop peu reconnu (pouvoirs publics, entreprises, administration, système éducatif, enseignement supérieur...).
- L'énergie et l'envie de changer le monde des jeunes sont peu mobilisés pour faire face à l'ampleur des besoins sociaux et environnementaux.
- Les catégories sociales et culturelles sont de plus en plus cloisonnées, ce qui génère préjugés et discriminations.

→ SON IDÉE POUR LE RÉSOUTRE ?

- Créer une organisation pilote pour démontrer l'utilité/faisabilité du Service civique des jeunes.
- Mobiliser les jeunes sur des missions intéressantes et socialement utiles, en partenariat avec des associations et collectivités,
- Leur proposer un accompagnement et un encadrement qui les fassent grandir et les arment pour la vie professionnelle et citoyenne.
- Renforcer le vivre ensemble, en constituant des équipes mêlant des jeunes de tous niveaux d'études et tous milieux socio-culturels.
- Permettre la reconnaissance et le développement massif du Service civique des jeunes en France.

SENIOR FELLOW ASHOKA 10

QUI EST-ELLE ?

DIPLÔMÉE DE L'ESSEC

CO-FONDATRICE
D'UNIS-CITÉ à 23 ANS

CONSULTANTE INTERNATIONALE SUR LE SERVICE CIVIQUE DES JEUNES

CO-FONDATRICE DU PÔLE ENTREPRENEURIAT SOCIAL DE L'ESSEC ET D'ANTROPIA, INCUBATEUR D'ENTREPRISES À VOCATION SOCIALE

CHEVALIÈRE DE L'ORDRE NATIONAL DU MÉRITE

MÈRE DE 2 JEUNES ENFANTS MÉTISSES

EN SAVOIR +

www.uniscite.fr

SON IMPACT ET SON DÉVELOPPEMENT

→ Implantation dans 24 grandes villes (10 régions) → 5000 jeunes mobilisés sur une moyenne de 8 mois à temps plein → 115 000 bénéficiaires des actions des jeunes volontaires → Loi sur le Service Civique (2010) largement inspirée du modèle Unis-Cité → Objectifs : au moins un jeune sur 10 volontaire en France (soit 75 000 jeunes par an) ; impulser une génération de jeunes engagés et qui entreprennent pour la société ; un service civique européen



CHRISTIAN VANIZETTE

→ MAKESENSE (FRANCE)

ACCÉLÉRER L'INNOVATION SOCIALE EN CRÉANT UN ENVIRONNEMENT LUDIQUE ET « OPEN-SOURCE »

Qui permette la résolution des défis opérationnels et stratégiques des Entrepreneurs Sociaux par une communauté internationale de citoyens.

→ À QUEL PROBLÈME S'ATTAQUE-T-IL ?

- Les Entrepreneurs Sociaux sont confrontés à des défis de plus en plus complexes qu'ils ne sont pas capables de résoudre de façon isolée, et qui ralentissent leur efficacité et leur capacité à innover.
- Les aspirations des bénévoles changent : la nouvelle génération est moins enclue à s'engager sur du long terme, et préfère participer à des actions ponctuelles où ses compétences sont requises et les résultats concrets.
- Il n'existe pas de passerelle entre les besoins en compétences des nouvelles organisations citoyennes et la volonté d'engagement de cette nouvelle génération.

→ SON IDÉE POUR LE RÉSOUDRE ?

- Réinventer l'engagement citoyen à travers la création d'une communauté accessible de **Sensemakers** en capacité de résoudre rapidement les enjeux des Entrepreneurs Sociaux
- Développer un éventail d'outils et de méthodologies de résolution de problèmes en ligne (plateforme web) ou en présentiel (sessions hold-up), et basés sur du ludique, du travail collaboratif et des processus d'amélioration continue
- Proposer ses outils en open-source pour accélérer les pratiques du secteur et favoriser un environnement propice à l'innovation sociale.
- Développer des entités parallèles pour démultiplier l'impact en adressant de nouveaux publics (SenseSchool pour les universités ; CommonSense pour les entreprises...) et assurer l'autofinancement de MakeSense.

SON IMPACT ET SON DÉVELOPPEMENT

→ 235 Entrepreneurs Sociaux accompagnés, 89% satisfaits → 450 hold-up organisés pour résoudre des défis → 10 000 Sensemakers engagés dans 44 villes du monde → Objectif : 300 000 Sensemakers en 2017

FELLOW ASHOKA 13

QUI EST-IL ?

A GRANDI EN POLYNÉSIE FRANÇAISE

DIPLOMÉ D'EUROMED MARSEILLE OÙ IL PARTICIPE AU PROJET SOCIAL ACCÈDE

PART VOYAGER À TRAVERS L'ASIE POUR VENIR EN AIDE À DES ENTREPRENEURS SOCIAUX

CO-FONDE MAKESENSE

26 ANS

EN SAVOIR +

www.makesense.org



GUILLAUME BAPST

→ RÉSEAU ANDES (FRANCE)

PERMETTRE AUX PLUS PAUVRES DE SORTIR DE LA LOGIQUE DE L'ASSISTANAT ET DE SE BÂTIR UN AVENIR

Le réseau ANDES sont des épiceries solidaires où les plus précaires trouvent : une offre diversifiée de produits vendus entre 10% et 30% de leur prix ; un accompagnement individuel pour mener à bien un projet personnel ; la proposition d'ateliers thématiques.

→ À QUEL PROBLÈME S'ATTAQUE-T-IL ?

- Plus de 7 millions de personnes vivent en dessous du seuil de pauvreté.
- Vivre des minima sociaux induit une exclusion à la fois économique et sociale.
- La situation sanitaire des familles vivant de l'aide alimentaire est souvent critique (maladies chroniques, obésité...).
- Les épiceries solidaires et sociales n'atteignent pas toujours tous leurs objectifs de formation et de réinsertion sociale.

→ SON IDÉE POUR LE RÉSOUDRE ?

- Faire émerger un modèle économique d'épicerie solidaire pérenne/ auto-suffisant, en optimisant l'approvisionnement, les outils et bonnes pratiques.
- Offrir un véritable tremplin vers la « citoyenneté économique » à part entière : offre de produits / services développée et améliorée (suivi personnalisé, ateliers diversifiés).
- Accueillir plus de personnes en augmentant le nombre d'épiceries.
- Globaliser l'accompagnement pour que les « clients » sortent de leurs difficultés.



FELLOW ASHOKA 06

QUI EST-IL ?

A 22 ANS, CRÉE UN CENTRE D'ÉQUITATION

ANIME UNE ÉMISSION DE RADIO LOCALE SUR LA CRÉATION D'ENTREPRISE

CADRE D'OFFICE HLM, CONFRONTÉ AUX DIFFICULTÉS BUDGÉTAIRES DES LOCATAIRES

CRÉE UNE ÉPICERIE SOLIDAIRE ET SOCIALE

EN SAVOIR +

www.epiceries-solidaires.org

SON IMPACT ET SON DÉVELOPPEMENT

→ Plus de 260 épiceries adhérentes au réseau → 160 000 personnes fréquentent chaque jour les épiceries solidaires
 → Une plateforme logistique et une centrale d'achats commune → Des partenariats (agroalimentaires, Grande distribution)
 → 4 sites de valorisation des fruits et légumes depuis 2008 (Rungis Perpignan Lille et Marseille), 3 en préparation Lyon Corbas, Chateaurenard et Tours → Un taux de valorisation des fruits et légumes récupérés de 42 % → Une ferme de 45 hectares dans l'Orne qui produit des légumes pour le réseau ANDES et la Grande distribution → 2 ateliers de transformations pour Soupes, Gaspacho, confitures et jus de pomme.



JEAN-MARC BORELLO

→ GROUPE SOS (FRANCE)

L'UNION... ET LA PROFESSIONNALISATION FONT LA FORCE

Il démontre qu'il est possible de bâtir une organisation solide, capable de créer et pérenniser des activités économiques tout en ayant un fort impact social. Construit sur des activités de lutte contre les exclusions, le GROUPE SOS a su se diversifier progressivement et développer aujourd'hui des dispositifs d'excellence pour tous.

→ À QUELS ENJEUX S'ATTAQUE-T-IL ?

- Le mal logement, l'enfance en danger, la protection de l'environnement, les inégalités Nord-Sud, les difficultés d'insertion sociale et professionnelle, les déserts médiatiques, l'optimisation de l'accompagnement de personnes précaires, âgées, en situation de handicap, atteintes du VIH...

Sa mission : fournir des services d'excellence pour tous, y compris les plus démunis.

→ SON IDÉE POUR LE RÉSOUDRE ?

- Le GROUPE SOS est inscrit dans une **dynamique d'innovation sociale**, pour répondre aux enjeux sociétaux de notre époque.
- **Fort de ses savoir-faire et des outils de gestion qu'il a développés, le Groupe SOS a intégré de nombreuses associations.** Toutes ont créé des synergies, professionnalisé leurs pratiques, mutualisé leurs dépenses...

SENIOR FELLOW ASHOKA 08

QUI EST-IL ?

ÉDUCATEUR, CHARGÉ DE MISSION DANS DES CABINETS MINISTÉRIELS, DIRECTEUR D'UN GROUPE DE PME

A CRÉÉ LE GROUPE SOS EN 1984, S'Y CONSACRE PLEINEMENT DEPUIS 1997

2010 : PARTICIPE À LA CRÉATION DU MOUVES, DONT IL ASSURE LA PRÉSIDENCE DURANT LES 3 PREMIÈRES ANNÉES.

TRES ENGAGÉ DANS LA PROMOTION DU MODÈLE DE L'ENTREPRISE SOCIALE

EN SAVOIR +

www.groupe-sos.org



SON IMPACT ET SON DÉVELOPPEMENT

- 1984, année de création → 300 établissements répartis dans 19 régions (métropole, Guyane, Mayotte, la Réunion, Guadeloupe) → 10 000 salariés → 560 millions d'euros de CA
- 25% de croissance annuelle moyenne ces 10 dernières années → 1 million de bénéficiaires par an.

MARC CHEB SUN

→ (FRANCE)

LA DIVERSITÉ COMME RICHESSE POUR L'ENSEMBLE DE LA SOCIÉTÉ

En remettant la diversité au cœur des média, Marc veut transformer la culture ambiante, qui essaye de gommer les différences, pour au contraire les valoriser.

→ À QUEL PROBLÈME S'ATTAQUE-T-IL ?

- **14 millions de Français** (22% de la population) ont des origines étrangères.
- **La volonté française d'ignorer les différences** d'origine ne favorise pas une action efficace de lutte contre les discriminations et de promotion de la diversité.
- Ce positionnement n'a prouvé son efficacité ni pour **réduire les discriminations ni pour permettre l'intégration**.
- **La France peine à reconnaître son métissage** comme une chance et une force.



FELLOW ASHOKA 07

QUI EST-IL ?

FRANÇAIS D'ORIGINE ITALO-ÉGYPTIENNE

RESSENT TRÈS JEUNE UN REJET SOCIAL

A GRANDI DANS LE 93, JOURNALISTE AUTODIDACTE

PART ÉTUDIER ET TRAVAILLER À BERLIN (1987)

PUBLIE DIPOL (CONTRE LE RACISME)

FONDATEUR ET DIRECTEUR JUSQU'À 2012 DE LA RÉDACTION DE RESPECT MAGAZINE QUI A REJOINT LE GROUPE SOS EN 2009

EN SAVOIR +

www.websourd.org



SON IMPACT ET SON DÉVELOPPEMENT

- Expert diversité reconnu, cité comme référence par l'ONU ou l'UNESCO → Respect Mag, magazine urbain, social et métissé diffuse la promotion de la diversité, en kiosque sur toute la France et par abonnement, avec un tirage de 40 000 exemplaires → Ses sujets : cultures urbaines, sports, questions de société (police, discrimination professionnelle...)



FRANÇOIS GOUDENOVE

→ WEBSOURD (FRANCE)

PERMETTRE AUX SOURDS D'EXPRIMER TOUT LEUR POTENTIEL EN ALLIANT NOUVELLES TECHNOLOGIES ET LANGUE DES SIGNES

Visio-interprétation, «avatar» signant, site d'informations en Langue des Signes Française (LSF), il transforme le quotidien des sourds en facilitant l'usage de la langue des signes dans les lieux et services publics, et les entreprises. Et leur permet d'être des citoyens à part entière.

→ À QUEL PROBLÈME S'ATTAQUE-T-IL ?

- **Une exclusion socio-professionnelle**: sur les 400 000 sourds et malentendants en France, 4% seulement font des études supérieures et 60% ont des difficultés pour écrire, 30% sont au chômage, 50% sont sous-employés par rapport à leur potentiel.
- **Une utilisation limitée de la LSF**, et donc un manque d'accessibilité, moyen de communication «naturel» des sourds, qui s'explique par sa reconnaissance tardive en France en tant que langue officielle (Loi de 2005) et des années d'oralisation.
- **Le nombre d'interprètes en LSF** est très insuffisant: il en manque plus de 2500 !

→ SON IDÉE POUR LE RÉSOUDRE ?

- **Créer un ensemble d'outils innovants** pour que les sourds communiquent et s'informent en LSF:
 - système de visio-interprétation disponible en entreprise et dans les services publics, s'appuyant sur un réseau de centres d'appels d'interprètes,
 - «avatar» en LSF, traducteur automatique des messages dans les lieux publics,
 - site d'actualités quotidiennes en LSF.
- **Développer le métier d'interprète en LSF**: formations de qualité, opportunités professionnelles, diffusion de l'interprétation simultanée (via l'outil Visio, etc.)
- **Valoriser les compétences spécifiques des sourds** et transformer leur handicap en atout pour la société: formations en entreprise données par des sourds (communication non verbale), utilisation des outils pour d'autres publics...

SON IMPACT ET SON DÉVELOPPEMENT

→ 80 entreprises et 60 services publics équipés de l'outil Visio → 4000 appels traités par mois → 30 000 connexions mensuelles au portail d'actualité → 25% de la ressource disponible en interprètes mobilisés autour du projet → Objectif: 20 interprètes dans chaque département français → Partenariat avec la SNCF pour équiper 150 gares de l'avatar interprète d'ici 2015 → 1200 salariés d'entreprise formés.

EN SAVOIR +

www.websourd.org



DIDIER KETELS

→ DROITS QUOTIDIENS (BELGIQUE)

REDONNER TOUS LEURS DROITS AUX PLUS EXCLUS ET FRAGILISÉS

Il permet à chacun d'accéder à la bonne information juridique, au bon moment et en langage compréhensible. Il augmente ainsi la capacité de chaque citoyen à trouver une solution négociée en évitant des conséquences telles que procès inutiles ou endettement supplémentaire.

→ À QUEL PROBLÈME S'ATTAQUE-T-IL ?

- En Belgique 1 personne sur 7 vit sous le seuil de pauvreté.
- **Le droit est partout, mais arrive mal et trop tard** à la connaissance des personnes éloignées du droit.
- **Connaitre les réponses appropriées est difficile**: le droit évolue vite et son vocabulaire est obscur.

→ SON IDÉE POUR LE RÉSOUDRE ?

- **Anticiper les problèmes juridiques fréquents en formant des intermédiaires**
- **Créer des outils et services innovants** de soutien juridique en langage clair pour les citoyens, les intermédiaires sociaux (assistants sociaux, éducateurs,...) et les juristes : Service de consultations juridiques par téléphone, formation des intermédiaires sociaux, création d'une cellule langage juridique clair, plateforme web reprenant 2000 fiches questions/réponses, etc.
- **Promouvoir la communication juridique** en langage clair auprès de toutes les professions utilisant le droit dans leur pratique professionnelle (avocats, travailleurs sociaux, journalistes, etc.)



FELLOW ASHOKA 08

QUI EST-IL ?

ÉTUDIANT EN DROIT, REJETTE UNE CARRIÈRE JURIDIQUE CLASSIQUE

SÉJOURNE ET ENSEIGNE LE DROIT EN AFRIQUE DE L'OUEST

FRAPPÉ PAR L'INQUITÉ QU'ENTRAÎNE L'OBSCURITÉ DU LANGAGE JURIDIQUE

EN SAVOIR +

www.droitsquotidiens.be
www.langagejuridiqueclair.be
www.espacejeunes.be



SON IMPACT ET SON DÉVELOPPEMENT

→ Plus de 11000 travailleurs sociaux formés en 10 ans sur plus de 30 thématiques juridiques, 22 000 consultations juridiques, 750 articles de simplification → Plus de 2500 travailleurs sociaux soutenus par an et plus de 10 000 en contact avec Droits Quotidiens → Plus de 200 000 visiteurs par an sur les sites internet : www.espacejeunes.be, www.droitsquotidiens.be et www.langagejuridiqueclair.be



JEAN-LOUIS KIEHL

→ CRESUS (FRANCE)

PRÉVENIR/RÉSOURDRE LE SURENDETTEMENT POUR ÉVITER L'EXCLUTION FINANCIÈRE ET SOCIALE QUI EN DÉCOULE

En développant un modèle inédit de prévention et de détection précoce du surendettement, il permet aux populations à risque d'échapper à la double peine de l'exclusion financière et sociale. Il travaille également avec les acteurs du crédit pour rendre leurs pratiques plus responsables.

→ À QUEL PROBLÈME S'ATTAQUE-T-IL ?

- Les établissements financiers peuvent être **excessivement incitatifs**, notamment pour les crédits renouvelables,
- Le nombre de ménages français ayant recours à une Commission de **surendettement** a été **multiplié par 4 en 30 ans** - soit 195 millions € de frais pour l'Etat et 6 milliards d'encours en péril en 2010,
- **Les effets collatéraux qui s'aggravent**: suicides, dépressions, crises familiales, pertes d'emploi...,
- La France est un des rares pays sans «Registre national du crédit».

→ SON IDÉE POUR LE RÉSOUDRE ?

- Appliquer **un programme en 3 volets**, éducation, prévention, détection précoce :
 - **Éduquer et accompagner les populations à risque** : consultations de proximité, sur Internet et sur une web radio,
 - **Devenir partenaire des organismes au contact de l'insolvabilité** (bailleurs sociaux, fournisseurs d'énergie, mutuelles, travailleurs sociaux...) pour **former leurs équipes et les populations fragiles** à une meilleure prévention,
 - **Créer une plateforme partenariale avec les établissements de crédit** qui, détecte en amont les personnes menacées et leur propose un accompagnement,
 - **Agir auprès des pouvoirs publics** pour une politique de prévention active du surendettement.

SON IMPACT ET SON DÉVELOPPEMENT

→ Réseau national : 24 Associations fédérées, 117 points d'accueil, 600 bénévoles qualifiés (avocats, juristes, banquiers...) → Repositionnement sur la prévention depuis 2005 → Chiffres clés en 2012 : 65 300 ménages accompagnés, 128 700 consultations en ligne, 23 900 heures de formations → Plateforme-pilote de prévention du surendettement lancée : 25 partenaires → Objectifs : impacter 44 000 personnes en France en 2013 via la plateforme ; diffuser le modèle CRESUS en Europe.

FELLOW ASHOKA 11

QUI EST-IL ?

TRAVAILLE DÈS L'ÂGE DE 14 ANS

LAURÉAT DE LA FACULTÉ DE DROIT ROBERT SCHUMAN - DROIT DES CONTENTIEUX

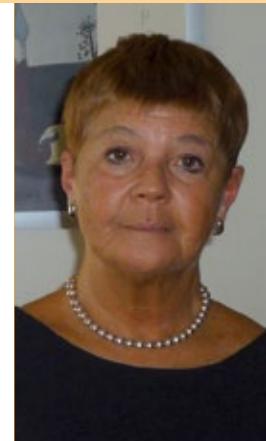
EXPATRIÉ 15 ANS EN AFRIQUE DE L'OUEST

DÉLÉGUÉ DU MÉDIATEUR DE LA RÉPUBLIQUE PENDANT 10 ANS

2000: DEVIENT BÉNÉVOLE CHEZ CRESUS

2008: DIRIGE CRESUS ALSACE ET LA FÉDÉRATION NATIONALE

EN SAVOIR +

www.cresusalsace.org

MARA MAUDET

→ INSTITUT D'EDUCATION ET DES PRATIQUES CITOYENNES (FRANCE)

DOPER L'EFFICACITÉ DES SERVICES SOCIAUX TRAVAILLANT AUPRÈS DES PLUS DÉFAVORISÉS

Innovant dans les services aux populations les plus pauvres - centres sociaux, formation, accueil petite enfance - depuis les années 1980, en les associant à l'élaboration des solutions, elle a largement influencé les politiques publiques. Son combat aujourd'hui : développer sur toute la France des crèches innovantes avec accompagnement des parents vers l'emploi.

→ À QUEL PROBLÈME S'ATTAQUE-T-ELLE ?

- **Les populations des quartiers périphériques accumulent les problèmes** - pauvreté, chômage, faible maîtrise de la langue, illétrisme...
- et sont confrontées à des services sociaux mal adaptés à leurs besoins.
- **Les politiques sociales à destination des plus pauvres**, décidées par les élites, sont souvent déconnectées de la réalité du terrain et les services concernés travaillent en silos.
- **Pour les mères seules et au chômage, le manque de solutions adaptées** (horaires contraignants...) de **garde des enfants** est un obstacle très fort au retour à l'emploi.

→ SON IDÉE POUR LE RÉSOUDRE ?

- Changer le mode d'élaboration des programmes sociaux, afin de partir des vrais besoins :
 - **travailler directement avec les populations concernées** et identifier des leaders locaux,
 - **les intégrer au processus d'élaboration et de décision** avec les services locaux concernés.
- **Influencer les politiques publiques, au niveau local et national**, pour encourager le développement de ces pratiques et la mise en place de solutions concertées collant au terrain.
- **Développer des lieux multi-objectifs innovants** : centres sociaux pour les jeunes, ados, adultes afin de travailler sur l'ensemble des problématiques des habitants d'un quartier, crèches aux horaires décalés et extensibles, avec accompagnement des parents vers l'emploi (formation...).

SENIOR FELLOW ASHOKA 13

QUI EST-ELLE ?

BRÉSILIENNE DE MILIEU AISÉ, EXILÉE POLITIQUE EN FRANCE

DIPLÔMÉE EN SOCIOLOGIE URBAINE ET ANTHROPOLOGIE

CRÉE LE 1^{ER} CENTRE SOCIAL À CHANTELOUP-LES-VIGNES, DÉBUT DES ANNÉES 1980

SERIAL ENTREPRENEURE



SON IMPACT ET SON DÉVELOPPEMENT

→ Participation à l'instauration de nouvelles normes pour les centres sociaux → Transformation des centres de formation pour «écriveurs scolaires» et personnes en insertion → Depuis 2010, développement d'IEPC : 10 crèches créées et 90% de retour à l'emploi pour les parents chômeurs → Objectifs : à la demande du gouvernement français, participer à la création sur tout le territoire de 100 000 places de crèche sur le modèle IEPC pour les familles défavorisées.



ÉMILIE MEESEN

→ INFIRMIERS DE RUE (BELGIQUE)

L'HYGIÈNE COMME POINT D'ENTRÉE DE LA RÉINSERTION SOCIALE DES SANS-ABRI

En s'attaquant de front au tabou de l'hygiène des plus précarisés et en les responsabilisant sur leur santé, elle leur ouvre une voie de retour à la vie sociale et professionnelle.

→ À QUEL PROBLÈME S'ATTAQUE-T-ELLE ?

- 75% des sans-abri déclarent avoir des problèmes de santé en Belgique, qui en compte près de 17 000, et 28% des Bruxellois sont menacés de passer sous le seuil de pauvreté.
- Le mauvais suivi de la situation sanitaire constitue l'une des premières causes de mortalité chez les personnes précarisées.

→ SON IDÉE POUR LE RÉSOUDRE ?

- Travailler avec les sans-abri pour qu'ils reconnaissent leurs problèmes d'hygiène/santé et retrouvent estime de soi et volonté de s'occuper d'eux-mêmes.
- Proposer des formations sur les questions d'hygiène/santé à l'ensemble des acteurs impliqués auprès des sans-abri.
- Créer un « réseau local de vigilance et de suivi » autour de chaque personne repérée, permettant de fédérer et impliquer les parties présentes sur le terrain (structures médico-sociales, agents de nettoyage et sécurité, commerces, etc.).

FELLOW ASHOKA 10

QUI EST-ELLE ?

INFIRMIÈRE, SPÉCIALISÉE EN
SANTÉ COMMUNAUTAIRE

EXPÉRIENCES DANS LE MILIEU
DE LA PROSTITUTION, DE LA
TOXICOMANIE À BRUXELLES,
AVEC CRÉATION DE POSTES
INFIRMIERS

BÉNÉVOLE PUIS SALARIÉE
DANS UN CENTRE POUR SDF À
BRUXELLES

VOYAGE BEAUCOUP (MÉMOIRE
DE FIN D'ÉTUDE SUR LA « SENSI-
BILISATION À L'HYGIÈNE » AU
BURKINA FASO)

CRÉE INFIRMIERS DE RUE
EN 2006

EN SAVOIR +

www.infirmiersderue.org



SON IMPACT ET SON DÉVELOPPEMENT

- Prise en charge d'une centaine de sans-abri à Bruxelles chaque année → 70% de réussite dans la réinsertion des plus exclus en quelques mois → Succès des formations auprès des associations et services publics, et ouverture de modules à Namur, Charleroi et Liège → Ses outils de diagnostic et de suivi universels sont en cours d'adoption à l'échelle nationale (INAMI) → Intérêt d'autres villes européennes pour répliquer son modèle

ARNOUD RASKIN

→ MOBILE SCHOOLS (BELGIQUE/INTERNATIONAL)

L'ESTIME DE SOI, CLÉ D'UNE REINTEGRATION REUSSIE POUR LES ENFANTS DES RUES

Son concept éducatif novateur d'écoles mobiles permet de développer la confiance en soi des enfants vivant dans les rues et de leur donner la capacité de décider de s'en sortir. Il démultiplie ainsi l'efficacité des programmes de terrain existants.

→ À QUEL PROBLÈME S'ATTAQUE-T-IL ?

- 100 millions d'enfants dans le monde vivent dans la rue ; 90% de ceux qui intègrent un centre d'accueil le quittent dans les 48 heures (évaluation interne de 40 projets),
- Beaucoup de programmes pour les sortir de la rue échouent : sans penser que c'est à eux de vouloir se réinsérer, ils ne leur donnent pas les bons moyens pour un changement de vie radical,
- Sur le terrain, les nombreux acteurs sont souvent mal armés pour suivre les enfants, et ne prennent pas en compte les qualités développées par ces enfants dans la rue.

→ SON IDÉE POUR LE RÉSOUDRE ?

- Permettre aux enfants des rues de prendre leur futur en main en recréant leur estime de soi par la valorisation des qualités qu'ils ont acquises pour survivre (créativité, positivisme,...),
- Créer des outils éducatifs adaptés et les leur apporter dans «leur» environnement, la rue,
- S'appuyer sur les associations de terrain existantes, mieux à même de connaître le contexte, et leur transférer l'outil et la méthodologie «mobile school» faits pour faciliter le travail avec les enfants,
- Créer des systèmes d'évaluation, basés sur le contexte individuel et les éléments essentiels à la réinstauration de l'estime de soi, pour suivre les progrès de chaque enfant,
- Développer une activité commerciale, de formation et transmission des compétences de la rue (Streetwize en Belgique), pour autonomiser l'ensemble des activités



FELLOW ASHOKA 11

QUI EST-IL ?

ENGAGÉ TRÈS JEUNE DANS
LE PRINCIPAL MOUVEMENT DE
JEUNESSE BELGE

ETUDIE LE DESIGN INDUSTRIEL,
CRÉATEUR DE « L'ÉCOLE
MOBILE »

EXPÉRIMENTE UNE ASSOCIA-
TION COLOMBIENNE POUR
LES ENFANTS DES RUES

ÉTUDES COMPLÉMENTAIRES :
COOPÉRATION POUR LE
DÉVELOPPEMENT

SE CONSACRE À MOBILE
SCHOOLS DEPUIS 1998

EN SAVOIR +

www.mobileschool.org



SON IMPACT ET SON DÉVELOPPEMENT

- 31 partenaires dans 20 pays sur 4 continents → 12 000 enfants, dont 2/3 de moins de 13 ans, impactés par an → + 160% enfants touchés, dont les cas les plus compliqués ; +50 à 150% d'intégration dans des programmes d'insertion à long terme → Partenariats universitaires pour mettre au point l'évaluation → 25% d'autofinancement en un an (filiale commerciale) → Objectifs : 100% d'autofinancement à 3 ans ; consolidation des données d'impact et diffusion de la méthode.



GILLES REYDELLET

→ UNION NATIONALE DES PIMMS (FRANCE)
DES LIEUX POUR QUE TOUT LE MONDE ACCÈDE AUX SERVICES PUBLICS

Pour que l'accès aux services publics soit effectif pour tous, même les plus isolés et marginalisés, il a développé l'Union Nationale des Points Médiation MultiServices: des lieux ouverts, en zones urbaines sensibles et zones rurales, offrant orientation et accompagnement.

→ À QUEL PROBLÈME S'ATTAQUE-T-IL ?

- **15% de la population a du mal à accéder aux services publics :** problèmes de compréhension (langue, illétrisme...), complexité des démarches administratives.
- **L'ouverture des services publics à la concurrence** encourage une rationalisation économique qui défavorise les plus exclus (quartiers sensibles, zones rurales).
- **La dématérialisation des services sociaux et publics** (démarches, factures et commandes en ligne) renforce cette exclusion.

→ SON IDÉE POUR LE RÉSOUDRE ?

- **Créer des plateformes d'orientation et d'accompagnement** ouvertes à tous.
- **Pousser les entreprises** de services publics et services sociaux à **multiplier** ces plateformes sur tout le territoire.
- **Former les personnels à mieux servir** les besoins des personnes marginalisées.

SENIOR FELLOW ASHOKA 09

QUI EST-IL ?

CADRE DE LA POSTE
(RHÔNE ALPES)INTERPELLÉ PAR LES
ÉMEUTES URBAINESMIS À DISPOSITION
DEPUIS 15 ANS4 PREMIERS PIMMS :
RÉGION LYONNAISE

MARIÉ, 2 ENFANTS

(DÉSORMAIS RETRAITÉ)

EN SAVOIR +

www.pimms.org

SON IMPACT ET SON DÉVELOPPEMENT

- 1^{er} PIMMS en 1995 → Modèle de « Franchise sociale » (2004) → 2012 : 50 PIMMS franchisés → 450 000 usagers reçus chaque année et 130 000 actes de médiation « sortante »
- À inspiré le label « Relais de Service Public » → Reconnu par les Ministères de la Ville et de l'Aménagement du Territoire → 40 nouveaux PIMMS en préparation, avec l'objectif de mailler toute la France

RYADH SALLEM

→ CAP-SAAA (FRANCE)
LES HANDICAPÉS AU SERVICE DES VALIDES

Culbutant l'idée reçue selon laquelle les handicapés sont dépendants et ne peuvent rien apporter à la société, il propose : « Ne nous demandez pas ce que vous pouvez faire pour les handicapés, mais ce que les handicapés peuvent faire pour vous ! ».

→ À QUEL PROBLÈME S'ATTAQUE-T-IL ?

- Les personnes handicapées sont vues comme **incapables et dépendantes**.
- **Le monde du handicap culpabilise les valides** et souvent se concentre sur la revendication de droits.
- **Le clivage valides / handicapés est négatif** pour l'ensemble de la société, notamment dans le domaine du sport.

→ SON IDÉE POUR LE RÉSOUDRE ?

- **Valoriser les personnes handicapées** comme acteurs de changement et modèles positifs.
- **Utiliser le handicap comme outil de prévention des comportements à risques, vis-à-vis des jeunes** : « Cap-classes » menées en CM2 par des handicapés.
- **Intégrer les valides dans le monde des handicapés** (au lieu de l'inverse) grâce à des événements ludiques et au sport.



FELLOW ASHOKA 06

QUI EST-IL ?

NÉ HANDICAPÉ, EN TUNISIE

CURSUS SCOLAIRE EN INSTITUTIONS SPÉCIALISÉES EN FRANCE

MARQUÉ PAR LA SÉGRÉGATION IMPOSÉE AUX HANDICAPÉS

HYPERACTIF, « SAUVÉ »
PAR LE SPORTCHAMPION DE BASKET
EN FAUTEUIL«SERIAL» ENTREPRENEUR
SOCIAL

EN SAVOIR +

www.capsaaa.net

SON IMPACT ET SON DÉVELOPPEMENT

- En 2008, 6000 enfants ont suivi des « Cap-classes » → 5 antennes en métropole et 4 dans les DOM-TOM → Le « Défestival » réunit chaque année 10 000 personnes à Paris (extension en Belgique, aux États-Unis) : « Venez avec vos différences, repartez avec vos ressemblances ! »
- **Intégration de personnes valides** dans les équipes de France de basket-fauteuil.



CHARLES-EDOUARD VINCENT

→ EMMAÜS DÉFI (FRANCE)

POUR RÉINSERER LES SANS-ABRI : UN CADRE INEDIT DE TRAVAIL À DOSE ADAPTEE ET UN ACCOMPAGNEMENT GLOBAL

Grâce à un système très flexible, il propose un cadre de travail adapté aux capacités et besoins de chaque personne vivant à la rue, notamment en termes d'horaires (à partir de 1 à 2 heures par semaine). Objectif: leur redonner confiance en soi, et les aider ensuite à surmonter l'ensemble de leurs difficultés.

→ À QUEL PROBLÈME S'ATTAQUE-T-IL ?

- 150 000 sans-abri en France, 3,6 millions de personnes en « précarité de logement »
- 70% des sans-abri sont sans travail et chacun accumule des difficultés simultanées

- **Cercle vicieux de l'exclusion sociale et professionnelle** (perte de repères, problèmes d'hygiène/santé, difficultés face aux questions administratives...)

- **Barrières à l'emploi élevées et solutions proposées insuffisantes** (horaires contraignants - contrats de 24h/semaine, difficultés d'organisation pour les entreprises d'insertion)

- **Système d'action sociale, en silo, n'arrive pas à traiter de manière coordonnée l'ensemble des problèmes de chacun** (emploi, santé, addictions, logement...)

→ SON IDÉE POUR LE RÉSOUDRE ?

- Utiliser en priorité le levier du travail, comme moteur d'insertion plutôt que d'attendre la résolution des autres problèmes
- Proposer un cadre de travail adapté à chacun :

- une offre d'emploi « à l'heure » avec une progression en fonction des possibilités
- besoins des activités utiles à l'ensemble des personnes en précarité (bric-à-brac, vente de forfaits téléphoniques adaptés, prêts d'équipements...)

- **Accompagnement global via la coordination des intervenants sociaux** : réseaux de maraude, acteurs de l'aide au logement/santé/addictions...

- **Créer et partager avec ces intervenants de nouveaux outils de suivi individuel**

SON IMPACT ET SON DÉVELOPPEMENT

→ 100 emplois en insertion créés → 2 Bric à brac à Paris → 80% des SDF embauchés à l'heure signent en fine un contrat de 24h/semaine → Partenariat avec la Mairie de Paris pour répliquer le modèle de travail à l'heure → 2012 : 1^{re} « banque solidaire de l'équipement » et extension de l'offre de téléphonie solidaire → Objectif : 10 Bric à brac à Paris d'ici 2017 ; développement sur toute la France ; « protocole global » pour les SDF avec tous les Ministères concernés.

MARIE-NOËLLE BESANÇON

→ LES INVITÉS AU FESTIN (IAF) (FRANCE)

UNE RÉHABILITATION SOCIALE DURABLE POUR LES MALADES PSYCHIQUES

Psychiatre, elle crée le chaînon manquant entre la psychiatrie et la société en développant des structures légères non médicalisées, qui permettent la réhabilitation psychosociale des personnes souffrant de troubles psychiques et sociaux, et un changement du regard de la société.

→ À QUEL PROBLÈME S'ATTAQUE-T-ELLE ?

- Des centaines de milliers de malades mentaux subissent la discrimination, l'ostracisme, et sont stigmatisés.

- L'**exclusion sociale** des personnes souffrant de troubles psychiques et du comportement renforce leurs problèmes.

- Les **moyens financiers et humains** de la psychiatrie diminuent (1000 psychiatres manquent dans les hôpitaux, baisse du nombre de lits et des durées d'hospitalisation).

- La **prise en charge** est à la fois insuffisante et inadaptée.

→ SON IDÉE POUR LE RÉSOUDRE ?

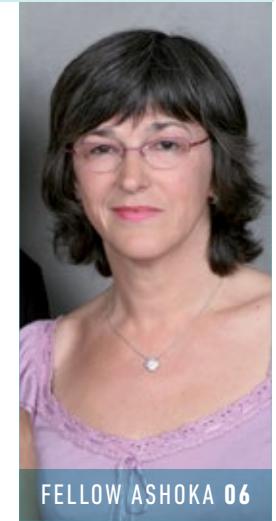
- Développer la **psychiatrie citoyenne** en recréant un pont entre les personnes fragiles psychologiquement et la communauté de citoyens.

- Développer des **structures légères** non médicalisées : lieux d'accueil et de vie axés sur la réhabilitation psychosociale et la « réinclusion ».

- Instaurer une relation égalitaire entre personnes saines et personnes malades.

- Permettre une prise en charge moins onéreuse et plus efficace.

- Responsabiliser et faire changer le regard de la société sur les malades psychiques : sensibilisation, diffusion d'informations.



FELLOW ASHOKA 06

QUI EST-ELLE ?

MÉDECIN-PSYCHIATRE

TRAUMATISÉE PAR LES PRATIQUES QU'ELLE A VUES DANS LES HÔPITAUX

AUTEUR DE : « LES SOINS EN PSYCHIATRIE, UNE AFFAIRE CITOYENNE » (2011); « ARRÊTONS DE MARCHER SUR LA TÊTE ! POUR UNE PSYCHIATRIE CITOYENNE » (2009); « ON DIT QU'ils SONT FOUS, JE VIS AVEC EUX ! » (2006);

AVEC SON MARI, FORME UN TANDEM DE CHOC À LA TÊTE D'IAF

EN SAVOIR +

www.lesinvitesaufestin.fr

www.iaf-reseau.com



SON IMPACT ET SON DÉVELOPPEMENT

→ Une structure pilote a permis de vérifier la diminution des crises chez les personnes hébergées, et l'amélioration de leur bien-être → Économie réalisée de 2000 journées d'hôpital / an, soit 750 k€ → La consommation de médicaments baisse également → Objectifs : développement en cours d'un réseau de 10 structures « lieux d'accueil et de vie » en France et à l'international (Belgique, Rwanda...) Crédit : création d'une 2^e maison et 3 lieux d'accueils de jour → À partir du 1^{er} janvier 2014, ouverture d'un nouveau service d'accompagnement à domicile → Crédit : création d'une fondation familiale abritée sous Caritas France pour lever des fonds. → Les IAF sont co-fondatrices du Mouvement international citoyenneté santé mentale, et de l'Association régionale pour la psychiatrie citoyenne.



INGRID DE JONGHE

→ TEJO (BELGIQUE)

LE MAILLON MANQUANT POUR AIDER LES JEUNES EN SOUFFRANCE PSYCHOLOGIQUE À SORTIR PAR LE HAUT

Face à la souffrance psychologique des jeunes qui augmente et reste insuffisamment soignée, Tejo offre des lieux d'accueil peu chers, professionnels et adaptés aux besoins, où des thérapeutes (et autres professionnels, juristes notamment) bénévoles les aident à gérer leurs problèmes et retrouver un bon équilibre.

→ À QUEL PROBLÈME S'ATTAQUE-T-ELLE ?

- Le nombre de jeunes ayant des problèmes psychologiques a augmenté de 36% ces dix dernières années,
- Les mineurs ayant des problèmes trouvent difficilement un soutien professionnel : délais de rendez-vous dissuasifs (1 à 2 ans) ; pas de consultation sans l'accord d'un parent, ce qui les bloque souvent,
- L'offre de thérapie reste réservée aux cas très lourds (**schizophrénie, paranoïa...**), laissant de côté les cas plus légers au risque qu'ils s'aggravent.

→ SON IDÉE POUR LE RÉSOUDRE ?

- Proposer des lieux ouverts, agréables, faciles d'accès pour les jeunes et où leur anonymat est préservé : en centre-ville, sans rendez-vous, horaires adaptés (soir, week-end), rapidité à être reçu,
- Offrir un service gratuit et de qualité : sessions individuelles et sessions de discussion en groupe, disponibilité des thérapeutes, recherche de solutions,
- Créer un réseau de thérapeutes professionnels, bénévoles engagés sur la durée (**un an minimum**), qui reçoivent une formation spécifique de Tejo,
- Fonctionner sur le mode « laboratoire » en favorisant les échanges et la discussion autour des différentes thérapies, ainsi que l'innovation.

FELLOW ASHOKA 12

QUI EST-ELLE ?

AVOCATE SPÉCIALISÉE AUPRÈS DES MINEURS, ÉTUDES DE PÉDAGOGIE ET PSYCHOLOGIE

À FAIT ÉVOLUER LA JUSTICE DES MINEURS EN FLANDRE (CRÉATION DE « YOUTH LAWYERS »)

À 40 ANS, OBTIENT UN DIPLOÔME DE THÉRAPIE COMPORTEMENTALE

MARIÉE, 4 ENFANTS

EN SAVOIR +

www.tejo.be

SON IMPACT ET SON DÉVELOPPEMENT

→ 1^{er} Centre : ouvert à Anvers en 2010 → Près de 1000 jeunes accompagnés depuis → 80 bénévoles engagés, dont 60 thérapeutes → Réseaux de « prescripteurs » (écoles, clubs sportifs, travailleurs sociaux, avocats, etc.) → Objectif : réPLICATION dans 4 villes flamandes, puis dans le reste de l'Europe...

BÉNÉDICTE DÉFONTAINES

→ RÉSEAU ALOÏS (FRANCE)

TRROUBLES DE LA MÉMOIRE : L'ACCÈS À UN DIAGNOSTIC PRÉCOCE

Face à l'engorgement des hôpitaux spécialisés dans les maladies cognitives, et pour démocratiser l'accès à un diagnostic précoce, rapide, gratuit et à une prise en charge efficace, Bénédicte met en place un réseau « de ville » en lien avec les hôpitaux et les centres experts, et intégrant toutes les parties prenantes - généralistes, spécialistes, neuropsychologues, paramédicaux, travailleurs sociaux, familles...

→ À QUEL PROBLÈME S'ATTAQUE-T-ELLE ?

- En France, 1 cas sur 2 n'est pas diagnostiqué (1 million de malades, 225 000 nouveaux cas/an)
- Le système de santé en matière de troubles des fonctions cognitives est au bord de l'explosion:

• Hôpitaux engorgés à cause de l'obligation de passer par eux : 24 mois en moyenne pour accéder à un diagnostic alors que plus le traitement commence tôt, mieux il retarde les effets de la maladie, anticipe les complications de la dépendance, et permet au patient de s'organiser....

- Nombre insuffisant de neurologues : 1 pour 30 000 habitants ;
- Professionnels de la santé pas ou mal formés et travaillant en silos, ce qui entraîne une détection insuffisante des premiers symptômes ;
- Populations oubliées : habitants de zones rurales, immigrés parlant mal la langue/illettrés

- La recherche médicale sur les pathologies est limitée par le manque de patients détectés à un stade précoce.

→ SON IDÉE POUR LE RÉSOUDRE ?

- Mettre en place la première chaîne intégrée pour la détection et la prise en charge précoce, en ambulatoire, offrant un diagnostic rapide (2 à 4 mois), à un stade encore léger de la maladie, et accessible à tous
- Décliner tous les outils (diagnostic et traitement), afin de toucher tout type de population (ex : images pour les illettrés)
- Proposer un accompagnement adapté au malade, en collaboration avec les professionnels, les hôpitaux et centres experts, et la famille: suivi psychologique, ateliers cognitifs, ateliers d'aide aux aidants...
- Intégrer plus de patients à des protocoles expérimentaux, notamment ceux de la ville (Aloïs), afin de faire avancer la recherche sur ces maladies.

SON IMPACT ET SON DÉVELOPPEMENT

→ Implanté dans deux départements (75 et 92) et extension en cours dans toute l'Île-de-France → 2/3 des 170 neurologues libéraux d'Ile-de-France sont membres du réseau Aloïs → 6 500 patients diagnostiqués (majorité Alzheimer)

→ Coût estimé par patient : divisé par deux par rapport à l'hôpital → Base de 3000 aidants → Programmes de suivi pour les patients et les familles, dont « PLAACE 93 » pour les patients et aidants issus de l'immigration → Participation à la recherche médicale : nombre d'inclusions de patients multiplié par 3 dans certains protocoles en IDF → Ses objectifs : développement en France, via la télémédecine dans certaines régions, et partenariats européens.



FELLOW ASHOKA 13

QUI EST-ELLE ?

NEUROLOGUE HOSPITALIER PENDANT 15 ANS / CHEF DE CLINIQUE, PH

ÉCHOUÉ À TRANSFORMER LA CONSULTATION MÉMOIRE DE L'HÔPITAL SAINT-JOSEPH

QUITTE L'HÔPITAL POUR CRÉER RÉSEAU ALOÏS

MÈRE DE 2 ENFANTS

EN SAVOIR +

www.reseau-memoire-alois.fr



MARIE-DOMINIQUE GENOUD-CHAMPEAUX

→ AS'TRAME (SUISSE)

PERMETTRE AUX ENFANTS ET À LEURS FAMILLES DE REBONDIR APRÈS UNE RUPTURE

Divorce, décès, maladie grave d'un proche, toute rupture de liens doit être abordée comme un événement à surmonter, non comme une maladie à traiter avec des médicaments. Sa solution, simple et efficace, permet de prévenir les séquelles ou au moins de les atténuer.

→ À QUEL PROBLÈME S'ATTAQUE-T-ELLE ?

- Les traumatismes de la vie donnent trop souvent lieu à la prescription de médicaments et à l'isolement (tête à tête avec le médecin/psychiatre/psychologue).
- Ces réponses sont tardives (symptômes cristallisés), généralement longues et coûteuses, pas assez ciblées sur la rupture et ses conséquences.
- Beaucoup de personnes, familles ou professionnels, négligent ou banalisent les premières manifestations de souffrance (« ça passera... »).
- Les professionnels en première ligne sont insuffisamment conscients de l'impact déterminant qu'ont leurs interventions sur les processus de réparation des familles.

→ SON IDÉE POUR LE RÉSOUDRE ?

- Intervenir « à temps », avant que les symptômes ne soient durablement installés et deviennent gênants.
- Proposer des « Parcours de reliance » ciblés sur la rupture, courts et accessibles à tous, permettant aux participants de penser la reconstruction de leur univers en intégrant les pertes provoquées par la rupture.
- Favoriser le « travail de groupe », où chacun relativise ses problèmes, apprend des autres, partage et se sent normal.
- Former les professionnels pour apprendre à favoriser le travail de deuil et de récupération des familles à travers leurs interventions.

FELLOW ASHOKA 07

QUI EST-ELLE ?

GRAPHISTE ET MÈRE AU FOYER,
ENGAGÉE DANS L'HUMANITAIRE

CONFRONTÉE AUX DIFFICULTÉS PSYCHOLOGIQUES
ET RELATIONNELLES D'ENFANTS
ADOPTÉS

REPREND DES ÉTUDES EN
TRAVAIL SOCIAL ET EN THÉRAPIE,
ET CONÇOIT SON PROJET

EN SAVOIR +

www.astrame.ch



SON IMPACT ET SON DÉVELOPPEMENT

→ 2000 personnes ont suivi un « parcours de reliance », dont plusieurs études ont validé les résultats → Les financements, publics et privés, permettent d'accueillir des familles très modestes → 5 Centres ont ouvert en Suisse, 1 est en projet en France → Plus de 2 000 professionnels ont déjà suivi la formation As'trame → Mise en place en 2010 du projet A.D.E. (As'trame Département Entreprises) à destination des entreprises

GENEVIÈVE MOREAU

→ SIIN (BELGIQUE/FRANCE)

METTRE À LA PORTÉE DE TOUS UNE NUTRITION INTELLIGENTE/RAISONNÉE, ASSURANT UNE PLANÈTE ET UNE HUMANITÉ SAINES !

Médecin-nutritionniste, elle rend accessible au plus grand nombre une méthode raisonnée pour se nourrir, qui prend en compte la globalité des facteurs et leur impact sur notre planète.

→ À QUEL PROBLÈME S'ATTAQUE-T-ELLE ?

- Les maladies chroniques liées aux modes de vie sont en hausse constante (diabète, obésité, allergies, etc.) notamment dans les pays développés,
- Un véritable appauvrissement nutritionnel est constaté par les experts,
- Le lien fait par le public entre santé et nutrition tient insuffisamment compte de l'impact négatif sur l'environnement de certains facteurs de production et de transport,
- L'information sur la nourriture et sa production reste complexe et inintelligible pour les non spécialistes.

→ SON IDÉE POUR LE RÉSOUDRE ?

- Avoir une approche globale: regrouper tout ce qui existe en matière de nourriture saine et raisonnable dans un guide de référence, créé sous la houlette d'un collège de scientifiques, et le décliner de manière pratique pour les différents publics,
- Engager la totalité de la chaîne des acteurs et transformer leurs pratiques - des agriculteurs aux consommateurs en commençant par les restaurateurs, médecins, pharmaciens, agro-industriels...
- Créer un label « Intelligent Nutrition » (IN) et mener des actions de communication de grande envergure et de formation du grand public (émissions TV, livres de recettes, conférences, e-learning...).



FELLOW ASHOKA 12

QUI EST-ELLE ?

PASSIONNÉE DE GYMNASTIQUE

MÉDECIN GÉNÉRALISTE

EXPERTE EN NUTRITION ET
PRATICIENNE

3 ENFANTS

EN SAVOIR +

www.siin-nutrition.com



SON IMPACT ET SON DÉVELOPPEMENT

→ Label « IN » créé en 2010 → En 2 ans, 350 cuisiniers formés, 500 000 repas réalisés selon les principes IN → 300 médecins et pharmaciens formés → Nombreux partenariats (industriels, chaînes de restaurants...) → Lancement en 2012 d'un site internet spécialisé → Objectif : développement européen



JEAN-LOUP MOUYSSET

→ RESSOURCE (FRANCE)

RENFORCER LE TAUX DE GUÉRISON/NON RÉCIDIVE EN RENDANT LE MALADE ACTEUR DE SON TRAITEMENT ET EN LUI PROPOSANT UNE OFFRE GLOBALE DE SOINS

Médecin-oncologue, il teste un lieu d'accompagnement et de soins offrant au malade un programme personnalisé, complet et cohérent pour s'autonomiser et combattre au mieux la maladie.

→ À QUEL PROBLÈME S'ATTAQUE-T-IL ?

- Le cancer reste la première cause de mortalité en France : il tue 400 personnes par jour et 370 000 sont touchées chaque année.
 - Les conséquences psychologiques, sociales et existentielles, sur le patient, de l'annonce de la maladie et de sa prise en charge sont insuffisamment prises en compte par le système médico-hospitalier.
 - De nombreuses études démontrent pourtant l'impact d'une approche globale et élargie des soins, exemple : durée de survie multipliée par 2 grâce à un soutien psychologique adéquat, selon le Professeur Spiegel, spécialiste américain à l'Université de Stanford.
- SON IDÉE POUR LE RÉSOUDRE ?**
- Montrer à chaque malade qu'il/elle est une personne à part entière et singulière, et lui redonner un rôle clé dans son traitement.
 - Intégrer aux soins médicaux conventionnels un programme d'accompagnement alliant soutien psychologique en groupe, éducation thérapeutique, aide psycho-sociale et soins de bien-être.
 - Créer un lieu de Vie (et non de Survie) accessibles à tous où les malades, anciens malades, entourage, volontaires... sont tous engagés ensemble et solidairement dans la vie du Centre (et son financement) : les malades ne sont plus stigmatisés, retrouvent une identité familiale et sociale et même une réinsertion socioprofessionnelle.

FELLOW ASHOKA 10

QUI EST-IL ?

ANIMATEUR DE CAMPUS DE VACANCES DANS SA JEUNESSE

A 18 ANS, CHOISIT LA MÉDECINE PLUTÔT QUE LA PRÉTRISE

MÉDECIN-ONCOLOGUE, IL CRÉE LE 1^{ER} CENTRE D'ACCOMPAGNEMENT THÉRAPEUTIQUE EN FRANCE, OFFRANT AUX PERSONNES MALADES ET LEUR ENTOURAGE UN PROGRAMME PERSONNALISÉ

INTERNE AUX USA : SERVICE DU PR DAVID SPIEGEL, LEADER MONDIAL DE L'ONCOPSYCHOLOGIE, STANFORD UNIVERSITY

MARIÉ, 2 ENFANTS

EN SAVOIR +

www.association-ressource.org
Livre édité sept 2012 par l'Association Ressource: «Vivre Aujourd'hui, penser demain»

SON IMPACT ET SON DÉVELOPPEMENT

- En 2 ans, plus de 250 personnes engagées dans le programme d'Accompagnement Thérapeutique PPACT Ressource®
- plus de 300 participations aux activités du Centre par semaine → plus de 600 adhérents → création de soutiens spécifiques à l'entourage familial (adultes et enfants) → Ressource devient une référence citée par tous les médias (Journal TV 20 H « Grand Format » F2, 20H TF1, FR3, Télématin, Envoyé Spécial, Le Monde...) et plébiscitée par les patients qui sont les meilleurs ambassadeurs du Centre Ressource → Organisation de 3 colloques internationaux en 2008, 2009, 2012 avec réalisation de DVDs et livres. Organisation de la 1^{ère} manifestation de soutien aux personnes atteintes de cancer (« la Foulée Ressource », octobre 2013).

JEAN-MICHEL RICARD

→ GROUPE S.I.E.L BLEU (FRANCE)

DONNER « DE LA VIE AUX ANNÉES », PAR UNE PRÉVENTION FAITE D'ACTIVITÉS PHYSIQUES ADAPTÉES

Le progrès a « ajouté des années à la vie », mais nombre de personnes n'en profitent pas ou mal. Afin d'améliorer le lien social, prévenir certaines maladies la perte d'autonomie des personnes âgées, des personnes en situation de handicap et/ou atteintes de maladies chroniques et des proches aidants, le Groupe Associatif Siel Bleu propose des activités physiques adaptées. Objectif : l'Activité Physique Adaptée (APA) - un outil de prévention universelle au service de la santé durable et du bien commun.

→ À QUEL PROBLÈME S'ATTAQUE LE GROUPE ASSOCIATIF SIEL BLEU ?

- À la prise en compte non adaptée de la santé des personnes fragilisées (personnes âgées, personnes en situation de handicap, personnes atteintes de maladies chroniques et des proches aidants) dans notre société
- À l'augmentation exponentielle des dépenses de santé
- À la non prise en compte de la prévention opérationnelle dans la vision politique de la santé en France

→ L'IDÉE DU GROUPE ASSOCIATIF SIEL BLEU POUR RÉSOUDRE LE PROBLÈME ?

- Faire de l'Activité Physique Adaptée (APA) un outil de prévention universelle
- Faire de l'APA une nouvelle voie thérapeutique du futur, accessible financièrement et géographiquement à tous
- Faire reconnaître l'APA comme une offre thérapeutique non médicamenteuse
- Faire prescrire l'APA par le corps médical



FELLOW ASHOKA 06

QUI EST-IL ?

DEVISE FAMILIALE: « DONNER PLUS QU'ON NE REÇOIT »

DIPLÔME DE PROFESSEUR D'ÉDUCATION PHYSIQUE

S'ESTIME PRIVILÉGIÉ DE VIVRE UNE EXTRAORDINAIRE AVENTURE HUMAINE COLLECTIVE

EN SAVOIR +

www.sielbleu.org

SON IMPACT ET SON DÉVELOPPEMENT

- Le Groupe Associatif Siel Bleu (350 salariés) intervient dans plus de 3500 lieux d'intervention chaque semaine : 70 000 personnes concernées → A initié un diplôme universitaire spécialisé (DEUSR) en 2000 → Sa filiale, Siel Bleu au Travail, propose des activités physiques en entreprise et l'intégralité des bénéfices de ces actions est reversée à la mission associative de Siel Bleu aux personnes les plus fragilisées. → Le groupe associatif développe la « prévention par l'activité physique adaptée tout au long de la vie ». → Présence en France, Belgique, Irlande, Espagne.



ANNE ROOS-WEIL

→ PESINET (FRANCE / MALI/BURKINA FASO)

PRÉVENIR, DÉTECTOR ET TRAITER RAPIDEMENT LES MALADIES BÉNIGNES, CAUSES PRINCIPALES DE MORTALITÉ INFANTILE ET MATERNELLE EN AFRIQUE SUB-SAHARIENNE

En conjuguant micro-assurance, technologies mobiles et travail de proximité d'agents de pesée, elle fait entrer la santé au cœur des familles et facilite un accès précoce aux soins.

→ À QUEL PROBLÈME S'ATTAQUE-T-ELLE ?

- En Afrique sub-saharienne, près d'**1 enfant sur 6 meurt avant ses 5 ans** :
- **le traitement des maladies infectieuses bénignes intervient trop tardivement** - pneumonie, diarrhée, paludisme, etc. sont à l'origine de 60% des décès infantiles
- **pour des raisons culturelles et financières**, le réseau de centres de santé locaux existant est très peu fréquenté par les populations.

→ SON IDÉE POUR LE RÉSOUDRE ?

- Créer un service de santé à bas coût permettant :

- la collecte régulière à domicile de données sanitaires clés (poids, température, diarrhée...) par des agents de pesée et une sensibilisation des familles aux bonnes pratiques,
- la transmission au médecin du centre de santé local par une **technologie mobile dédiée**,
- la détection et la **prise en charge médicale rapide** en cas de besoin
- un accès facilité aux soins via des réductions sur les frais médicaux.
- **Rendre le service abordable pour les familles** tout en assurant l'autonomie financière des programmes locaux, grâce au paiement d'un abonnement mensuel par les bénéficiaires.

FELLOW ASHOKA 10

QUI EST-ELLE ?

PASSIONNÉE DES QUESTIONS
DE SANTÉ PUBLIQUE ET
D'ENTREPRENEURIAT
SOCIAL

DIPLÔMÉE DE SCIENCES-PO
ET DE L'ESSEC

A SILLONNÉ À PIED DES BOUTS
DE CONTINENTS À LA REN-
CONTRE DE LEURS HABITANTS

SON PROJET REMPORTÉ LA
FINALE EUROPÉENNE DE LA
GLOBAL SOCIAL VENTURE
COMPETITION 2009 DE L'UNI-
VERSITÉ DE BERKLEY

EN SAVOIR +

www.pesinet.org



SON IMPACT ET SON DÉVELOPPEMENT

→ Au Mali : **4 quartiers d'intervention** en Commune 3 de Bamako, **plus de 1000 abonnés** au service → **94% des familles satisfaites** par le service ; un **recours aux soins multiplié par 3** parmi les abonnés ; extension dans une nouvelle Commune de Bamako prévue en 2014. → Au Burkina Faso : un premier projet lancé dans **2 quartiers des zones péri-urbaines de Ouagadougou** en septembre 2013 ; objectif : suivre plus de **3000 enfants** d'ici fin 2015.

GUILHEM CHÉRON

→ LA RUCHE QUI DIT OUI (FRANCE)

L'ALIMENTATION RESPONSABLE POUR TOUS, CLÉ DE NOUVEAUX RAPPORTS SOCIAUX

Pour permettre à tous les consommateurs d'accéder aux produits bio/raisonnés tout en assurant aux petits producteurs locaux un revenu correct, il crée sur toute la France un réseau professionnalisé de « ruches ». Appuyé par un outil internet puissant, il optimise la gestion tout en favorisant la rencontre entre consommateurs et producteurs.

→ À QUEL PROBLÈME S'ATTAQUE-T-IL ?

- **L'activité des petits producteurs qui ont une démarche durable** n'est guère viable : la grande distribution ne leur verse que 40% du prix de vente
- **L'agriculture française, très industrialisée** - monoculture, utilisation massive d'intrants chimiques - atteint ses limites en termes économiques, écologiques et d'image.
- **85% des agriculteurs sont près de la retraite** (>55 ans), et les jeunes prêts à faire de l'agriculture durable/bio craignent de ne pas pouvoir en vivre.
- **70% des consommateurs** disent vouloir consommer local et bio, mais ne pas y avoir accès
- **Les circuits alternatifs de distribution s'adressent plus aux militants** qu'au grand public et/ou pratiquent des prix dissuasifs

→ SON IDÉE POUR LE RÉSOUDRE ?

- **Faciliter le dialogue et la confiance entre producteurs et consommateurs** grâce à un réseau de « ruches », lieux virtuels et réels pour la vente directe de produits locaux
- **Adopter une logique grand public et créer un modèle économique viable pour les petits producteurs**

- **proposer un catalogue complet** : fruits et légumes, épicerie, produits laitiers, boucherie...
- **reverser 80% du prix de vente aux producteurs**,
- Rendre le système attractif, accessible, équitable et efficace via une plateforme internet : catalogue et achats en ligne (récupérés ensuite à la « ruche »), logistique optimisée, partage des bonnes pratiques...
- **Mobiliser des entrepreneurs** pour créer et développer les ruches



FELLOW ASHOKA 13

QUI EST-IL ?

DESIGNER INDUSTRIEL

PASSIONNÉ PAR LES PROBLÉMATIQUES AUTOUR DE LA NOURRITURE/CUISINE

CRÉÉ LA RUCHE QUI DIT OUI
EN 2011, DANS L'INCUBATEUR
ADVANCIA

EN SAVOIR +

www.laruchequiditou.fr



SON IMPACT ET SON DÉVELOPPEMENT

→ 300 ruches actives en 18 mois, sur tout le territoire → 140 000 souscripteurs, dont 35 000 clients réguliers → Crédit d'une nouvelle profession : entrepreneur de « ruche » → Développement en cours : Italie, Espagne, Belgique



JÉRÔME DECONINCK

→ TERRE DE LIENS (FRANCE)

L'INVESTISSEMENT SOLIDAIRE AU SERVICE DE LA PETITE AGRICULTURE BIO

Il mobilise l'investissement solidaire pour permettre l'installation d'agriculteurs créant des petites exploitations biologiques. Son but: maintenir une agriculture à taille humaine pour redynamiser la vie sociale des zones rurales.

→ À QUEL PROBLÈME S'ATTAQUE-T-IL ?

- **Urbanisation et industrialisation** induisent la spéculation foncière (en Picardie: prix multipliés par 5 en 5 ans).
- **66 000 hectares de terres agricoles disparaissent** par an (170 ha/jour).
- **La désertification menace de vastes zones rurales** (600 000 exploitations en 1950, 150 000 en 2020, selon la tendance actuelle).
- **Les jeunes ont beaucoup de mal à s'installer**: 85% des terres entre les mains d'agriculteurs de plus de 55 ans et groupes agro-industriels, difficultés de financement...
- **Les banques soutiennent peu les projets de fermes biologiques** alors que la production reste sous-développée en France.

→ SON IDÉE POUR LE RÉSOUDRE ?

- **Imposer un nouveau type de développement rural**: renouveler les agriculteurs, préserver les paysages / écosystèmes, faire coexister agro-industrie et agriculture bio.
- **Créer un outil financier** pour l'investissement solidaire dans des projets viables d'agriculture bio.
- **Acquérir des terres agricoles** et les sortir du marché spéculatif.
- **Accompagner des petits porteurs de projets** d'agriculture biologique.
- **Mobiliser les acteurs et habitants des zones rurales** dans un effort coordonné.
- **Développer la consommation** de produits biologiques.

FELLOW ASHOKA 08

QUI EST-IL ?

NÉ ET ÉDUQUÉ À LYON

INGÉNIEUR AGRONOME

ENGAGÉ DANS LES MOUVEMENTS
POUR LA RURALITÉ

ÉTUDE LES DIFFÉRENTS
MODÈLES D'AGRICULTURE
BIOLOGIQUE EN EUROPE

VIT AUJOURD'HUI DANS UN
VILLAGE DE LA DRÔME

EN SAVOIR +

www.terredeliens.org

SON IMPACT ET SON DÉVELOPPEMENT

- Foncière Terre de Liens créée en 2007 : capital 15 millions €, + de 5200 actionnaires → Fonds Terre de Liens lancé en novembre 2009 : collecte de dons et legs → + de 200 porteurs de projet accompagnés et 70 fermes acquises → Réseau Terre de Liens : 18 associations régionales maillant le territoire → 600 organismes du secteur mis en collaboration → Depuis 2003 : 10 000 citoyens mobilisés dans le mouvement, plus de 32 millions d'€ mobilisés pour des acquisitions, 150 agriculteurs installés, + de 100 fermes acquises, + de 2000 ha dédiés à l'agriculture biologique paysanne, + de 500 candidats conseillés chaque année
- 58. → Depuis Mai 2013, reconnaissance d'utilité publique et création d'une Fondation

ROBERTO EPPLER

→ EUROPEAN RIVERS NETWORK (FRANCE /EUROPE)

SAUVEGARDER LES FLEUVES D'EUROPE ET ASSURER LA PÉRENNITÉ D'UNE RESSOURCE RARE, L'EAU

Il a lancé un «Parlement des fleuves européens», après avoir été, au début des années 1990, l'un des grands artisans de la campagne qui a permis de préserver la Loire, dernier fleuve sauvage d'Europe, d'un vaste programme de barrages.

→ À QUEL PROBLÈME S'ATTAQUE-T-IL ?

- **En Europe, 70% des fleuves, lacs et nappes phréatiques** sont menacés à l'horizon 2015, en raison de leur surexploitation.
- **Le réchauffement climatique ne fait que renforcer cette menace**, surtout dans les régions du Sud.
- **La concertation** entre les pays européens, et au-delà, **reste très insuffisante**.

→ SON IDÉE POUR LE RÉSOUDRE ?

- **Rassembler dans un réseau les principales associations** de gestion / réservation des fleuves européens.
- **Appréhender chaque bassin fluvial** de la source à l'embouchure en insufflant solidarité et concertation.
- **Faire du benchmarking constant** afin de diffuser les meilleures idées / innovations.
- **Organiser un grand événement européen** et populaire en faveur des fleuves (« BIG JUMP »).
- **Mener une action spécifique dans les régions du Sud**, plus menacées de pénurie...



SENIOR FELLOW ASHOKA 07

QUI EST-IL ?

NÉ EN SUISSE AU BORD DU RHIN

HABITE LE PUY, DANS LA LOIRE

DE L'INDUSTRIE TEXTILE ET
CHIMIQUE... À LA PRODUCTION
DE DOCUMENTAIRES
SUR L'ENVIRONNEMENT

VICTOIRE DU PROJET
« LOIRE VIVANTE »

SOLlicité DANS TOUTE L'EUROPE

IL ÉLARGIT SON APPROCHE AU
BASSIN MÉDiterranéen

EN SAVOIR +

www.rivernet.org

SON IMPACT ET SON DÉVELOPPEMENT

- 50 organisations sont membres du réseau ERN (European Rivers Network) → Un site internet recense tous les travaux, bonnes pratiques, etc. → 3 « Big Jumps » ont déjà vu des centaines de milliers d'europeens sauter dans leurs fleuves → L'association Aquanet mène, dans les zones touristiques et agricoles méridionales, des actions telles que : labellisation des hôtels économies en eau...





FELLOW ASHOKA 11

QUI EST-ELLE ?

DIPLÔMÉE DE BIOCHIMIE ET DE TOXICOLOGIE DE L'ENVIRONNEMENT

DÉBUTE SA CARRIÈRE DANS L'INDUSTRIE (LABORATOIRE DE MICRO-BIOLOGIE)

MAMAN DE 3 ENFANTS,
EXPÉRIMENTE AVEC EUX

CRÉE L'ASSOCIATION AME POUR DIFFUSER L'ÉCOLOGIE

EN SAVOIR +

www.am-environnement.org



CLAIRE ESCRIVA

→ AME | ATELIER MÉDITERRANÉEN DE L'ENVIRONNEMENT (FRANCE)
ACCÉLÉRER L'INTÉGRATION D'UNE ÉCOLOGIE PRATIQUE DANS LE MONDE DE LA PETITE ENFANCE

C'est dès le très jeune âge qu'elle sensibilise les enfants au développement durable, en proposant des « écolo-crèches » où l'appréhension du monde, très nouvelle en France, est basée sur l'expérimentation et le contact direct avec les éléments naturels.

→ À QUEL PROBLÈME S'ATTAQUE-T-ELLE ?

- Lancée en 2007, l'éducation au développement durable touche quelques milliers d'élèves (sur 12 millions) et concerne surtout les enfants à partir du primaire,
- Sur les 700 associations qui font de l'éducation à l'environnement, une partie cible les enfants mais seulement à partir de 6 ans et souvent de façon très ponctuelle,
- Si 91% des français connaissent le développement durable, les 2/3 disent avoir besoin d'exemples et d'une meilleure pédagogie pour agir concrètement,
- 1% des entreprises françaises sont certifiées « management environnemental » (norme ISO 14001) ; 0,01% des communes mettent le développement durable au centre de l'action (démarche Agenda 21) ; 1% des crèches ont une démarche écologique globale.

→ SON IDÉE POUR LE RÉSOUDRE ?

- Donner aux très jeunes enfants, ces « citoyens de demain », les clés pour apprêter les enjeux du développement (changement climatique, biodiversité, consommation...),
- Les rendre acteurs - expérimentation directe, mobilisation de tous les sens (toucher, odorat...) - pour découvrir leur environnement et façonnaient leur sensibilité à la nature,
- Créer des environnements éducatifs « durables » à travers les « écolo-crèches », démarche engageante et pragmatique de labellisation de structures existantes changeant leurs pratiques,
- Monter des partenariats avec les pouvoirs publics territoriaux, établissements scolaires et structures péri-scolaires pour diffuser l'éologie pratique aux enfants,
- Adapter la démarche pour faire évoluer d'autres publics : adultes, entreprises, collectivités.

SON IMPACT ET SON DÉVELOPPEMENT

→ 25 000 enfants touchés en 7 ans, en PACA → Label « écolo-crèche » reconnu au niveau national → 20 crèches labellisées - 70 engagées dans la démarche → 6 relais de diffusion, 100 projets d'ici 2015 → Kits d'éologie pratique pour adultes → 8000 personnes sensibilisées (en entreprises, salons, foires) → Objectifs : alliances stratégiques avec des ensembles de crèches (ex : crèches de la Ville de Paris) et réseaux labellisés dans tous les départements ...

GREGORY GENDRE

→ ROULE MA FRITE 17 (FRANCE)

CRÉER DES CIRCUITS DE PROXIMITÉ POUR LA COLLECTE ET LE RECYCLAGE DES DÉCHETS

Grâce à la réussite de la collecte et de la transformation des huiles de friture en bio-carburant sur l'île d'Oléron, il crée un modèle reproduisible aux autres déchets et adaptable aux besoins de chaque territoire.

→ À QUEL PROBLÈME S'ATTAQUE-T-IL ?

- Malgré une prise de conscience forte du grand public, la France recycle seulement 15-20% des déchets ménagers.
- Il manque un chaînon d'acteurs entre les particuliers/associations locales et les grandes entreprises spécialisées.
- La mauvaise organisation des circuits de recyclage a un coût financier et environnemental élevé pour la collectivité (ex: 100 tonnes d'huiles de cuisson non recyclées = 50 millions €).

→ SON IDÉE POUR LE RÉSOUDRE ?

- Démontrer l'efficacité du recyclage de proximité à travers une expérience pilote :
 - analyse des caractéristiques du territoire (Oléron : tourisme, ostréiculture, port...),
 - mobilisation et accompagnement des professionnels émetteurs du déchet (Oléron : restaurants, campings, fournisseurs d'huile),
 - organisation d'un circuit de collecte-traitement-revalorisation en un produit utile localement (Oléron : biocarburant pour petit train touristique et engins portuaires/ostréicoles),
 - sensibilisation du grand public à la possibilité d'instaurer des cercles vertueux, à partir du cas concret d'Oléron.
- Permettre la réPLICATION du modèle en formant et en fédérant les acteurs sur d'autres territoires.

SON IMPACT ET SON DÉVELOPPEMENT

→ La moitié de l'huile de friture (25 000 litres) collectée et recyclée sur Oléron → Carburant local 40% moins cher et bien moins polluant → Forte exemplarité territoriale : prix régional de la croissance verte, intégration dans l'Agenda 21 local, validation du pilote avec Eco-Emballages sur l'optimisation du tri des déchets dans les campings → 6 nouvelles antennes en cours de développement (Limoges, St-Nazaire, Charleville, Toulouse, Perpignan, Saintes) et constitution d'une Fédération nationale des acteurs du recyclage de proximité → Élargissement méthodologique à d'autres déchets locaux (coquilles de moules, fermentescibles...).



FELLOW ASHOKA 10

QUI EST-IL ?

ORIGINAIRE D'OLÉRON

PASSIONNÉ DE NATURE

ANCIEN JOURNALISTE

EX-CHARGÉ DE COMMUNICATION
CHEZ GREENPEACE

JOUEUR ASSIDU DE RUGBY

PÈRE DE FAMILLE RECOMPOSÉE

EN SAVOIR +

www.roulemafrite.fr



TRISTAN LECOMTE

→ PUR PROJET (FRANCE / INTERNATIONAL)

DEVELOPPER LE MARCHÉ DES PRODUITS ET SERVICES NEUTRES EN CO2

Pionnier du commerce équitable en grande distribution avec Alter Eco, il ouvre le marché des produits «carbo-neutres» de masse. Idées phares: accompagner les entreprises/collectivités sur la réduction carbone et en capturer des volumes très importants par une agroforesterie menée avec des coopératives de commerce équitable...

→ À QUEL PROBLÈME S'ATTAQUE-T-IL ?

- Des obstacles techniques, financiers et culturels empêchent l'apparition de produits de grande consommation neutres en CO2.
- Des offres très fragmentées et des prix peu transparents sur le marché de la compensation carbone entraînent la méfiance des entreprises et consommateurs.
- La reforestation, seul moyen de compensation durable des émissions, est généralement coûteuse et complexe ; 98% des projets concernent la réduction des émissions.

→ SON IDÉE POUR LE RÉSOUDRE ?

- Accompagner les entreprises dans le bilan, la réduction et la compensation de leurs émissions pour faciliter la diffusion de produits et services carbo-neutres.
- S'appuyer sur les filières de commerce équitable pour créer des puits carbone forestiers durables et à grande échelle, certifiés par l'ONU.
- Lancer un label « Objectif Zéro Carbone » (OZC) valorisant la démarche des entreprises et incitant le marché des opérateurs carbone à la transparence.

FELLOW ASHOKA 09

QUI EST-IL ?

DIPLOMÉ D'HEC

FONDATEUR D'ALTER ECO,
PIONNIER DU COMMERCE
ÉQUITABLE EN FRANCE

EN SAVOIR +

www.purprojet.com



SON IMPACT ET SON DÉVELOPPEMENT

- Premier chocolat certifié OZC : mai 2009 → Grand projet agro-forestier au Pérou : capturer 2 millions de tonnes de carbone → Un réseau de 15 entrepreneurs Pur Projet qui déplient la démarche → Des partenariats avec la grande consommation → Des événements majeurs en cours de préparation...

TOBIAS LEENAERT

→ EVA - ETHICAL VEGETARIAN ALTERNATIVE (BELGIQUE)

DIMINUER LA SUR-CONSOMMATION DE VIANDE ET SON IMPACT SUR L'ENVIRONNEMENT, LA SANTÉ HUMAINE ET LE TRAITEMENT DES ANIMAUX

Avec des outils innovants et adaptés qui rendent l'image du végétarisme positive et attrayante, il mobilise et implique particuliers, entreprises et pouvoirs publics locaux pour changer les habitudes de consommation.

→ À QUEL PROBLÈME S'ATTAQUE-T-IL ?

- Des prévisions d'augmentation de la consommation mondiale de viande exponentielles: 45 millions de tonnes (1950), 233 millions (2000), 450 millions (prévision 2050).
- La consommation actuelle a déjà des conséquences graves : réchauffement climatique, santé humaine menacée, concurrence entre production de nourriture pour le bétail et pour les humains, animaux maltraités.
- Le tabou politique conduit le grand public à sous-estimer et méconnaître l'ensemble de ces conséquences, le débat restant souvent centré sur la seule défense des animaux.

→ SON IDÉE POUR LE RÉSOUDRE ?

- Communiquer sur l'aspect savoureux et amusant de la nourriture végétarienne : outils/événements adaptés aux différents publics concernés (« VeggieDays/Jours végétariens » dans les entreprises et collectivités locales, cours de cuisine végétarienne sur Internet pour les particuliers, livres de recettes pour les chefs-cuisiniers, etc.).
- Développer la visibilité et l'accessibilité de l'offre végétarienne en impliquant les acteurs de la restauration, grande distribution et agro-alimentaire (nouveaux produits sans viande, notamment).
- Structurer et crédibiliser la démarche en mobilisant les pouvoirs publics et un maximum de professionnels : séminaires de décideurs, travail étroit avec la communauté scientifique, etc.



FELLOW ASHOKA 10

QUI EST-IL ?

ETUDIE L'ANTHROPOLOGIE, LA
LITTÉRATURE ET L'INFORMATIQUE

DEVIENT VÉGÉTARIEN À 23 ANS

PROFESSEUR DE LYCÉE ET
UNIVERSITÉ

CRÉE EVA EN 2000, L'ANIME
BÉNÉVOLEMENT

EN SAVOIR +

www.vegetarisme.be



SON IMPACT ET SON DÉVELOPPEMENT

- Retentissement international de sa campagne VeggieDay à Gand (France, Brésil...)
- Distribution de plus de 200 000 VeggieMaps → Discussion de partenariats avec des grandes enseignes (McDonald's, Alpro...) → Objectif : intensifier l'impact en Flandres, renforcer l'ap-



NICOLAS METRO

→ KINOMÉ (FRANCE / INTERNATIONAL)

INVERSER LA TENDANCE MONDIALE DE LA DÉFORESTATION EN FAISANT DE L'ARBRE ET DE LA FORÊT UNE SOLUTION DE DÉVELOPPEMENT LOCAL ET GLOBAL.

Il casse les silos qui entravent une reforestation à la hauteur des besoins mondiaux et rassemble tous les acteurs (ONG, entreprises, milieux scientifiques...) pour des coopérations inédites démultipliant les bénéfices sociaux, environnementaux et économiques.

→ À QUEL PROBLÈME S'ATTAQUE-T-IL ?

- La forêt tropicale perd l'équivalent d'**1 stade de foot toutes les 3 secondes**, partiellement replanté, alors que les arbres sont indispensables aux hommes (oxygène, eau, biodiversité...) et sans substitut,
- **Le mouvement de reforestation est, historiquement, très cloisonné** entre les différents acteurs (ONG, entreprises, scientifiques) et **les résultats des initiatives en souffrent**,
- Il n'existe pas à date de moyen fiable d'établir la relation entre les résultats obtenus sur le terrain et l'impact global en termes de développement humain (santé, sécurité, éducation...),
- Au delà de la RSE, la pérennité de nombre d'entreprises passe par la préservation et la restauration des écosystèmes sous-tendant leurs activités (eau, matières premières agricoles, climat...)

→ SON IDÉE POUR LE RÉSOUDRE ?

- Faire de la forêt, non un objet à préserver, mais une solution pour améliorer la vie humaine - accès à l'eau, sécurité alimentaire, santé, emploi, bien-être... - en plantant et protégeant des arbres,
- Donner une valeur sociale et économique à la préservation et au renouvellement des forêts en permettant aux paysans de valoriser leur environnement, aux entreprises de développer des produits et services innovants et d'atténuer leurs risques à long terme, aux consommateurs d'aujourd'hui et de demain de mieux vivre,
- Créer une communauté globale Forest&Life - la forêt est indispensable au développement/bien-être humains - rassemblant les différents types d'acteurs sur des projets de développement utilisant ce levier de l'arbre,
- Mettre au service de ce réseau un outil d'évaluation innovant basé sur les repères du Leadership Ethique, avec des indicateurs d'impact géolocalisés.

FELLOW ASHOKA 12

QUI EST-IL ?

2 GRAND-PÈRES FORESTIERS

CARRIÈRE DANS PLUSIEUX MULTINATIONALES

MASTER POUR LE DÉVELOPPEMENT DU LEADERSHIP ETHIQUE (INNOVER POUR SATISFAIRE LES BESOINS HUMAINS FONDAMENTAUX)

LANCE KINOMÉ (« L'ŒIL DE L'ARBRE » EN JAPONAIS) EN 2005, FOREST&LIFE EN 2010

MARIÉ, 5 FILLES

EN SAVOIR +

www.kinome.fr
www.forestandlife.com

SON IMPACT ET SON DÉVELOPPEMENT

→ Plusieurs projets pilotes ont démontré l'impact social et environnemental de l'approche intégrée de Kinomé : filière gomme arabe au Tchad/Cameroun/Soudan, agroforesterie et filière huiles au Sénégal, régénération des terres dégradées et valorisation durable de la forêt sèche au Pérou... → Création d'un réseau fédérant : ONG locales, entreprises (Danone, Berto...) institutions (PNUE, PNUD...), écoles et organismes scientifiques (CNRS, INRA) → 4 millions d'arbres replantés dans 12 pays sur les 5 continents → 200 000 personnes positivement impactées → Label Ethic'Evolution et Prix d'Innovation Responsable décerné à l'outil d'évaluation → Objectif : donner à chacun l'envie et les moyens de planter / protéger au moins 2 arbres/an pour 64. revenir au couvert végétal de 1960 avec une population mondiale quadruple

JULIEN NOÉ

→ ENERCOOP (FRANCE)

PERMETTRE UNE PRODUCTION ET UNE CONSOMMATION D'ÉNERGIE ÉCOLOGIQUES ET « CITOYENNES »

En proposant une alternative à la production actuelle d'énergie, sur un modèle pérenne, écologique et répllicable, il transforme le marché de l'électricité en France et encourage les citoyens à repenser leur relation à l'énergie et leur mode de consommation.

→ À QUEL PROBLÈME S'ATTAQUE-T-IL ?

- **La France favorise la production d'énergie nucléaire** - 80% de l'électricité consommée -alors qu'une forte augmentation des prix s'annonce (coûts du traitement des déchets, de la sécurité, marché européen de l'énergie...)
- **L'opinion publique française, voire européenne, et les experts**, surtout depuis la catastrophe au Japon, remettent en question cette option quasi unique,
- **Les énergies renouvelables**, largement dominées par l'hydro-électrique, ne se développent quasiment pas en France malgré les promesses faites au niveau européen,
- **7 millions de foyers peinent à payer leurs factures d'électricité**, mais des changements simples (comportements, petits travaux) les diminueraient de 20% en moyenne.

→ SON IDÉE POUR LE RÉSOUDRE ?

- Démontrer que l'électricité verte est une alternative viable au nucléaire, en maillant le territoire de sites de production à partir des différentes sources disponibles,
- Développer un modèle de fourniture d'énergie renouvelable et une capacité de production à grande échelle, autour de coopératives régionales,
- Basier la stratégie sur l'engagement local des citoyens et leur mobilisation financière, afin d'entraîner un cercle vertueux d'économies d'énergie et de baisse de coûts,
- Fédérer une diversité de producteurs d'énergies renouvelables, les engager sur le long terme et permettre la création de sites de production diversifiés.



FELLOW ASHOKA 11

QUI EST-IL ?

ETUDES DE PHYSIQUE-CHIMIE

SPÉCIALISATION EN ÉNERGIE

STAGES CHEZ EDF ET GREENPEACE

APPRENDS LES MÉCANISMES DE MOBILISATION CIToyenne

EN SAVOIR +

www.enercoop.fr



SON IMPACT ET SON DÉVELOPPEMENT

→ 4^{ème} fournisseur d'électricité et seul 100% vert en France → Plus de 16 000 consommateurs et 81 producteurs réunis, dont 10 000 sociétaires → Une fédération nationale de coopératives locales → Des tarifs stabilisés → Lancement d'un fonds d'investissement citoyen dans l'énergie : Energie Partagée



PIERRE RABHI

→ **TERRE & HUMANISME / COLIBRIS...** (FRANCE / AFRIQUE)
DÉVELOPPER L'AGRO-ÉCOLOGIE POUR ASSURER L'AUTONOMIE ALIMENTAIRE ET UN LIEN DURABLE HOMME / NATURE

Pour rétablir les équilibres sociaux et environnementaux, tout en permettant de nourrir durablement la planète, il forme les agriculteurs en France et Afrique aux pratiques écologiques. Et nous propose à tous d'adopter des modes de vie intégrant l'homme et la nature.

→ **À QUEL PROBLÈME S'ATTAQUE-T-IL ?**

- L'**industrialisation de l'agriculture depuis les années 1950** a des conséquences désastreuses socialement et sur l'environnement, en France comme en Afrique.
- L'**appauprissement des sols et les pratiques de l'agriculture intensive** mettent en danger notre capacité à nourrir la planète.
- Certaines zones agricoles, dotées d'espaces naturels importants, **connaissent un fort chômage** (ex: la province de Limburg en Flandres belges).
- Les modes de consommation ont éloigné les populations de la nature, ignorance qui renforce la menace sur les écosystèmes.

→ **SON IDÉE POUR LE RÉSOUDRE ?**

- **Créer un modèle de développement agricole et rural alternatif**, s'appuyant sur les ressources locales, pour rétablir et pérenniser les équilibres naturels.
- **Former des formateurs et des agriculteurs à l'agro-écologie** pour permettre d'augmenter sainement la productivité agricole.
- **Mobiliser les populations** pour qu'elles adoptent un mode de vie durable.

SENIOR FELLOW ASHOKA 09

QUI EST-IL ?

NÉ EN ALGÉRIE, ARRIVÉ EN FRANCE EN 1954

AGRICULTEUR EN ARDÈCHE

A CRÉÉ 9 ASSOCIATIONS

A ÉCRIT 7 LIVRES AUTOUR DE L'AGRO-ÉCOLOGIE

CONFÉRENCIER TRÈS RECHERCÉ

EN SAVOIR +

www.terre-humanisme.org
www.colibris-lemouvement.org



SON IMPACT ET SON DÉVELOPPEMENT

→ Plusieurs grands projets-pilotes ayant démontré l'impact social et environnemental de l'agro-écologie (Les Amanins, etc.) → Plus de 150 000 agriculteurs formés en France et Afrique de l'Ouest → Colibris : mouvement citoyen en marche pour changer les pratiques de tous.



IGNACE SCHOPS

→ **R.L.K.M. (BELGIQUE)**

MARIER ENVIRONNEMENT ET PROGRÈS ÉCONOMIQUE ET SOCIAL... POUR LE MEILLEUR

Rassemblant investissements publics et privés sur la protection des espaces naturels / de l'environnement, il crée un modèle de développement concerté qui fait de cette préservation une source essentielle de progrès économique et social.

→ **À QUEL PROBLÈME S'ATTAQUE-T-IL ?**

- **Les régions denses d'Europe manquent de moyens** pour préserver durablement leurs zones naturelles.
- **L'éco-tourisme est sous-développé** malgré son fort potentiel: 70% des vacanciers européens disent chercher la nature mais ne pas la trouver près de chez eux.
- Certaines zones agricoles, dotées d'espaces naturels importants, connaissent **un fort chômage** (ex: la province de Limburg en Flandres belges).
- **Le tourisme y est très peu représenté** (1,2% du PIB du Limburg).

→ **SON IDÉE POUR LE RÉSOUDRE ?**

- **Mettre en place une préservation concertée** avec toutes les parties prenantes: habitants (accès à la nature), entreprises (retombées économiques pour le tourisme et le commerce locaux), associations environnementales (projets menés en commun), pouvoirs publics (partenariats privé-public).
- **Démontrer l'impact économique et environnemental** de cette méthode dans toute l'Europe: projets de différentes tailles.

FELLOW ASHOKA 08

QUI EST-IL ?

GRAND AMOUREUX DE LA NATURE

ENGAGÉ DANS LE MOUVEMENT POUR SA DÉFENSE

SUPPORTE MAL LE «CONSERVATIONNISME» SYSTÉMATIQUE

CRÉATEUR DU PLUS VASTE RÉSEAU CYCLABLE D'EUROPE

PRIX GOLDMAN DE L'ENVIRONNEMENT 2008 (WWW.GOLDMANPRIZE.ORG)

EN SAVOIR +

www.rlkm.be



SON IMPACT ET SON DÉVELOPPEMENT

→ Le 1^{er} Parc National belge (6000 ha au Limbourg), créé à la demande des habitants, entreprises, collectivités et associations locales → De 100 000 visiteurs à 700 000 en 2 ans → Investissement : 10 m€ (environnement), 50 m€ (développement) → Plus de 100 entreprises créées et plus de 400 emplois → Projets de reproduction du modèle : Nord-Pas de Calais, Pays de Galles...

NOTES



ASHOKA FRANCE / BELGIQUE / SUISSE

association loi 1901

TÉL. : +33 (0)1 40 26 30 83 / MAIL : france@ashoka.org

www.ashoka.fr

