



CONFÉRENCES, DÉBATS
ATELIERS, VISITES...

Rencontres de L'économie sociale et SOLIDAIRE

DE LILLE-MÉTROPOLE

26 → 29 NOVEMBRE 2008



RENCONTRES METROPOLITAINES DE L'ÉCONOMIE SOCIALE ET SOLIDAIRE POUR ALLER PLUS LOIN

Quelques pages internet pour en savoir plus sur les intervenants

Plénière sur le thème : « l'économie sociale et solidaire, atout du développement local »

- **APES** : www.apes-npdc.org
- **CRESS** : www.cresnpdc.org
- **Flandre Ateliers** : www.flandre-ateliers.com
- **CGPME NPDC** : www.cgpme-npdc.com
- **Autonomie et Solidarité** : www.autonomieetsolidarite.fr
- **Master Management de L'Innovation Sociale (IEP Lille)** : <http://managementis.over-blog.com>
- **Régie de quartier de Fives** : www.regiesdequartiers-npdc.fr
- **Insite** : www.insite.coop

Atelier sur le thème de la formation

- **Université Populaire et Citoyenne de Roubaix** : www.upc-roubaix.org
- **Colline ACEPP** : www.colline-acepp.com.fr
- **Elevage sans frontières** : www.elevagesansfrontieres.org
- **AROFESSEP** : www.pour-l-education-permanente.org
- **Institut Godin d'Amiens** : www.institutgodin.fr

Ateliers sur le thème de la culture

- **Opale/CNAR Culture** : www.culture-proximite.org
- **SYNAVI** : www.synavi.free.fr
- **SMART** : www.smartasbl.be
- **Métalu à Chahuter** : www.metaluachahuter.com
- **RIF** : www.rif-asso.fr
- **De la Suite dans les Images** : www.delasuitedanslesimages.org
- **Fair play List** : www.fairplaylist.org
- **URACEN** : www.uracen.org

Ateliers sur le thème de la communication

- **Télé Lille** : www.telelille.org
- **Aria Nord** : www.aria-nord.fr
- **Agence Résonances** : www.resonances.fr
- **ADAR** : www.reseau-adessa.org/adarroubaix
- **Agence Sous Tous Les angles** : www.soustouslesangles.fr
- **Finansol** : www.finansol.org
- **Scenethik** : www.scenethik.com

Séminaire sur le thème des collectivités

- **Lille** : www.mairie-lille.fr / www.cudl-lille.fr
- **Nantes** : www.nantes.fr / www.natesmetropole.fr
- **Conseil Régional NPDC** : www.nordpasdecals.fr
- **CRIDA** : www.crida-fr.org
- **Villeneuve d'Ascq** : www.villeneuveascq.fr
- **Maison de l'Emploi Lille – Lomme – Hellemmes – Armentières** : www.mde-lille.fr

Débat sur le thème « les atouts de l'économie locale dans le grand jeu de la mondialisation »

- **CGPME NPDC** : www.cgpme-npdc.com
- **Fonderie Mécanique Lensoise** : www.scop-fml.com
- **Insite** : www.insite.coop
- **Alternatives Economiques** : www.alternatives-economiques.fr

Synthèses réalisées par :

Agence Affaires Publiques
60 rue Sainte Catherine 59000 Lille
Tel : 03 20 15 93 70
E-mail : affairespubliques@nordnet.fr

RENCONTRES METROPOLITAINES DE L'ÉCONOMIE SOCIALE ET SOLIDAIRE L'ÉDITO

Christiane BOUCHART, Conseillère communautaire déléguée à l'économie sociale et solidaire et Conseillère municipale de Lille, déléguée à l'économie sociale et solidaire et au commerce équitable



Les 2èmes rencontres de l'économie sociale et solidaire de Lille Métropole se sont déroulées du 26 au 29 novembre 2009. Entrepreneurs, financiers, responsables associatifs, représentants d'institutions, élus et techniciens de collectivités, mais aussi enseignants, agriculteurs, chercheurs ou commerçants se sont réunis pour faire avancer les valeurs portées par le secteur.

Car l'économie sociale et solidaire se définit d'abord comme une économie à part entière, innovante, créatrice de richesses et d'emplois.

Face à la hausse des inégalités, à la crise financière, économique et écologique, la réponse aux besoins de la société passera par l'économie sociale et solidaire. Nous devons bâtir un monde de la sobriété et de la solidarité. Nos modes de vie, de consommation, de production, doivent prendre en compte ces nouvelles données. Les initiatives ne manquent pas.

L'économie sociale et solidaire irrigue de ses pratiques l'économie et tous les secteurs économiques : les transports, la culture, la finance, l'assurance, la

formation, l'agriculture,... Depuis avril 2006, elle a ainsi fait son entrée parmi les politiques publiques de Lille Métropole Communauté Urbaine. Aujourd'hui, quelques mois après le renouvellement des mandats municipaux, il s'avère indispensable de rappeler l'importance de l'économie sociale et solidaire, d'illustrer la diversité et la pertinence de ses acteurs et d'accompagner la création d'activités.

Comme il y a deux ans, ces rencontres ont été à nouveau l'occasion d'initier des dynamiques entre acteurs de terrain, de co-construire des projets. Le programme de ces rencontres a d'ailleurs été élaboré par ces mêmes acteurs, en réponse à leurs problématiques.

Les actes de ces rencontres ont été réalisés dans ce sens : transmettre au plus grand nombre les réflexions et débats autour de thèmes essentiels pour le développement d'une économie créatrice d'emplois et d'innovations sociales. La formation, l'entrepreneuriat collectif, la mutualisation sont ainsi autant d'atouts pour ancrer l'économie dans les territoires. Enfin, le développement de l'économie sociale et solidaire passe aussi par la reconnaissance de ce modèle économique par les collectivités : développement de filières, de projets innovants, du capital solidaire,...

RENCONTRES METROPOLITAINES DE L'ÉCONOMIE SOCIALE ET SOLIDAIRE LE SOMMAIRE

POUR ALLER PLUS LOIN	p. 2
L'EDITO	
Christiane Bouchart, conseillère communautaire.....	p. 3
SOMMAIRE	p. 4
PLENIERE / L'économie sociale et solidaire, atout du développement local	
■ Portraits du territoire.....	p. 5
■ Hier, aujourd'hui et demain, l'économie sociale et solidaire à la pointe de l'initiative	p. 5
ATELIER / Apprendre et transmettre l'économie sociale et solidaire	
■ Se former tout au long de sa vie à l'économie sociale et solidaire	p. 5
ATELIERS / L'entrepreneuriat citoyen et solidaire au service de la culture	
■ La mutualisation : mythes et réalités	p. 5
■ Quand l'entrepreneuriat solidaire permet de faire face à la crise	p. 5
ATELIERS / L'économie sociale et solidaire à la Une des médias	
■ TV citoyenne : l'économie sociale et solidaire peut-elle exister dans le Paysage Audiovisuel Français	p. 5
■ Entre pub et com', comment l'économie sociale et solidaire fait sa promo	p. 5
SEMINAIRE / Animer une politique économie sociale et solidaire dans une collectivité	
■ Quels outils pour une politique d'économie sociale et solidaire au sein d'une collectivité	p. 5
■ Clause d'insertion et achats éthiques : la collectivité donne le ton ..	p. 5
DEBAT / Les atouts de l'économie locale dans le grand jeu de la mondialisation	
■ De l'intérêt d'être une entreprise responsable	p. 5
UNE SEMAINE CHARGÉE EN ÉVÉNEMENTS	p. 45
CONCLUSION	p. 46

PLENIERE D'OUVERTURE

Introduction générale

LES INTERVENTIONS

Christiane BOUCHART, Conseillère communautaire déléguée à l'économie sociale et solidaire et Conseillère municipale de Lille, déléguée à l'économie sociale et solidaire et au commerce équitable

L'économie sociale et solidaire est bien un secteur économique à part entière. Elle est le seul secteur économique qui croise trois dimensions des politiques publiques : l'emploi, l'utilité sociale et la démocratie participative, ce qui fait sa singularité dans le contexte actuel d'accroissement des inégalités et de déséquilibre écologique. Ces fondements la rendent incontournable et partie prenante des projets de développement local. Elle est un véritable gisement d'emplois, dans les champs de l'habitat, des services à la personne, du commerce équitable et de bien d'autres encore. A l'échelle métropolitaine, l'économie sociale et solidaire représente ainsi plus de 50 000 salariés, soit autant que les secteurs du commerce et de l'artisanat. Sans pour autant bénéficier de la même reconnaissance de la part des pouvoirs publics bien qu'elle se révèle innovante et créative pour expérimenter des réponses à des besoins non satisfaits. Mais les choses changent. Lille Métropole Communauté Urbaine qui a pris la compétence économique en 2002 s'affiche aujourd'hui comme le chef de file du développement de l'économie sociale et solidaire sur son

territoire. Cet ancrage sur les territoires de l'économie sociale et solidaire est important. Non délocalisable, porteuse de sens, elle peut répondre aux enjeux sociétaux et environnementaux d'aujourd'hui et de demain.

Elle est également force de propositions dans de nombreux secteurs, comme la formation. De nombreuses actions sont ainsi aujourd'hui menées avec l'Education Nationale, les universités, les structures de formation permanente ou les acteurs de l'éducation populaire. Elle l'est aussi dans la culture. Nous le voyons avec toutes les réflexions autour de la mutualisation et des formes juridiques plus adaptées au secteur, comme la SCIC. L'avancée de l'économie sociale et solidaire se fait donc à tous les échelons. Notamment au niveau des collectivités qui se mobilisent, à travers des plans locaux par exemple, pour porter cette dynamique. Mais aussi auprès des entreprises, confrontées aux enjeux de la mondialisation. Il est indispensable aujourd'hui de mailler l'économie sociale et solidaire avec l'économie classique, afin de rendre cette dernière plus solidaire.

Pierre LOUART, Président de DIESS Lille Métropole (Développement des Initiatives d'Economies Sociale et Solidaire), Directeur de l'IAE de Lille

L'objectif de DIESS n'est pas de remplacer des structures particulièrement efficaces que sont la CRESS, l'APES et toutes les têtes de réseaux de l'économie sociale et solidaire. DIESS intervient en complémentarité, dans une optique de dynamisation. L'économie sociale et solidaire est en effet un des moyens les plus efficaces à long terme pour reconstruire différemment l'économie et l'ancrer dans un tissu social et territorial. A cet égard, DIESS, en partenariat avec l'ensemble des acteurs du secteur, met en place des dynamiques transversales, stimule l'effort de chacun pour le développement de l'économie sociale et solidaire. Comment ? En activant de nouvelles filières, en valorisant ses valeurs ou en assurant la promotion de ses initiatives. Je pense notamment aux jeunes qu'il nous faut convaincre de la pertinence de l'économie sociale et solidaire. Le Conseil d'Administration de DIESS est donc à l'image de ses ambitions de transversalité. Il est composé d'élus, de têtes de réseaux ainsi qu'un certain nombre d'acteurs des réseaux économiques et sociaux de la communauté urbaine.

DIESS défend l'idée d'une économie sociale et solidaire unie autour de principes communs :

- l'économie sociale et solidaire est une économie ancree dans le social.
- l'économie sociale et solidaire se donne une responsabilité envers les hommes. Il n'est pas possible de

construire une économie durable sans s'intéresser aux personnes et à leur développement.

- l'économie sociale et solidaire est capable d'innover en matière juridique et institutionnelle. C'est d'autant plus important dans le monde tel que nous le vivons aujourd'hui, en mutation continue et parsemé de crises. Il n'y a pas que les associations, les SCOP, les mutuelles, les ONG. Il nous faut encore trouver d'autres moyens de construire du neuf dans l'économie d'aujourd'hui.

- l'économie sociale et solidaire est source d'alternatives. Et l'innovation technologique doit être intégrée à la réflexion pour assurer son essor.

- l'économie sociale et solidaire doit également innover en termes de management. Mieux communiquer, proposer des services et produits en phase avec les besoins économiques et sociaux.

- l'économie sociale et solidaire s'appuie sur un territoire. Elle est à taille humaine et s'affirme comme un moyen efficace de faire « de la mondialisation territorialisée ».

- l'économie sociale et solidaire est en lien direct avec les politiques publiques.

L'économie sociale et solidaire est sans conteste un vecteur de progrès, d'alternatives et de créativité qui ne sont pas seulement au service de ce qu'elle est aujourd'hui mais au service de l'économie de demain.

PLENIERE D'OUVERTURE

Portraits du territoire

ENJEUX DE LA PLENIERE

En 2006 naissait DIESS (Développement des Initiatives d'Economie Sociale et Solidaire). Une association destinée à animer l'économie sociale et solidaire sur la métropole lilloise : soutien à la création d'activités, promotion de ses valeurs, consolidation de son réseau d'acteurs. Dans son Conseil d'Administration s'inscrivent des réseaux, des collectivités, des institutions. Dans son entourage, des entrepreneurs de l'économie sociale et solidaire... ou non... Quel intérêt de participer à ce mouvement ? En quoi est-ce une dynamique d'avenir ? Quelles coopérations mettre en œuvre pour la développer...

Comment concrètement promouvoir ces pratiques dans les appels d'offre des collectivités ? Quelle implication politique ? Quelles modalités techniques ? Difficultés et résultats attendus ?

1^{ère} TABLE RONDE

L'ECONOMIE SOCIALE ET SOLIDAIRE : UNE FORCE, UNE DYNAMIQUE

Danièle LAVENSEAU, INSEE, Chef-Adjointe du Service Etudes et Diffusion

Mon intervention portera sur une étude que nous avons menée en 2008 sur le poids de l'économie sociale et solidaire. Le secteur de l'économie sociale et solidaire pose encore problème aux statisticiens. On y trouve en effet des acteurs très différents, avec de très grosses structures comme des mutuelles ou des banques, mais également des réseaux comme les CIGALES qui s'occupent de micro crédit, des boutiques de commerce équitable et de petites associations. L'économie sociale et solidaire est donc un vrai patchwork mais le statisticien a, lui, besoin d'une nomenclature qui permette des comparaisons. Nous avons choisi de mesurer l'économie sociale et solidaire au travers de ses 4 grandes familles que sont les coopératives, les fondations, les associations et les mutuelles. Ce qui peut évidemment être contesté. Par exemple, au cœur de l'économie sociale et solidaire, on trouve énormément de bénévoles, très difficiles à mesurer.

Les chiffres à retenir :

- L'économie sociale et solidaire représente 11 % de l'emploi régional, dans la moyenne nationale. Depuis 2002, l'évolution est par contre sensible. Le secteur a crû de 19 % alors que l'économie traditionnelle ne progressait que de 11 %.
- Au niveau de la répartition géographique, la com-

munauté urbaine de Lille reprend à elle seule 37% des emplois et des établissements (contre 25% de la population régionale). Certaines zones sont moins pourvues, comme le bassin minier.

- En termes de distribution parmi les familles de l'économie sociale et solidaire, les associations représentent 86% des emplois au niveau régional, contre 78% au niveau national. C'est une spécificité régionale importante, notamment en métropole lilloise où le pourcentage atteint 88%. Viennent ensuite les coopératives : 8% des emplois (6% sur LMCU), alors que la moyenne nationale est de 15 %.

- L'économie sociale et solidaire est présente sur deux secteurs de prédilection: l'action sociale (44% des emplois contre 4% dans l'économie classique) et l'éducation (21% des emplois). Elle est par ailleurs très implantée dans le domaine des services à la personne (63% des établissements et 83% des emplois du secteur relèvent de l'économie sociale et solidaire).

- Par rapport à l'économie classique, nous constatons une plus forte représentation dans l'économie sociale et solidaire des employés et professions intermédiaires ainsi qu'un poids plus important de l'emploi « occasionnel ». Les femmes y sont également plus présentes (59% des postes).

Dominique CREPEL, Président de la CRESS Nord Pas-de-Calais (Chambre Régionale de l'Economie Sociale et Solidaire)

La CRESS a vocation de rassembler celles et ceux qui se reconnaissent dans l'économie sociale et solidaire, soit l'ensemble des grandes entreprises de l'économie sociale et les réseaux d'économie solidaire. Il existe une CRESS dans chaque région de France qui rassemble les grandes familles de l'économie sociale et solidaire. Les mutuelles, coopératives et associations ont en commun de ne pas être des sociétés de capitaux mais des sociétés de personnes qui se rassemblent sur un projet commun. Evidemment, le secteur associatif est surreprésenté dans l'économie sociale et solidaire. Cette donnée me semble normale,

puisque c'est le mode d'organisation qu'ont privilégié les citoyens de notre pays pour se regrouper et agir dans la proximité (social, culture...). Je trouve néanmoins dommage que ce statut soit toujours choisi prioritairement quand on crée une activité répondant à des besoins sociaux. Le secteur des services à la personne est assez représentatif du phénomène. Pourquoi ? Parce que la loi française permet facilement de créer une association, alors qu'il est beaucoup plus compliqué de créer une coopérative.

Il n'en reste pas moins, quel que soit le statut, que l'économie sociale et solidaire construit des

emplois à partir des besoins sociaux des personnes... les services à la personne à domicile ont démarré ainsi, il y a plus de 50 ans, grâce à des associations dans lesquelles des bénévoles aidaient leurs semblables. Il s'agissait d'une solidarité de proximité. Le secteur se développe aujourd'hui mais il dispose toujours de peu de moyens. Ce qui explique aussi que les emplois qu'il crée soient encore difficilement conciliables avec le statut CDI à temps complet, surtout quand on s'adresse aux populations les plus précaires. Nous travaillons néanmoins sur ces questions, avec les organisations syndicales notamment, pour qualifier ces emplois, les rendre pérennes. C'est aussi là où les pouvoirs publics doivent jouer leur rôle. En donnant des opportunités de développement

au secteur. Que serait le secteur du BTP sans l'argent public, sans les aides et les appels d'offre ?

Certains élus ont pris conscience de l'importance de l'économie sociale et solidaire mais ils sont encore trop peu nombreux. D'ailleurs, on remarque souvent une corrélation entre les territoires où les collectivités s'investissent et ceux où l'économie sociale et solidaire est en croissance. Ce sont des territoires aussi où il y a beaucoup de matière grise, d'innovations, de richesses. Cela tient aussi sans doute aux populations. A Lille, par exemple, les gens ont peut-être davantage pris conscience que les recettes d'hier ne marchent plus et qu'il faut faire autrement. Mieux formés, plus informés, ils sont aussi plus soucieux de la planète.

Gérard DECHY, Président de l'APES (Assemblée Permanente de l'Economie Solidaire)

L'APES rassemble de nombreux acteurs de l'économie sociale et solidaire de la région et poursuit deux missions : développer le secteur dans la région et rendre l'économie marchande et monétaire plus solidaire. La crise actuelle peut être un réel moteur pour l'économie sociale et solidaire dans son rapport à l'économie classique. Elle s'appuie en effet sur des valeurs qui lui permettent de résister plus facilement, même si, on le sait, toute crise a des conséquences sur l'emploi. Les perspectives qu'elle peut apporter, en termes de solidarité ou de réponses à des besoins sociaux, sont d'actualité. Pour peu que nous mettions en œuvre nos valeurs, nous disposons d'un boulevard de possibilités de développement.

D'autant plus que nous partageons ces valeurs avec un certain nombre d'entreprises de proximité. A nous de bâtir avec elles cette autre économie, moins dépendante du phénomène néfaste de financiarisation dont on a vu les limites. C'est désormais une certitude : le marché ne s'autorégule pas et l'intervention publique est indispensable. On a en outre eu tendance à croire que le marché était binaire, qu'il mettait en parallèle une offre et une demande, régulée par un prix. On en oublie que certains besoins ne sont pas aujourd'hui satisfaits, faute d'offre. Les esprits heureusement évoluent.

ELEMENTS DE DEBAT AVEC LA SALLE



Pierre LOUART : une réaction par rapport aux données statistiques. L'analyse se base sur une logique de statut. Or, on le sait, certaines organisations dotées de ces statuts n'ont pas des pratiques solidaires alors que d'autres, sans ces statuts, sont clairement inscrites dans la logique de l'économie sociale et solidaire. Il faudrait à terme trouver les moyens de les identifier. Par ailleurs, ces chiffres nous éclairent sur la nécessité, dans la région, de pousser au développement des sociétés coopératives.

Christiane BOUCHART : malgré les inconvénients

d'une telle étude statistique, ces chiffres permettent une mesure dans la durée, ce sont des points de référence. Pouvoir dire « l'économie sociale et solidaire, c'est 50000 personnes », ça a du sens. Ensuite, il faut bien sûr relativiser. Je prendrai l'exemple des données concernant l'emploi à temps partiel qui serait plus présent dans l'économie sociale et solidaire. Prenons le cas de toutes ces associations qui accueillent des enfants hors des temps scolaires, le mercredi bien souvent. Les emplois de ces structures sont par nature à temps partiel, ce qui ne signifie pas que c'est une logique inhérente au secteur. Il faut donc réfléchir dès à présent à des démarches plus qualitatives qui intègrent les pratiques solidaires dans l'entreprise. L'APES avec sa démarche progrès ou le CJDES (Centre des Jeunes Dirigeants de l'Economie Sociale) avec le bilan sociétal ont déjà ouvert la voie. L'économie sociale et solidaire est aussi la marque d'un engagement, la reconnaissance du sens. Le statut ne doit pas être la seule clé d'entrée.

Bertrand VERFAILLIE : la communauté urbaine aspire toutes les forces, pouvoirs, ressources... Assèche-t-elle le reste du territoire?

Christiane BOUCHART : je ne le crois pas. Même si c'est vrai, la métropole a un poids significatif au niveau de la région. Il y a plus d'écoles, d'universités, de forces vives. Mais sur la côte d'Opale par exemple, il y en a aussi. Le développement de l'économie sociale et

solidaire passe aussi par le développement de la formation pour construire des vraies filières dans le secteur.

Bertrand VERFAILLIE : quelle est la position de l'université et de l'enseignement supérieur par rapport au secteur de l'économie sociale et solidaire ?

PIERRE LOUART : il y a un énorme travail à faire. Car il existe un réel besoin d'ancrer les enseignants et les chercheurs sur leurs territoires, de les mettre au service des populations et des objectifs économiques et sociaux locaux. Cette volonté exige une meilleure articulation avec les collectivités territoriales. En effet, en France, les universités restent dans une vision très centralisée, dominée par leur rapport au ministère. Il existe encore peu de liens avec les pôles de compétences locaux par exemple. Il serait sans doute intéressant de réfléchir, au niveau régional à la promotion d'un pôle de compétitivité en économie sociale et solidaire.

Bertrand VERFAILLIE : politiquement, quelles sont les forces de l'économie sociale et solidaire pour répondre aux défis actuels ?

Christiane BOUCHART : il existe un certain nombre de plans locaux, à Lille, Villeneuve d'Ascq ou Wattrelos par exemple. Au niveau de la communauté urbaine, les choses avancent également. Lors du précédent mandat, nous avons travaillé à la mise en place d'un plan de développement communautaire. Nous n'y sommes pas parvenus mais nous avons réussi à inscrire trois lignes financières pour soutenir son développement à l'échelle de la métropole. Pour le mandat qui vient de débiter, l'axe fort concerne la transversalité. Promouvoir les pratiques et valeurs auprès des collectivités de la communauté urbaine. Mais aussi, au sein de Lille Métropole, travailler avec les services des transports, de l'assainissement, des déchets, partout où il sera possible de promouvoir les valeurs de l'économie sociale et solidaire.

Bertrand VERFAILLIE : qu'est ce qui manque à l'économie sociale et solidaire pour progresser davantage dans la région et dans la métropole ?

Dominique CREPEL : nous avons les structures et les outils. Nous n'avons pas besoin de réinventer ce qui existe déjà. Il s'agit maintenant de les consolider. Et d'abord en les faisant connaître. Les porteurs de projets à forte connotation sociale et solidaire ne savent parfois même pas ce qu'est l'économie sociale et solidaire et que leur projet pourrait mieux s'épanouir s'il s'inscrivait dans cette dynamique.

Gérard DECHY : il manque sans doute aussi un projet emblématique, un projet qui serait médiatique, qui

permettrait de voir affluer les fonds vers tout le secteur et qui convaincrerait les élus que l'économie sociale et solidaire est indispensable. Sans aide, nous n'avancerons pas. Notre essor est assez dépendant des volontés politiques, notamment locales.

Etudiant en formation continue à Lille 3 en développement de stratégie locale, je souhaiterais savoir comment l'économie sociale et solidaire s'articule avec la politique de la ville. Est-elle présente dans les quartiers sensibles ?

Christiane BOUCHART : dans notre plan local, nous avons mis en place un certain nombre de chantiers en transversalité avec l'ensemble des politiques des communes. Au niveau de la direction de l'économie sociale et solidaire, nous travaillons directement avec les autres services. L'idée, c'est de travailler avec eux pour aller au plus près des habitants dans les quartiers. Un exemple : nous avons collaboré avec le service petite enfance pour soutenir le lancement d'activités comme celle des « Potes en ciel » qui viennent d'ouvrir un café associatif pour enfants à Fives.

Bertrand VERFAILLIE : l'économie sociale et solidaire souffre d'un déficit de notoriété. Pour y remédier, certains soulignent qu'il faudrait davantage valoriser le bénévolat, le sens, l'engagement. Cette piste est-elle plus porteuse que celle de valoriser les résultats économiques des entreprises du secteur ?

Gérard DECHY : nous gagnons à être dans le secteur de l'économie, à montrer que nos activités sont aussi viables que dans l'économie classique. Mais il ne faut pas oublier au nom de quoi on le fait. Il ne faut pas perdre de vue tout ce qui est réalisé dans l'économie sociale et solidaire mais qui n'est pas comptabilisé dans le P.I.B. C'est pour cela qu'il faut travailler sur d'autres indicateurs de richesses. Car les entrepreneurs de l'économie sociale et solidaire ne produisent pas qu'un chiffre d'affaire mais également un lien social, des richesses immatérielles.

Danièle LAVENEAU : sur la question de la force du bénévolat justement, soulignons que 38% des établissements relevant de l'économie sociale et solidaire emploient au moins un salarié contre 56% dans l'économie classique. On estimait, en 2002, à 800 000 le nombre de bénévoles dans la région.

Pierre LOUART : voyons grand pour l'économie sociale et solidaire. Bien sûr qu'elle ne doit pas perdre son implantation locale, son ancrage dans la vie quotidienne des gens mais faisons aussi l'effort de créer des entreprises qui pourraient avoir des marchés mondiaux. Nous devons être compétitifs si nous voulons étendre la dynamique aux niveaux national, européen, ou mondial.

2^{ème} TABLE RONDE

LE DIALOGUE ET LA COOPERATION, FER DE LANCE DU DEVELOPPEMENT DE L'ECONOMIE SOCIALE ET SOLIDAIRE

Frédéric LAMBIN, Président de la CGPME Nord Pas-de-Calais

La crise que nous vivons actuellement est plus grave qu'une simple crise capitaliste. Il s'agit d'une crise du système libéral néo conservateur. Cette crise porte malheureusement atteinte à l'image de tous les entrepreneurs. Pourtant, la plupart de nos adhérents à la CGPME défendent des idées beaucoup plus sociales qu'on ne le pense. Un exemple : nous sommes particulièrement actifs en matière de maintien des personnes handicapées physiques dans l'entreprise. Autre illustration : nous avons mis en place avec la CFDT des actions de lutte contre les discriminations à destination des publics issus de l'immigration. C'est bien la preuve qu'il est possible d'agir de concert, patrons et salariés autour d'objectifs communs, en mettant par exemple en place une politique de CV anonymes qui permet de casser les préjugés.

Il existe donc indéniablement des liens à créer ou à consolider entre l'économie classique et l'économie sociale et solidaire afin de favoriser la cohésion sociale et un développement économique équilibré. Je pense d'ailleurs que de nombreuses

entreprises classiques prennent des initiatives en matière de gestion des ressources humaines ou d'environnement qui sont aussi valables que celles défendues dans l'économie sociale et solidaire. Il ne faut pas oublier que les TPE et PME s'inscrivent aussi dans une dynamique de développement local et qu'elles ont tout intérêt à agir de manière responsable. Il faut donc créer des liens entre elles et les acteurs de l'économie sociale et solidaire. Les PME et les TPE représentent tout de même 94% du tissu économique régional. Et pourtant la CGPME est souvent mise de côté parce qu'elle n'a pas la puissance et la force de frappe du MEDEF. C'est dommage. D'autant plus que les patrons de ces entreprises sont généralement solidaires de leurs salariés et entretiennent avec eux des liens différents que dans les grandes entreprises. Si leur entreprise fait faillite, ils se retrouvent eux aussi bien souvent démunis, ils ne touchent pas les ASSEDIC, ce sont les moins protégés des français aujourd'hui... Brisons les tabous et travaillons ensemble.

Hervé KNECHT, Président du directoire de Flandre Ateliers

Aujourd'hui, il est important de se poser la question : qu'est-ce que l'économie sociale et solidaire ? Il y a une véritable urgence pour notre secteur, pour l'avenir de l'homme et de la planète. Le système actuel est fragile et la seule optique viable est d'apprendre à partager, à créer de la solidarité, à consommer mieux. Il y a aussi une véritable urgence à regrouper toutes les économies (financière, marchande, non-marchande, sociale...). C'est ce que nous essayons de faire, à notre niveau à Flandres Ateliers : créer des vrais outils pour l'emploi durable de personnes en situation de handicap. Nous sommes une entreprise d'insertion qui emploie environ 420 personnes sur la métropole. Notre objectif est d'offrir du

travail à des personnes handicapées, généralement sur des tâches industrielles puis, par la formation, de parvenir à les reconverter sur des tâches tertiaires pour qu'elles réintègrent l'économie classique.

C'est ainsi que nous envisageons notre activité : « mettre les économies en solidarité ». Par ailleurs, dans notre organisation interne, nous essayons d'être également exemplaires. Ce n'est pas parce qu'on se revendique de l'économie sociale et solidaire qu'il faut par exemple négliger un lieu de dialogue social ou faire de l'argent un tabou. Car même s'il n'y a pas de distribution de dividendes, nous avons cette volonté d'être transparents sur nos bilans et l'utilisation des excédents.

Pascal CHARTOGNE, Autonomie et Solidarité

Autonomie et solidarité est une société anonyme à capital risque, variable, sous forme de coopérative. Elle existe depuis 1991. A l'origine, des actionnaires ont rassemblé leurs moyens et se sont fixés pour objectifs de développer l'entrepreneuriat, créer des emplois et lutter contre l'exclusion par l'insertion. Depuis, le capital a été très largement ouvert. Pour l'intégrer, des actions peuvent être achetées à 77 euros, avec la création d'emplois comme seul dividende, assorti, par ailleurs, de déductions fiscales. Nos actionnaires sont également des militants actifs puisqu'ils apportent leurs compétences, en parrainant les chefs d'entreprise par exemple. Nous finançons donc des créations d'entreprise en entrant dans leur capital. Nous n'allons pas au delà de 25% de

participation puisque c'est au porteur de projet de diriger son entreprise. Ceux-ci sont d'ailleurs très variés. Ce qui compte pour nous, c'est d'abord l'aspect humain. Quelles sont les valeurs de l'entrepreneur, comment envisage-t-il le management ?

Nous sommes, finalement, un lien entre épargnants, bénévoles et entreprises, dans une optique de promotion de l'intérêt général. A noter que notre « ticket d'entrée » est de l'ordre de 35 000 euros d'investissement. Pour des projets plus petits, nous coopérons avec les CIGALES (Clubs d'Investissement pour une Gestion Alternation de l'Epargne Solidaire). Pour eux, comme pour nous, la clé du succès réside dans l'accompagnement fourni par des bénévoles.

Marc BEUGIN, CGT (Confédération Générale du Travail)

La CGT a pour vocation de revendiquer, défendre les salariés et donc de s'investir sur les questions attendant à la gestion des entreprises. Au regard des évolutions actuelles, ce dernier aspect est devenu prédominant. Nous devons aujourd'hui proposer et construire des alternatives, ce qui nous a amené à nous intéresser à l'économie sociale et solidaire. Leur philosophie « entreprendre autrement » nous séduit. Sur la planète, 933 millions de personnes souffrent de la faim. Ce chiffre a progressé de 75 millions en un an. Il manque 50 milliards d'euros pour éradiquer la famine pourtant, dans le même temps, l'Europe a distribué 370 milliards aux banques. Tout est une question de choix.

C'est ensemble, syndicats, représentants d'une autre économie et citoyens que nous devons faire

prévaloir les défis environnementaux et sociaux. A nous d'ouvrir des chantiers, de réfléchir, par exemple, aux moyens et solutions à mettre en œuvre pour sauvegarder des emplois en cette période de crise. C'est cela aussi l'innovation sociale. Je pense d'ailleurs que les choses avancent positivement. Nous avons d'ailleurs proposé récemment une formation à l'interne sur l'économie sociale et solidaire aux collègues du syndicat. Les retours étaient plutôt positifs. Maintenant, comment va-t-on mettre en œuvre celle-ci ? En faisant évoluer les pratiques des Comités d'Entreprises par exemple ou en s'inspirant des initiatives menées dans l'économie sociale et solidaire pour améliorer le dialogue social au sein des entreprises classiques.

Benoît BOREL, CFDT (Confédération Française Démocratique du Travail)

Il existe une entité de valeurs entre celles de la CFDT et celles de l'économie sociale et solidaire. Notre syndicat met en valeur l'émancipation de l'individu et la force collective. Les notions de solidarité et d'indépendance sont aussi au cœur de notre projet syndical. Ce sont déjà des premiers points communs. Nos premières relations avec l'économie sociale et solidaire sont nées sur la question de l'exclusion et des discriminations puis d'autres sujets ont été abordés. Il y a sans doute eu des alternances entre des périodes de rapprochement et des périodes de méfiance, mais je pense qu'il est indispensable que des liens se tissent. Les organisations syndicales doivent être présentes dans l'économie sociale et solidaire pour y exercer notamment un rôle de contre pouvoir. Tout employeur peut avoir de bonnes intentions initiales mais ignore ensuite les dimensions managériale, droit du travail,... et c'est ainsi que naissent les dérives et que les pratiques ne répondent plus aux valeurs défendues. Nous-mêmes d'ailleurs, quand

nous gérons des Comités d'Entreprise, pouvons être sujets à ce type de dérives.

Voilà pourquoi, plus encore que dans l'économie classique, les syndicats peuvent jouer ce rôle d'aiguillon et favoriser une transparence plus grande sur le fonctionnement et le bilan des entreprises. La plupart des gens ne voient d'ailleurs que la face émergée de l'iceberg : la grève. Pourtant, il faut savoir que, souvent, employeurs et syndicats travaillent ensemble au service d'un projet économique de long terme. Les Comités d'Entreprises en sont une illustration et pourraient être une porte d'entrée des pratiques sociales et solidaires dans les entreprises. A nous maintenant d'éviter les dérives comme le clientélisme qui peut y exister et de nous former pour pouvoir parler de finance solidaire ou de commerce équitable. Car les moyens financiers existent. Le comité des œuvres sociales de la région représente par exemple près de 3 millions d'euros.

Nicolas WALLET, URSCOP (Union Régionale des SCOP)

Un des outils essentiels pour le développement de l'économie sociale et solidaire est le statut SCOP (Société Coopérative de Production). Il s'agit d'une forme juridique un peu particulière, où les salariés vont exercer de manière collective le pouvoir et participer à la gestion de l'entreprise. Cette situation peut sembler paradoxale puisque chaque membre de la société coopérative possède deux casquettes : il est d'une part « propriétaire » et il peut donc être amené parfois à assumer des décisions de gestion. Et d'autre part, il est salarié, ce qui l'incite à avoir des attentes vis à vis de sa propre entreprise. Par essence même, les sociétés coopératives se doivent donc d'être exemplaires. Elles portent en elles, dans leurs statuts, les gènes d'une plus grande transparence. Elles se caractérisent en somme par un contrat entre les associés.

Mais attention, les statuts ne créent pas la pratique. Il faut rester vigilant au quotidien. Nous avons ainsi tout intérêt à travailler avec les organisations syndicales pour veiller à ce respect des règles. Car le

statut, finalement, n'est qu'un outil qui vient encadrer des pratiques qu'on a envie de mettre en œuvre. L'intervention de syndicats ou d'autres organismes de représentation peut permettre d'améliorer ce projet, d'autant plus si le nombre de salariés est important.



ELEMENTS DE DEBAT AVEC LA SALLE

Sur les questions d'éco-gestion, je trouve qu'un acteur a été peu cité : le consommateur. Comment peut-il être associé à des nouvelles formes de gestion des entreprises ? Dans l'agriculture, il existe, par exemple, des AMAP (Association de Maintien de l'Agriculture Paysanne) qui mettent en lien direct consommateurs et producteurs. Il faut réinventer de nouvelles formes d'économie comme les coopératives de consommateurs.

Il faut approfondir la relation entre l'économie sociale et solidaire et les organisations syndicales. Nous avons des intérêts communs. Il est indispensable aussi de dépasser les conflits d'intérêt qui peuvent aussi parfois exister. Quand j'entends qu'« un coopérateur, c'est un syndicaliste perdu », je trouve cela vraiment dommage.

Dominique CREPEL : il y a des solutions à ce dilemme. Il est ainsi tout à fait possible de passer d'une responsabilité syndicale importante à celle de responsable dans l'économie sociale. Par exemple, la MACIF a réussi à intégrer des responsables syndicaux de haut niveau dans sa gouvernance. Ce ne sont donc pas des syndicalistes perdus. C'est vrai que c'est plus difficile dans les petites entreprises mais dans les grandes structures, les syndicats sont présents. A la MACIF, il y a 8 000 salariés et les 5 grandes organisations syndicales sont présentes, avec plus de 20% de salariés syndiqués. Je pense que même dans une structure où on élit son patron, le fait d'avoir une représentation syndicale est important.

Marc BEUGIN : la MACIF est ce qu'elle est aujourd'hui parce qu'il y a eu une implication des organisations syndicales. Comme dans le milieu associatif, ce sont les militants qui font avancer les choses. On devrait tous se retrouver. Un lieu approprié pourrait être le schéma régional de développement économique et ses déclinaisons locales.

Hervé KNECHT : on pourrait aussi dire que le syndicaliste est un coopérateur à gagner. Même si, dans ce

domaine, on sait que les rôles « imaginés » sont difficiles à faire évoluer. A savoir celui du sale patron et du bon syndicaliste.

Quels sont les critères sociaux que juge Autonomie et Solidarité quand elle évalue un projet ?

Pascal CHARTOGNE : nous évaluons un porteur de projet par rapport à un certain nombre de critères : participation à l'insertion par l'économie, action en faveur de l'emploi, implantation sur un secteur géographique défavorisé, respect de l'environnement, utilité de la filière et/ou du produit,...

Par rapport au sujet « la coopération et le dialogue », imaginons une usine chimique qui ferme ses portes en métropole lilloise avec 200 salariés sur le carreau. Que pourrait-on co-construire dans une optique d'économie sociale et solidaire ?

Benoît BOREL : la piste essentielle, c'est la formation professionnelle. Comment fait-on pour que les salariés aient le temps de se reconverter ? C'est dans ce domaine où les acteurs de l'économie sociale et solidaire peuvent être actifs.



Plénière d'ouverture animée par Bertrand VERFAILLIE, journaliste

Lieu : Hôtel communautaire / Lille

PLENIERE D'OUVERTURE

Hier, aujourd'hui et demain, l'économie sociale et solidaire à la pointe de l'initiative

ENJEUX DE LA PLENIERE

Vous avez dit « économie sociale et solidaire » ? Un OVNI ? Un OVNI vieux de plusieurs siècles alors. Car si le terme est peu connu, tout historien qui se respecte vous dirait qu'elle est par exemple à la base de la constitution du mouvement ouvrier et des systèmes de protection sociale. Rien que ça ! L'économie sociale et solidaire insufflé en fait un vent nouveau sur l'économie depuis que l'économie existe. Simplement parce qu'elle répond aux besoins de la société. D'ailleurs, des millions de citoyens côtoient ce monde couramment, en étant adhérents de mutuelles, de coopératives, d'associations.

Qu'est ce qui, hier, a permis son développement ? Qu'est ce qui aujourd'hui la dynamise ? Pourquoi et à quelles conditions l'économie sociale et solidaire est une réponse aux enjeux de la société de demain ?

LES INTERVENTIONS

Richard PIN, Responsable du Parcours Management de l'Innovation Sociale à l'IEP de Lille (Institut d'Etudes Politiques)



Quels liens entre l'innovation sociale et l'économie sociale et solidaire ?
L'innovation sociale est-elle incluse dans l'économie sociale et solidaire ou est-ce l'inverse ?

L'économie sociale et solidaire a-t-elle toujours été à la pointe de l'initiative ? De quelle initiative parle-t-on ? Je commencerai par mettre en perspective ces questions au regard du parcours de formation dont je m'occupe. Dans ce parcours, nous définissons l'innovation sociale comme l'évolution significative d'une approche en vue de résoudre un problème social. Pour ce faire, nous nous appuyons sur deux axes de formation : un socle en sciences sociales et humaines et des projets de terrain menés avec des entreprises. En termes de débouchés, 1/3 de nos étudiants évoluent aujourd'hui dans l'économie capitaliste, 1/3 dans l'économie sociale et solidaire (coopératives, mutuelles, associations...) et le dernier tiers au sein des collectivités territoriales. Je constate ainsi un rapport parfois ambigu entre les jeunes et l'économie sociale et solidaire. D'abord cette dernière n'est pas forcément à la mode. Mes étudiants n'en font pas une

priorité. Ils se sentent concernés mais ne s'impliquent pas forcément. Ce que j'appelle « le paradoxe de l'œuf bacon ». Pour en produire un, il vous faut une poule et un cochon qui donnent une part d'eux même. La différence, c'est que la poule a été concernée et que le cochon a été impliqué. Entre l'économie sociale et solidaire et l'innovation sociale, c'est la même chose. Beaucoup de jeunes veulent changer le monde mais lorsqu'on leur demande s'ils sont prêts à entreprendre dans l'économie sociale et solidaire, avec ce que cela signifie en termes de statut ou de rémunération, beaucoup hésitent.

Trois choses me préoccupent donc pour faire avancer les choses : le choc des générations avec un renouvellement nécessaire, mais difficile, des forces vives de l'économie sociale et solidaire ; un défi culturel pour positionner l'économie sociale et solidaire comme une vraie alternative ; le fait qu'universitaires et acteurs de terrains sont encore trop cloisonnés dans leurs univers respectifs. Enfin, il reste le paradoxe interne, celui qui distingue « économie solidaire » et « économie sociale ». L'économie solidaire, par ses ambitions et sa noblesse (humanitaire, commerce équitable,...) parle davantage aux jeunes mais à l'inverse c'est l'économie sociale qui leur semble plus abordable en raison de sa structuration plus ancienne, de sa solidité.

Frances JONES, Directrice du développement de la South Leeds alternative trading Enterprise

La ville de Leeds, en Angleterre, se montre très active pour développer cette « autre vision de l'économie ». J'illustrerai mon propos par la présentation de 4 entreprises à Leeds qui se sont créées en respectant les principes de l'économie sociale et solidaire : la réponse à des besoins non satisfaits, le respect de l'environnement, l'emploi (de personnes handicapées par exemple). La première de ces entreprises est une ressourcerie, elle récupère des meubles dans les déchetteries et les revend à des personnes défavo-

risées. Les emplois créés sont réservés à des personnes en recherche d'emploi ou handicapées. Nous avons ouvert un magasin au sein d'un bâtiment municipal qui abrite également un centre destiné aux personnes déficientes mentales. L'autre avantage de notre démarche est de favoriser les relations sociales entre le public et les personnes handicapées. La seconde entreprise propose des services de proximité. Cette société a connu un grand succès car s'il s'agit d'une entreprise sociale créée par trois femmes issues de

milieux très différents. Elle s'adresse essentiellement à des usagers qui n'ont plus accès aux services de la ville. Troisième exemple avec cette entreprise « culturelle ». A l'origine, il s'agissait d'une démarche bénévole engagée par deux femmes qui avaient envie de défendre l'environnement, de promouvoir d'autres modes de consommation. Avec des enfants, elles ont monté des projets artistiques à partir de la récupération d'objets. L'expérience s'est muée en entreprise sociale. Dernière illustration avec une expérience menée dans le quartier défavorisé de L.S 11. Il s'agit d'une entreprise qui a été créée par un homme qui travaillait à l'époque pour une compagnie HLM. Il a eu l'idée de reprendre un vieux bâtiment emblématique du quartier et d'y proposer des activités favorisant le lien social et l'entrepreneuriat : un café, des espaces de conférences. Aujourd'hui, le lieu est deve-

nu un poumon pour le quartier. Une vitrine qui permet d'attirer entreprises et nouveaux locataires.

Elue jusqu'en 2002, j'ai accompagné toutes ces démarches qui ont vu le jour grâce à des volontés locales et l'appui de l'administration. Celle-ci a besoin de forces vives sur le territoire qui participent à l'aménagement des quartiers, à l'aide aux personnes en difficulté, à la valorisation des déchets... et, in fine, à la création d'emplois. C'est pourquoi certains marchés sont réservés aux entreprises du tiers secteur (comme on les appelle en Angleterre). Il s'agit ainsi d'encourager les gens à entreprendre, à réintégrer la société en apportant leur contribution. Ce type d'entreprise est encore très récent mais de plus en plus de gens se positionnent en entrepreneur social et remplissent ces missions autrefois dévolues à l'Etat.

Pierre GLORIEUX, enseignant retraité et membre de l'association régionale d'histoire ouvrière et syndicale



Le but de mon propos sera de présenter la démarche des coopératives de consommateurs (et plus particulièrement l'EPI menée à Halluin) dans une perspective historique.

Il ne s'agira pas d'ailleurs d'adopter une vision passéiste qui consisterait à dire : « avant c'était mieux, il faut revenir aux coopératives de consommateurs ». Mais plutôt de comprendre les évolutions et d'envisager des perspectives d'avenir. Revenons-en au contexte. Nous sommes au début du XX^{ème} siècle à Halluin, où, politiquement, les idées marxistes sont très vivaces. La ville compte 15 000 habitants, pour la plupart des ouvriers travaillant dans les secteurs du textile et du bois. L'EPI est créée en 1910 par un syndicat d'Halluin. Elle consiste en une coopérative de consommateurs autour d'une boulangerie, dans le cadre d'une dynamique globale de développement de ce type de structures, un peu partout dans notre région. L'initiative prend rapidement de l'ampleur. De 14 adhérents à son lancement, elle atteint le nombre de 2800 personnes en 1930, au moment de son apogée. La coopérative couvrait alors le quart des besoins de la population.

L'essor se fait difficilement. Il existe des oppositions au mouvement corporatiste qui « détournerait l'ouvrier de la lutte ». Mais la démarche séduit. Les ouvriers veulent du concret. Et qu'y a-t-il, à l'époque, de plus concret que la nourriture. Le prix du pain est démentiel, celui de la pomme de terre également. L'initiative est donc d'abord pragmatique. D'autant plus pendant les deux guerres mondiales, où elle assure la subsistance des populations. En prenant de l'ampleur, de nombreuses autres activités se développent : un secteur « épicerie », la vente de charbon. Dans les années 20, est même créée une caisse d'épargne appelée « la ruche ». Ils occupent ensuite des bâtiments où sont installés un restaurant, un café, une salle des fêtes. C'est toute une vie sociale qui se tisse autour de la coopérative. Puis viennent une salle de couture, un théâtre, une fanfare. Une structure spéciale est créée pour gérer ce qui devient une grosse affaire. En 1930, ils changent de nom et d'orientation. La CFTC Nord veut faire de cette coopérative un réseau régional. Le siège s'installe à Lille. Jusqu'à 120 boutiques sont alors recensées. Et puis, le déclin s'amorce avec la seconde guerre mondiale et ses pillages. C'est alors qu'apparaît une grande surface à proximité de Roncq qui draine de plus en plus la clientèle habituelle de la coopérative. C'est le début de l'individualisme à l'américaine. A l'aube des années 90, la coopérative finit par disparaître.

Théophile PREVOST, Directeur de la Régie de Quartier de Fives

Le concept des régies de quartier est né à la fin des années 70, à Roubaix dans le quartier d'Alma-Gare. Des habitants, face à un projet de démolition, se sont mobilisés pour devenir les acteurs de la restructuration de leur quartier. Ils se sont réunis dans le cadre d'une opération syndicale et ont défendu l'idée qu'ils étaient capables d'entretenir eux-mêmes leur quartier. C'est ce qui fonde le concept et le fonctionnement des régies de quartier aujourd'hui. Il en existe 140 en France, regroupées au sein d'un comité national. Les régies de quartier associent des habitants, des acteurs institutionnels et les bailleurs sociaux. C'est un outil de gestion urbaine, de l'insertion par l'économie et de mobilisation démocratique. Les salariés sont issus du quartier et s'inscrivent

dans des démarches d'insertion.

Les objectifs d'une régie de quartier sont la participation à l'amélioration du cadre de vie d'un quartier, le développement du lien social par la participation des habitants et l'insertion au sens large. Elles sont généralement implantées dans des quartiers d'habitat social délaissés. Elles y proposent des activités de gestion urbaine (nettoyage, entretien de la voirie, des espaces verts...) et des services aux habitants (garage ou restaurant associatifs, transports collectifs,...). C'est aussi son mode de gouvernance qui en fait un outil relevant de l'économie sociale et solidaire. Les habitants sont présents dans toutes les strates de fonctionnement de la régie de quartier : au sein du conseil d'administration, des

activités et des comités de suivi. La régie de quartier de Fives était à l'origine la régie technique de proximité de Fives, qui existe depuis 13 ans. Il y a deux ans, nous avons choisi de la faire évoluer en régie de quartier. La labellisation sera obtenue début 2009. Elle compte aujourd'hui 25 salariés, tous habitants du quartier. Nous contractualisons des marchés avec la ville de Lille et Lille Métropole Habitat (LMH) mais, par ailleurs, nous travaillons sur le développement de services aux habitants, tels que ménage, petits tra-

vaux, ceci dans une logique de mobilisation conjointe de l'offre et de la demande. Pour ce faire, nous nous concertons avec les habitants sur la formalisation des activités, en réponse à leurs besoins exprimés. Il s'agit d'une logique économique en circuit court qui crée des emplois nouveaux et pérennes sur le quartier. L'innovation sociale se situe ici autant dans le montage et la gouvernance que dans les activités elles-mêmes.

Bruno LEFEVRE, Gérant d'Insite

Pourquoi mettre en parallèle « économie sociale et solidaire » et « NTIC » (Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication) ? Parce que l'innovation y joue un grand rôle et que les deux secteurs présentent de nombreux points communs. Considérons les grandes valeurs de l'économie sociale et solidaire : la place central de l'homme, l'intérêt général, la réponse à des besoins réels. Derrière ces valeurs, le but ultime de l'économie sociale et solidaire est le bien être de tous. La finance, les technologies, les moyens de production sont dans cette optique replacés à leur rôle de moyens. Ce sont ces modes de relation qu'on retrouve autour de l'internet. Fabriquer des sites internet, c'est justement le métier d'Insite, une société coopérative créée à Roubaix en 1996. Aujourd'hui, les technologies sont aisément accessibles. Ce qui compte, c'est leur usage. A Insite, nous avons choisi de replacer l'humain au cœur des projets internet. L'internet est, selon moi, un vecteur fort pour le développement de l'économie sociale et solidaire. La notion d'intelligence collective y est très forte et il s'adapte en permanence aux besoins.

L'illustration de ce modèle réside sans doute dans le développement des logiciels libres. Dans le modèle classique, la relation est unilatérale. Une société crée un logiciel dans le cadre d'un process industriel puis le vend ainsi que ses évolutions futures. La logique des logiciels libres est totalement différente. Quelqu'un développe un outil, et le met en libre service

(gratuitement ou non) tout en donnant l'autorisation à chacun de le développer et de l'adapter à ses besoins. Il s'agit cette fois d'une qualification permanente des technologies internet.

Autre illustration de l'utilisation solidaire d'internet : l'entreprise Websourds. Ou comment, grâce à internet, répondre à des besoins non satisfaits de personnes sourdes. Ce projet est né en 2000 à Toulouse sur la base d'un constat : les sourds et malentendants (4 millions de personnes en France) souffrent d'illettrisme, peinent à communiquer entre eux et participent peu à la vie sociale. Ils ont donc imaginé une plate-forme internet entièrement déclinée en vidéos en langue des signes. Depuis, de multiples services ont également été développés, notamment en termes d'interprétation en direct. Un service auquel souscrivent de plus en plus de services publics et de collectivités. Une personne sourde, devant un écran, est filmée pendant qu'elle s'exprime en langues des signes. Ailleurs, un interprète traduit en français la demande, pendant que, devant la personne sourde, l'agent entend ce que la personne sourde lui dit avec ses mains. Et vice versa, ce qui permet aux deux personnes de se comprendre. Grâce à ces technologies, les personnes sourdes peuvent aussi appeler leurs proches, le dentiste. Une révolution. La Société Coopérative d'Intérêt Collectif Websourds emploie aujourd'hui 13 salariés et est financée grâce aux prestations proposées.

Philippe BOUCHEZ, Chef du service prospectives et planifications au Conseil Régional Nord - Pas de Calais

Quelques tendances prospectives afin d'évaluer les évolutions économiques à venir. Premier constat : un essor démographique sans précédent. En 2040, il y aura autant d'hommes sur la planète que l'ensemble des hommes comptabilisés depuis le début de l'humanité. Cet essor se fera essentiellement en Asie et en Afrique. L'Europe qui abritait en 1950 1/3 de la population mondiale, n'en abritera plus qu'1/9 en 2050. En parallèle, l'Europe connaît un vieillissement de sa population qui se poursuivra. L'enjeu des services à la personne, présenté souvent comme un axe fort du développement de l'économie sociale et solidaire est donc avéré. Autre élément important : le PIB ne suffit plus aux mesures de développement économique. De nouveaux indicateurs, tels que l'IDH (Indicateur de Développement Humain), deviendront prépondérants. L'IDH repose sur le niveau de vie, l'éducation, la santé. Nous avons engagé un travail à l'échelle de la région pour évaluer notre développement régional à partir d'un de ces outils de mesure, composé de trois variables : un indice comparatif de

mortalité à l'échelle de l'arrondissement, le % de personnes diplômées de la commune, le revenu fiscal médian par unité de consommation. Les premiers résultats s'avèrent positifs même si l'on constate certaines disparités entre d'un côté les anciens bassins industriels, les régions portuaires, le rural profond et de l'autre la métropole lilloise, l'audomarois ou l'arrageois.

La région connaîtra d'ici 2030 des évolutions comparables aux autres territoires français : une croissance des centres urbains (1 habitant sur 3 vivra alors en métropole lilloise), un vieillissement (passage de l'âge moyen de 36 à 40 ans), un accroissement des disparités économiques. Les enjeux dans les 30 ans à venir sont ainsi clairement identifiés : la montée de l'individualisme, la gestion des mutations culturelles et informationnelles de plus en plus innovantes et rapides, la formation permanente, la lutte contre les ségrégations sociale et spatiale. L'économie sociale et solidaire doit prendre en compte ces données pour s'y adapter.

ELEMENTS DE DEBAT AVEC LA SALLE

Anne-Laure FEDERICI : L'intérêt des jeunes pour l'économie sociale et solidaire est-il si faible que cela ? J'ai plutôt l'impression qu'il est plus important qu'il y a 15 ans. En témoigne l'implication des étudiants dans les associations universitaires. Le problème ne vient-il pas surtout du peu de cours dispensés sur l'économie sociale et solidaire à l'université ?

Richard PIN : il est évident que de plus en plus d'étudiants ont un discours très positif vis à vis de l'économie sociale et solidaire. Mais ils se tournent majoritairement vers l'économie classique. Parce que l'économie sociale et solidaire n'offre pas de perspectives suffisantes. Un exemple : il existe aujourd'hui 2000 sociétés coopératives en France dont le nombre de salariés atteint à peine la moitié de celui de la coopérative Mandragon en Espagne. Certes, les choses évoluent. 200 nouvelles sociétés de ce type ont ainsi vu le jour en 2007 mais ce n'est qu'un début. Deux axes de travail sont donc à ouvrir : promouvoir, comme vous le faites à l'APES, cette ouverture intellectuelle dans les universités mais également développer de véritables perspectives professionnelles dans le secteur pour y attirer les cadres.

Anne-Laure FEDERICI : le problème est en effet que le secteur ne peut pas offrir un emploi adapté à l'ensemble des personnes qui le souhaitent. On le constate avec les masters spécialisés « économie sociale et solidaire » où les diplômés peinent à être recrutés, les acteurs privilégiant une approche plus technique.

Christiane BOUCHART : la piste des coopératives de consommateurs mérite d'être développée. Il s'agit de mouvements collectifs qui créent un rapport de force pour promouvoir une autre consommation et donc de nouveaux modes de production, comme le font les magasins Biocoop

Richard PIN : la question essentielle réside dans la montée de l'individualisme qui tue la cohésion nécessaire entre consommateurs. Aux Etats-Unis, par exemple, Wall Mart, dont les pratiques managériales sont détestables, est ainsi la chaîne de grande distribution la plus détestée des américains mais aussi la plus fréquentée. Ce n'est que par la refondation de nouveaux liens sociaux que des coopératives de consommateurs pourront renaître et se développer.

Bruno LEFEBVRE : l'économie sociale et solidaire doit prendre davantage en compte la diversité des consommateurs. Etre adhérent de Biocoop, c'est un acte militant. Etre adhérent a une avoir une réponse à un besoin concret. A nous de lier les deux. Car force est de constater qu'il existe dans la population un besoin de réponses opéra-



tionnelles qu'on trouve dans un hypermarché et pas forcément dans une boutique bio. Notre secteur a sans doute du mal à s'émanciper de ses statuts, de son image militante, pour ne pas dire élitiste. Faisons plus de marketing, utilisons davantage les outils modernes pour les mettre au service d'une autre culture économique. Nous nous inscrivons alors dans un modèle économique de masse.

D'où proviennent les financements des régies de quartier ?

Théophile PREVOST : de l'hybridation de ressources. La régie de quartier mixe des contrats classiques de droit commun et des contrats aidés. La contractualisation des marchés se fait dans le cadre de chantiers école, de commandes directes ou par le biais d'appels d'offre.

Dans quelle mesure l'insertion est un champ de l'économie sociale et solidaire ?

Christiane BOUCHART : un certain nombre d'entreprises d'insertion par l'économie relèvent de l'économie sociale et solidaire dès lors qu'elles portent les valeurs du secteur et qu'elles s'inscrivent dans une démarche d'entrepreneuriat collectif.

Pourquoi des modèles innovants comme les régies de quartier ont du mal à passer du prototype à la série ? Et pourquoi ont-ils tendance à perdre leurs capacités d'innovation et à être instrumentalisés ?

Théophile PREVOST : entre 1980 et 2000, les régies se sont développées rapidement puis elles se sont toutes inscrites dans des politiques d'insertion par l'économique, parce que les besoins évoluaient. En même temps, elles se sont construites davantage à partir d'une volonté municipale que d'une action militante. Il y a aussi une certaine facilité à se cantonner aux activités classiques plutôt que d'aller vers d'autres secteurs et de se montrer innovant.

Christiane BOUCHART : pour éviter l'instrumentalisation, il faut que les citoyens se saisissent de l'objet. C'est ce qui fait la différence entre une régie technique de proximité et une régie de quartier comme celle de Fives où les habitants, les associations se sont réappropriés la démarche.

Quelle place à l'avenir pour l'économie sociale et solidaire dans notre société ?

Philippe BOUCHEZ : elle progresse. Elle a notamment été reconnue par le schéma régional de développement économique. Il s'agit d'un grand pas en avant pour que l'économie sociale et solidaire perde de sa marginalité. Pour qu'à l'avenir, on ne parle plus d'économie sociale et solidaire, que ses valeurs soient devenues la norme.

Plénière d'ouverture animée par Bertrand VERFAILLIE, journaliste

Lieu : Hôtel communautaire / Lille

ATELIER

Se former tout au long de sa vie à l'économie sociale et solidaire

ENJEUX DE L'ATELIER

Ici, une université populaire, qui forme des citoyens à être acteurs de leur territoire. Là, une semaine de sensibilisation à l'économie sociale et solidaire organisée dans un lycée. Ailleurs encore, une formation dédiée au management d'entreprises sociales et solidaires. Les initiatives existent. Elles sont encore trop peu nombreuses. Car c'est à tous les âges de la vie, dans toutes les actions éducatives, dans tous les secteurs professionnels que les pratiques de l'économie sociale et solidaire doivent être intégrées. Un vaste chantier qui mérite réflexion.

Comment, d'abord, mobiliser tous les acteurs concernés pour élaborer et faire connaître une offre de formation, innovante dans son contenu et dans sa pédagogie, qui permette à chacun de s'appropriier les fondements de l'économie sociale et solidaire. Au-delà même des cursus de formation, ensuite, quels outils, quels moyens pour offrir à chacun la capacité de progresser, de se développer, de s'impliquer dans la chose publique ? Car si « enseigner » l'économie sociale et solidaire s'avère être un enjeu fondamental, « l'apprendre » l'est tout autant. Quelle réponse dès lors ? En effet, la formation, qui ne peut être un marché de plus, doit davantage se mettre au service de la société. Tant sur le contenu que sur la pédagogie. Un objectif à atteindre ensemble, entre enseignants, formateurs, universitaires, techniciens et élus de collectivités, acteurs du monde associatif, citoyens, syndicalistes,...

LES INTERVENTIONS

Jean-Louis COGEZ, Directeur du CUEEP de Lille

J'ai le plaisir d'accueillir cette rencontre dans les locaux du CUEEP. Le CUEEP est un institut dépendant de l'université de Lille 1, basé sur plusieurs centres et travaillant principalement dans le domaine de la formation permanente, de la lutte contre l'illettrisme jusqu'à la délivrance de doctorats en science de l'éducation. Notre nom « Centre Université-Economie d'Education Permanente » atteste déjà que nous en sommes en phase avec vos valeurs, celles de l'économie sociale et solidaire. Je suis récemment tombé d'ailleurs sur une définition de cette économie : « elle place la personne humaine au centre du développement économique et social ». Et justement, un des concepts qui nous caractérise, c'est de centrer l'information sur l'apprenant. C'est fondamental pour nous de tenir compte de la personne, de ses besoins... Mais même au-delà des modes pédagogiques, nous

travaillons avec des acteurs de l'économie sociale et solidaire : des entreprises d'insertion par exemple comme Flandre Ateliers à Tourcoing.

Autre élément qui me semble important : la formation ne doit pas être un marché de plus. Et c'est sans doute là que des notions comme celles de l'éducation permanente doivent être défendues. D'ailleurs, une nouvelle façon de considérer les formations et de les mettre en œuvre est en train de voir le jour à travers le concept de « compétences clé », un concept initié par la Communauté Urbaine et dont la mise en œuvre se fait progressivement au niveau de l'Etat et du Conseil régional. Un concept proche de nos valeurs en raison de son état d'esprit : permettre à la personne de s'approprier des savoirs mais surtout son destin.

Anne-Laure FEDERICI, animatrice régionale de l'APES



On peut mesurer le chemin parcouru depuis les premières rencontres métropolitaines organisées il y a 2 ans : une sensibilisation accrue des étudiants et du milieu universitaire et une augmentation du

nombre de formations spécifiques au domaine ou en tous cas les prenant en compte.

Il y a encore bien entendu un travail important à faire pour que l'économie sociale et solidaire ait pleinement sa place dans les programmes de formation scolaires et universitaires. L'un des enjeux importants pour le groupe de travail qui a préparé cet atelier était la nécessité de bâtir des partenariats avec d'autres acteurs : ceux intervenant dans le domaine de la formation permanente, de la formation tout au long de la vie et de la formation syndicale. Car le thème de la formation, il ne faut pas l'oublier est inscrit dans les gènes mêmes de l'économie sociale et solidaire : les statuts des premières coopératives faisaient de l'éducation des membres un principe.

Scarlet COURVOISIER-WILSON, enseignante à la Sorbonne, « Lettre de l'Economie Sociale »

L'objet de mon intervention est de vous résumer le travail réalisé à la délégation interministérielle à l'innovation, à l'expérimentation et à l'économie sociale dans le cadre d'un groupe de travail intitulé "comment favoriser l'enseignement de l'Economie Sociale et Solidaire?". Pour commencer, il est à noter que ce groupe était constitué d'un certain nombre d'administrations dont principalement l'Education Nationale mais aussi des représentants du Conseil Supérieur de l'Economie Sociale et de têtes de réseaux. Mais force est de constater, au bout d'un an et demi, que les désaffections furent nombreuses. Nous cherchons donc à reconstituer un groupe de travail sur ces questions fondamentales cette fois en s'appuyant sur des gens de terrain, comme vous, présents aujourd'hui.

Pour nous, l'information, l'éducation et la sensibilisation à l'économie sociale et solidaire est un enjeu stratégique majeur. Un enjeu à long terme qu'il ne faut pas négliger même si les entreprises du secteur ont forcément des objectifs à court terme de productivité. En effet, l'économie sociale et solidaire a toujours revendiqué une meilleure connaissance de ses hommes, de ses entreprises, de ses spécificités, de ses valeurs... et qui dit connaissance dit reconnaissance. Or, sans formation, sans information ou sensibilisation à l'économie sociale et solidaire, il n'y a pas de connaissance donc pas de reconnaissance. Le paradoxe est énorme, car l'économie sociale et solidaire veut être reconnue mais n'investit pas sur les défis majeurs qui conditionnent son développement.

Bien sûr, la délégation a connu quelques succès, visibles aujourd'hui : la mise en place d'un réseau de Chambres Régionales de l'Economie Sociale et Solidaire ou des programmes de recherche et d'études qui permettent aujourd'hui d'en savoir plus sur le poids socio-économique de l'économie sociale et solidaire. **Mais il reste un échec flagrant,** celui de la formation, de l'éducation et de la sensibilisation. Il est temps de relancer le débat d'autant plus que les pré-

occupations environnementales ou les discussions sur les nouveaux indicateurs de mesures de la richesse ont fait évoluer les prises de conscience et l'intérêt. De plus en plus de citoyens s'intéressent à l'économie sociale et solidaire. Des chefs d'entreprise du secteur qui peinaient autrefois à recruter, reçoivent aujourd'hui des candidatures spontanées. Les choses changent. Et nombreux sont ceux qui veulent aller vers ces entreprises qui offrent plus de solidarité et se mettent au service de l'homme. Je voudrais aussi insister sur la complémentarité de 3 dimensions : la dimension « formation interne » (celle des dirigeants et administrateurs qui doivent être porteurs des actions), la dimension « communication » (qui suppose un projet politique avec des messages forts et des leaders d'opinion) et la dimension « éducation » (tout au long de la vie et à tous les stades d'enseignement).

Revenons-en au groupe de travail. Nous avons pu mettre en avant les constats suivants :

1. Une absence ou un déficit de connaissance dans les programmes et manuels en direction des élèves.
2. Un déficit d'information dans la formation même des instituteurs et professeurs.
3. Un manque de lobbying des instances ou représentants de l'économie sociale et solidaire auprès du Ministère de l'Education Nationale.

Le groupe de travail a également élaboré des pistes d'action :

1. Investir les lieux où on parle de culture économique.
2. Travailler avec l'Education Nationale pour que dans les programmes (et notamment au niveau du secondaire où il y a le plus de déficit), il soit fait référence à l'économie sociale et solidaire. Il faut également faire le lien avec les entreprises (organisation de stages notamment).
3. Soutenir l'élaboration de documents pédagogiques d'information sur la nature des entreprises d'économie sociale et leur participation à la vie économique.

RESTITUTION DES 4 SOUS-ATELIERS

Se former à être citoyen

Témoignages : 4 membres de l'Université Populaire de Parents du bassin minier et Vincent BOUTRY, fondateur et actuel secrétaire de l'Université Populaire et Citoyenne de Roubaix et

Rapporteur : Ignace MOTTE, directeur de DIESS Lille Métropole

Les deux expériences présentées dégagent des similitudes. Déjà sur leur principe : tout le monde a des savoirs. Ensuite sur la volonté de refonder des collectifs à partir de thèmes précis proposant une posture politique qui donne lieu à débat. Il s'agit également de lieux de croisement avec des scientifiques, des professionnels et des acteurs de terrain. Ce sont enfin des lieux qui veulent s'inscrire dans la durée.

Les deux expériences ont également leurs propres spécificités. L'expérience de l'Université Populaire de Parents (UPP) est née d'une commande publique, émise par le gouvernement : organiser des lieux d'écoute et d'accompagnement des parents. Une association (l'ACEPP), qui s'occupe de crèches parentales, a alors décidé de développer ce projet qui s'est concrétisé sur différents territoires. Le groupe du bassin minier, lui, a décidé de s'appuyer sur le thème de la parentalité, l'autorité et le respect hier et aujourd'hui. Ce groupe d'une vingtaine de parents originaires de 4 communes fonctionne depuis 3 ans, en lien avec un chercheur. A noter qu'un travail est également mené au niveau national entre les différents groupes locaux. Au bout du compte, ce sont les pa-

rents qui deviennent des pédagogues et les résultats sont concrets : actions auprès des écoles, publication d'un livre ou encore diffusion de reportages.

L'UPC est, elle, une expérience plus solitaire. Elle ne s'appuie sur aucun dispositif de financement. Tout est parti d'un collectif de travailleurs sociaux qui souhaitaient s'exprimer. Elle propose des cycles d'échange de savoirs, des cafés citoyens, des enquêtes, des forums citoyens.

Enseigner l'économie sociale et solidaire à l'école, c'est possible

Témoignages : Caroline SPORAKOWSKI, enseignante au Lycée Gaston Berger de Lille et Sophie BLOQUIAU, chargée des activités pédagogiques et du réseau d'Ambassadeurs à Elevages sans frontières

Rapporteur : Yves MAQUET, responsable de l'association Le Pas de Côté

Le champ est évidemment très vaste. Mais il est clair qu'en termes de points d'appui, l'Education Nationale met à disposition des possibilités pour investir ce champ-là. Et des initiatives existent. En interne et en externe. Les témoignages de Caroline (une action de sensibilisation organisée par le corps enseignant) et de Sophie (une action menée par une personne de l'extérieur) en attestent. Avec des résultats qui prouvent par exemple que les lycéens s'intéressent à l'économie sociale et solidaire.

Autre élément : ça fonctionne quand les personnes sont réellement investies dans les établissements, que ce soient des chefs d'entreprise, des enseignants, des

La principale difficulté de ces expériences, c'est la question du temps et de son coût. Il faut chercher des financements, toujours justifier ses actions au détriment du temps passé pour les actions réellement productives. D'autant plus qu'aujourd'hui, tout l'appareil de formation est extrêmement réglementé et axé sur les métiers et professions. On a besoin de recréer des collectifs, de se reposer des questions, se former ensemble et échanger nos savoirs.

parents... il est indispensable d'être reconnu pour pouvoir faire progresser les choses. Egalement très important, les points d'appui institutionnels : à travers le mois de l'économie sociale et solidaire, le Plan Lillois de Développement de l'Economie Sociale et Solidaire (PLDESS) appelé Léalille, qui a mis en place un chantier "Former, se former à l'économie sociale et solidaire" ou encore les programmes d'actions du Conseil Régional.

Maintenant, il n'en demeure pas moins que des questions se posent : est-ce que ces initiatives qui s'organisent et se multiplient s'inscrivent dans une démarche d'ensemble ou ne sont-elles que des actions à la marge ? Et puis surtout, il s'agit de comprendre cette énorme structure qu'est l'Education Nationale et de voir comment on peut inscrire dans les programmes mêmes les approches proposées par l'économie sociale et solidaire.

Les défis de l'éducation permanente

Témoignages : Jean-Pierre BAERT, Comité Régional CGT et Maurice MONOKY, Président de l'AROFESSEP.

Rapporteur : Thibault GILLE, Carrefour des Jeunes

L'ambition de l'éducation permanente est forte : aider les hommes à comprendre pour mieux agir. On s'est plus particulièrement intéressés aux Comités d'Entreprises, aux syndicats et donc au public des salariés. Nos constats :

1. Un manque de culture économique, même de l'économie classique. Par conséquent, pour l'économie sociale et solidaire, c'est encore plus flagrant. Plus de 50% des salariés disent ne pas comprendre quand on parle de l'économie dans les médias.

2. Dans les structures de formation « siglées » économie sociale et solidaire, certaines valeurs se délitent. Il est indispensable donc de se réinterroger sur les modes de mise en œuvre de l'économie sociale et solidaire dans leur organisation. Et alors, elles pourront en faire plus efficacement la promotion à l'extérieur. Concrètement, il faut mettre en place des programmes de formation à destination des pédagogues, des animateurs, des éducateurs des structures de l'édu-

cation permanente et en direction des syndicalistes et Comités d'entreprise. Ces derniers peuvent être un bon appui car ils ont des prérogatives d'action sociale. Parmi les actions entreprises, notons qu'à l'AROFESSEP, un manifeste de l'éducation permanente a été co-écrit ou qu'à la CGT, la thématique « économie sociale et solidaire » est désormais inscrite dans les programmes de formation des syndicalistes.

Les choses avancent donc mais difficilement car l'éducation permanente, elle aussi, est soumise aux règles du marché.

Et la compétition qui existe entre structures, ajoutée à la baisse des financements publics, rend difficile la mutualisation des ressources et la promotion des valeurs de l'économie sociale et solidaire.



Ouvrons nos fenêtres : et ailleurs que se passe-t-il dans la formation universitaire ?

Témoignages : Nicolas CHOCHOY, Institut Godin d'Amiens

Rapporteur : Monique de Saint LOUVENT, CNAM Nord Pas-de-Calais

Le point d'appui essentiel de l'économie sociale et solidaire dans la formation universitaire, c'est l'ouverture : faire se rencontrer les acteurs des territoires, les entreprises et le monde universitaire, les chercheurs et les étudiants. L'Institut Godin en est

une belle illustration. A l'origine, il y a une rencontre. Celle d'un groupe d'entreprises du monde de l'économie sociale et solidaire qui souhaitait mettre en œuvre des projets et des étudiants de filière économique à qui ces entreprises ont proposé des offres de stages pour réaliser ces projets. L'institut s'est ainsi créé. Avec plusieurs bénéfices. Pour les étudiants, l'occasion de professionnaliser leurs parcours. Pour l'Université, développer des travaux de recherche et par exemple élaborer un tableau de 10 critères

qui permet d'identifier l'économie sociale et solidaire. L'expérience a bien fonctionné, malgré les difficultés : la circulation de l'information pour faire coïncider offres d'entreprises et projets d'étudiants, la question de la transformation de ce parcours de professionnalisation en un parcours de réussite future pour l'étudiant sans compter les questions plus « administratives » de rémunération des stagiaires ou de financement d'une thèse.

ELEMENTS DE DEBAT AVEC LA SALLE

Un constat peut être fait : il n'y a que 7% de syndiqués en France. Les autres semblent donc en dehors de toute action sociale et économique dans l'entreprise. Par ailleurs, on a du mal à faire des propositions alternatives à l'économie classique. Peut-être aussi en raison des désenchantements face à ce qui s'est passé dans les pays de l'Est. Pourtant, je suis persuadé que l'économie sociale et solidaire fait partie des solutions pour une autre économie. La CGT, par exemple, a décidé de lancer un état des lieux régional des camarades qui s'intéressent au secteur. Mais aussi d'intégrer cette dimension dans les stages CGT, d'intervenir sur le sujet dans les congrès et réunions syndicales. La CGT se veut active sur ces questions car le constat est clair : les entreprises sociales ne sont pas forcément des modèles en terme de reconnaissance des salariés ou de conventions collectives. Il faut aussi pouvoir les aider financièrement.

La journée d'aujourd'hui est un point de départ pour travailler à une autre échelle. C'est d'autant plus possible que c'est une des premières fois où l'on a une telle diversité d'acteurs impliqués. Il y a quelques projets phares qui seront une opportunité pour tra-

vailer ensemble aux niveaux national et régional. Un film de sensibilisation des jeunes à l'économie sociale et solidaire est d'ailleurs en projet sur la métropole. Il devrait pouvoir être diffusé à l'occasion du forum métropolitain qui se tiendra en 2009.



Atelier organisé par les membres du groupe LéaLille « Former, se former à l'économie sociale et solidaire (Artisans du monde, Le Pas de Côté, les CIGALES, Elevages sans frontières, la CRESS, l'APES) et l'Université Populaire et Citoyenne de Roubaix.

Atelier animé par Patricia Hanssens, journaliste

Lieu : CUEEP / Lille

ATELIER

La mutualisation : mythes et réalités

ENJEUX DE L'ATELIER

Des moyens techniques partagés, un emploi pris en charge par plusieurs structures,... L'idée a de quoi séduire. Mais est-elle si simple à mettre en œuvre ? Ni solution miracle, ni chimère, la mutualisation reste d'abord un outil aux géométries variables, à adapter à chaque situation.

Quels sont les enjeux du partage d'emplois et de compétences ? Sous quelles formes se concrétise-t-il ? Avec quels avantages et quels inconvénients ? Les initiatives existantes contribuent-elles à pérenniser des emplois permanents ? Quelles interrogations soulèvent-elles par rapport au statut associatif ?

LES INTERVENTIONS

Sandrino GRACEFFA, gérant de la CAE Grands Ensembles, gérant-consultant à Multicité, PDG de l'UES Smart France

La mutualisation apparaît de plus en plus comme une solution au développement d'activités dans le secteur culturel et artistique. En fonction du milieu, cette question est cependant abordée différemment. Dans l'économie classique, la mutualisation est d'abord un moyen afin de générer des profits, de réduire les charges et d'améliorer les performances économiques de l'entreprise. Dans le champ culturel, en raison d'une raréfaction des financements publics, il s'agit plutôt de mutualiser la misère et de parer à l'insuffisance de moyens. Ce constat influence irrémédiablement la façon dont les acteurs culturels appréhendent la mutualisation. Généralement, elle est vue comme un moyen de partager des ressources financières, humaines, logistiques, matérielles. Et, dès lors, elle réinterroge la relation entre le secteur culturel et artistique et l'économie. Or on le sait, la relation entre l'acte de création (le cœur du secteur) et l'argent, n'a jamais été simple. Ce sont aux structures d'intégrer le fait qu'ils appartiennent à une véritable filière économique, qu'ils participent à l'attractivité économique d'un territoire. Peut-être en l'appréhendant dans un secteur économique plus large, un secteur « quaternaire », celui du savoir et de la connaissance qui regrouperait la culture, l'art mais aussi les activités de technologies de l'information et de la communication, de la formation, de l'éducation. Beaucoup d'acteurs pourtant ne l'envisagent pas encore ainsi. Ils ne pensent pas que ce secteur peut être un moyen de dynamiser un secteur économique à part entière. Autre difficulté, la tendance à confondre les moyens qui sont affectés au développement culturel (création et diffusion d'œuvres) et ceux dédiés à la structuration économique de ce secteur.

L'approche « type d'emplois » est également importante. Dans la culture, ils sont extrêmement diversifiés en termes de statut (salariés, intermittents, employeurs,...), de nature (créateur, promoteur, éducateur,...) et de disciplines avec chacune leur cadre juridique. Sans compter sur les approches pluridisciplinaires qui brouillent encore les cartes. Par rapport à cette situation, on voit donc émerger des structurations innovantes qui permettent de faciliter le développement des activités et emplois dans ce secteur. Au final, se côtoient des emplois classiques, des salariés partagés qui ont plusieurs employeurs, des personnes qui sont des ressources mutualisées au service d'employeurs qui ont décidé de se regrouper ou encore des coopératives d'activités d'emploi qui offrent un cadre d'emploi permanent. Ces dernières sont environ 130 en France. Elles partent d'un postulat : on n'est plus au service d'un employeur mais d'un projet. Et la structuration, tout en permettant de sécuriser les parcours et les personnes, assure une mutualisation de la gestion administrative et d'une partie de la fonction sociale du rôle de l'employeur d'une certaine manière. Avec comme bénéfice de pouvoir se défaire librement de contraintes administratives pour développer l'activité.

La question de la mutualisation dans le secteur culturel n'en continue pas moins de faire peur car souvent, les injonctions de la puissance publique révèlent en réalité un désir de réduire un financement de projet. C'est pourquoi l'appréhender dans un principe économique plus large doit permettre de booster dans les années à venir de manière considérable ce secteur tout en luttant contre la précarisation des emplois.

Catherine GILLERON, SYNAVI (Syndicat National des Arts Vivants)

Le Synavi a été créé en 2003 à partir d'associations de compagnies qui ont décidé de prendre la forme syndicale. Il représente 40 compagnies professionnelles dans la région (400 en France). Il est vrai que le secteur culturel reste très prudent vis à vis du terme « mutualisation ». Dès 2003, le Synavi en a pourtant fait un de ses chantiers prioritaires dans le

contexte de la crise dite de « l'intermittence du spectacle »... Contexte paradoxal parce que la crise était profonde, mais aussi parce qu'elle s'est accompagnée d'une prise de conscience que le secteur culturel avait un réel poids économique. L'annulation, en 2003, du festival d'Avignon a par exemple eu des répercussions en terme d'économie du secteur marchand (commer-

ces...). Depuis 2003, le Synavi a beaucoup réfléchi et agi dans le domaine : organisation en 2004 d'une rencontre nationale sur ce thème, participation d'une dizaine d'équipes artistiques, en 2008, à un DLA pour étudier, émettre des propositions d'outils collectifs ou en février 2008 une rencontre en mairie de Lille pour faire le point sur les initiatives et expériences menées.

Où en est-on aujourd'hui ? Dans la région, certaines expériences de mutualisation se sont développées (outils techniques, administratifs...) et sont pourtant sur le point de s'arrêter en raison de problématiques juridiques (statuts juridiques pas adaptés) ou de la croyance qu'on va rapidement faire des « économies d'échelle », alors qu'il y a auparavant de nombreuses questions d'organisation du travail à régler. En revanche, il y a de plus en plus d'expériences spontanées d'équipes artistiques qui investissent des lieux, se rassemblent autour de projets communs, partagent des emplois, et qui a posteriori inventent, ce faisant, la structure qu'il faut pour poursuivre ce

genre d'expérience. Ces équipes ne demandent qu'à être accompagnées et soutenues à partir de leurs projets. Il manque pourtant encore de dispositifs le permettant. Bref, « mutualiser » n'est pas simple, d'où encore parfois une certaine frilosité liée d'ailleurs au fait qu'on l'appréhende souvent comme le remède unique au contexte de crise du secteur. « Vous êtes trop nombreux, regroupez – vous ! ». Et donc comme une réaction alors qu'elle devrait être une volonté, un choix, la conséquence d'un besoin réel de se regrouper et d'inventer des modes d'organisation alternatifs, conformes à notre attachement à la notion de service public de la culture. Nous appartenons de fait à un tiers secteur, comme en atteste ce maillage de petites équipes artistiques travaillant sur des territoires extrêmement divers, ou la nature de notre activité liant productions culturelles et publics. Les structurations actuelles ne sont plus toutes adéquates mais si on considère que mutualiser, c'est faire des économies, alors nous courrons droit à l'échec.

Eric TARTINVILLE, Président de Métalu A Chahuter

Nous sommes un exemple vivant de tentative de mutualisation culturelle. Métalu A Chahuter est le résultat d'une fusion de deux associations. A la base, nous avions un collectif qui travaillait dans le secteur des arts de la rue et nous cherchions un lieu. Deux associations se sont alors construites : « A Chahuter » qui avait pour vocation de produire des spectacles et « Métalu » qui avait vocation de gérer le lieu et y organiser des événements. Les deux associations étaient complémentaires. Mais en 2004, « à Chahuter » a connu des difficultés financières et les deux structures ont fusionné. Ce qui a permis de sauver les emplois et de restructurer l'association autour d'une plateforme mutualisée où les salariés étaient désor-

mais au service des deux activités. On a ainsi allié production, diffusion et organisation d'événements. Ce qui me paraît très important car produire sans pouvoir diffuser ou inversement ne mène à rien. Si on produit sans diffuser et inversement, ça ne mène à rien.

Il me semble important que les compagnies qui existent un peu partout en France disposent de véritables structures. Allier les deux permet de réels bénéfices. Métalu A Chahuter est un bon exemple : un collectif d'artistes qui a créé une structure prenant en charge pour eux toutes les formalités liées à la production, à la gestion administrative. C'est un outil sous forme associative géré collectivement.

Mauro MAZOTTA, GEDAS (Groupement d'Employeurs Des Associations Solidaires)

Le GEDAS est un regroupement d'acteurs qui partagent la même vision d'un territoire et des valeurs communes : mettre l'homme au sein de toutes préoccupations. Le GEDAS n'a pas été créé initialement pour le secteur culturel, même si des acteurs du secteur en font partie. Il s'agit d'un outil de gestion et de partage des compétences très structurant, avec une philosophie, un travail de fond et où la fonction d'employeur est assumée. En 2001, nous nous sommes lancés avec la création d'un seul emploi, celui d'un comptable. Des associations ont fait appel à nous et de 5 structures au départ, nous sommes aujourd'hui 24. L'objectif était de mutualiser un maximum pour réduire les coûts (par exemple, les salariés ont des bureaux qui sont mis à disposition par une association) mais pas seulement.

L'intérêt du GEDAS dépasse complètement l'aspect ponctuel de l'embauche d'un salarié. Notre groupe se réunit, échange des informations et travaille collectivement sur des sujets de fond tels que la gestion d'une trésorerie. Il est même arrivé que des associations du groupement prêtent de l'argent à d'autres...

En termes de fonctionnement, l'adhésion est facile et chaque structure s'engage sur un prévisionnel d'activité... et cela dure depuis huit ans avec, en plus de créer et de pérenniser de l'emploi, la mise en place de projets : l'organisation de conférences ou l'édition d'un journal pour mutualiser l'information et faire vivre nos valeurs.

Julek JUROWICZ, ASBL Smart Belgique, administrateur de Smart France

Smart est une association professionnelle, liée au milieu artistique et qui défend des valeurs telles que l'autonomie de la création et des artistes ou la promotion de services pour les amener à se structurer en filière économique. A l'origine, il y avait deux cabinets qui s'occupaient de comptabilité, de statut social, de fiscalité... il y avait beaucoup de travail mais ils

avaient du mal à survivre. Nous avons donc décidé de systématiser le traitement de toute une série d'opérations de manière à ne pas avoir à gérer des dossiers individuels mais de gérer une masse de « contrats de question » réunis dans un dossier unique. Ainsi est né Smart, il y a dix ans. Aujourd'hui, nous comptons 24 000 membres, techniciens et in-

termittents et 450 nouveaux adhérents par mois... Nos activités, elles aussi, se sont étoffées. D'abord la gestion de ces contrats de travail : 110 000 en 2008, représentant l'équivalent de 900 salariés temps pleins. Un « secrétariat des intermittents » encadré par 60 permanents dans l'association. Nous nous occupons également de plus de 3000 projets culturels, ce qui évite la création de structures minuscules qui auraient du mal à s'en sortir. Ces deux activités représentent une masse monétaire de 70 millions d'euros tout de même ! Enfin nous avons une troisième entité qui accorde des microcrédits aux artistes, très souvent privés d'accès aux banques...

Smart est devenu une entité financièrement indépendante des pouvoirs publics. Ce qui nous donne une grande liberté de parole et la possibilité de mener des actions de lobbying. En 2002, nous avons ainsi participé à l'élaboration de la loi sur le statut des artistes.

En termes de mutualisation, nous avons entrepris aussi de nombreuses actions. Quelques exemples :

- la conclusion d'un contrat avec une société d'assurance concernant les accidents de travail.

Avantage : la couverture est opérationnelle à l'année et pas seulement les jours de concerts. En étant preneur d'assurance, SMART donne plus de poids à la démarche et la couverture est ainsi bien meilleure.

- La création d'un fond de garantie salariale. Un prélèvement sur nos membres est effectué pour assurer les coûts de fonctionnement de l'association. Et cette tirelire permet de pallier la défaillance des donneurs d'ordre. Les gens qui travaillent chez nous sont ainsi assurés d'être payés en temps et en heure.

Il y a aussi des choses qui fonctionnent moins. Par exemple, la création d'encadrements professionnels dédiés aux différents secteurs artistiques. Le métier d'agent est en effet difficile : dans la musique, par exemple, si le groupe ne marche pas ou à l'inverse s'il est happé par l'industrie, il se retrouve sans travail. Nous avons donc décidé d'investir dans la formation de nos équipes afin qu'elles soient plus que des entités administratives mais de réels points d'appui dans la production et la diffusion des œuvres.

ELEMENTS DE DEBAT AVEC LA SALLE

Quels ont été les facteurs clefs de succès de Smart ? Comment avez-vous affronté l'individualisme des artistes, leurs réticences à s'organiser ?

Sandrino GRACEFFA : le facteur essentiel, c'est l'adhésion au projet. Nous avons mis 2 ans pour y parvenir en France. 2007 a été l'année du lancement. En 2008, 2 chantiers nous ont particulièrement occupés : l'adaptation de l'outil informatique sur une plateforme commune à la France et la Belgique et la recherche de complémentarité. En effet, le but de Smart France n'est pas de porter ombrage aux structures préexistantes sur les territoires et qui interviennent dans ce champ. Nous souhaitons plutôt travailler avec elles, en faire des opérateurs territoriaux qui distribueront notre projet sur leur zone.

L'intention de Smart France est-elle d'avoir un rôle politique ? Et, par extension, qu'en penserait un acteur comme le SYNAVI ?

Sandrino GRACEFFA : nous n'avons pas pour volonté d'être acteur des négociations ou de l'évolution de la réglementation dans le secteur culturel. Même si un des éléments déterminants de la réussite du projet en Belgique est qu'il a à l'origine été pensé par des artistes qui sont les garants de l'adaptation du service à leurs besoins. Une association professionnelle d'artistes s'est d'ailleurs créée et elle est membre administrateur de Smart France. C'est elle, et non Smart France en tant que structure, qui débattrait avec les organisations syndicales.

Catherine GILLERON : la logique lobbyiste, qui existe beaucoup en Belgique, est à mon sens, un modèle qui s'inscrit dans une vision ultra-libérale. Avec comme résultats des foires d'empoigne entre des intérêts divergents. Laissons, à mon sens, les lois entre les mains des élus de la nation. Le tout est de trouver un juste milieu entre une dépendance exclusive à un service public de la culture et l'hyper concurrence où des sociétés à but lucratif ou non vont se multiplier pour proposer des prestations à notre secteur économique. Nous, en tant que syndicat de compagnie professionnelle, nous envisageons les mutualisations non comme un moyen d'externaliser tous les services mais plutôt comme un mode de gestion pour maîtriser nos outils de production et de création.

Eric TARTINVILLE : une question qui s'est posée, à Métalu A Chahuter, c'est la responsabilisation des artistes par rapport à l'administration de l'association. Car s'il est indispensable que les artistes puissent être décideurs, qu'ils soient représentés, ces missions d'administrateur ne leur conviennent pas toujours. Ce n'est pas parce qu'on est artiste qu'on est forcément apte à être administrateur et les conflits d'intérêts apparaissent vite avec la professionnalisation.

Mauro MAZZOTA : pour conclure, je dirais que pour qu'un projet de mutualisation fonctionne, il est important de s'ancrer sur deux dimensions : le local et l'humain.

Atelier organisé par RIF, la CRESS-C2RA, avec la participation du Collectif Régional Arts et Culture et le soutien d'Opale CNAR Culture.

Atelier animé par Réjane SOURISSEAU, Opale/ CNAR Culture

Lieu : Hospice d'Havré / Tourcoing



ATELIER

Quand l'entrepreneuriat solidaire permet de faire face à la crise

ENJEUX DE L'ATELIER

A l'heure où les pratiques culturelles se transforment en « loisirs culturels », l'économie de la culture est trustée par les multinationales recherchant le profit financier immédiat au détriment de la création et des artistes, et l'espace médiatique ne promeut que les valeurs « économiquement sûres »... Les pratiques de l'économie sociale et solidaire inspirent aujourd'hui un nombre croissant d'initiatives, qui se veulent une alternative crédible au modèle économique dominant.

Peut-on (re)construire un modèle économique plus équitable pour la création artistique et les activités culturelles ? De nouveaux circuits de diffusion des œuvres peuvent-ils exister et assurer une juste rémunération aux artistes ? Comment évaluer et accompagner ces initiatives ? Quel rôle peuvent jouer les pouvoirs publics afin de protéger la diversité culturelle ?

LES INTERVENTIONS

Thomas DESMETTRE, Directeur de l'URACEN (Union Régionale des Associations Culturelles et Educatives du Nord Pas-de-Calais)

Dans « économie sociale et solidaire », il y a « économie » et « sociale et solidaire ». Il ne faut pas opposer ces deux dimensions. Et les exemples présentés dans l'atelier précédent en sont, à mon sens, une belle synthèse. Chacune des deux dimensions doit favoriser l'autre et l'avenir réside dans la faculté de chacun à créer des ponts entre les deux. C'est ce que nous faisons à l'URACEN. Nous proposons un pôle ressources mais nous sommes aussi une fédération qui regroupe environ 300 associations du spectacle vivant (entre autres) pour les accompagner sur la durée

et les aider à mieux connaître leur environnement. Le sujet proposé aujourd'hui est totalement dans cet esprit : quand l'entrepreneuriat solidaire permet de faire face à la crise. Et j'insisterai moi, pour commencer, sur le bénévolat qui ne se substitue pas au salariat mais qui permet de créer des richesses. Car on ne sait pas, quand on lance un projet, si celui-ci fonctionnera ou devra s'arrêter. Le bénévolat est aussi un facteur d'économie solidaire car il permet la création, à terme, d'activités et d'emplois.

Charlotte DUDIGNAC, co-auteur du livre « la musique assiégée » (Editions L'Echappée)

Notre livre, « La musique assiégée – d'une industrie en crise à la musique équitable », a plusieurs objectifs. D'abord expliquer l'économie de la musique. Ensuite réfléchir à l'application du concept de commerce équitable à l'économie de la musique. Cette dernière est en effet en pleine mutation en raison de la crise, l'évolution de l'intermédiation... On y constate un phénomène de concentration de la filière, de la production à la distribution en passant par la promotion. 4 sociétés contrôlent aujourd'hui les ¾ du marché du disque. Elles ont acquis leur position oligopolistique à travers deux types de conquêtes : le rachat massif de labels et l'intégration de tous les métiers au sein d'un même groupe. En outre, la distribution se fait à 80% dans les supermarchés, avec des pratiques contestables, telles les « marges arrière » qui étranglent producteurs et artistes. Les petits disquaires, qui étaient à peu près 2000 dans les années 80, ne sont plus aujourd'hui que 400 aujourd'hui. La faute à de grosses enseignes qui proposent des coûts très bas, car il n'y a pas de prix unique au niveau du disque. Autre problème, en termes de promotion dans les médias cette fois : 3 % des titres qui existent génèrent 75 % de la diffusion. Sans un label très connu et de gros moyens financiers, il est aujourd'hui très difficile d'exister dans l'espace public. Seule la scène paraît aujourd'hui pouvoir sauver l'économie de la

musique. Et c'est vrai que la France est bien pourvue de ce point de vue. Mais attention, les scènes sont souvent fragiles, il y a également la question de l'attribution des financements publics pour ces salles ou des problématiques de déplacement : pour des groupes en développement qui ont besoin de sortir de leur territoire, il est difficile d'y trouver de la place. On a ainsi un cercle vertueux pour les quelques artistes à succès mais qui devient vicieux pour la majorité. Cette concentration comporte donc des risques en terme de diversité culturelle. Heureusement, à côté de ce modèle dominant, il existe d'autres schémas, celui des labels indépendants par exemple. C'est important car la culture est au cœur de la démocratie. On l'a vu dans l'atelier précédent, des acteurs de l'économie solidaire travaillent sur cette dimension, en développant par exemple des réseaux d'accompagnement mais ils n'ont pas suffisamment conscience qu'ils font partie de cette économie. Ils sont donc très fragilisés aussi par la crise.

Pour y remédier, je dégagerai 4 pistes :

- la question des valeurs : il est important de réunir les acteurs de cette filière autour de valeurs communes pour faire naître un projet commun.
- la transparence : il faut lever le voile sur la dimension économique de la musique. Il faut être capable de montrer les cahiers des charges, d'expliquer les

coûts engendrés par la production. Tout cela pour amener le public consommateur à se réapproprier ces questions.

- la globalité : construire une filière, c'est s'intéresser et agir sur toutes les étapes. On ne peut pas, par exemple, omettre la question des réseaux de distribution.

Pierre JOHNSON, Fair Play List

L'association a été créée en 2003 par Gilles Morand, un artiste qui a voulu fédérer des initiatives visant à résoudre des questions comme la dévalorisation ou la concentration de la musique. Son idée : développer une filière en créant un système de solidarité entre tous les acteurs de celle-ci. Il s'agissait aussi de combattre la raréfaction de la diversité musicale, de lutter contre le formatage des artistes aux styles à la mode ou le contrôle de 80 % des ventes de disques par les majors. Il y a bien sûr des initiatives émergentes notamment dans le téléchargement. Par exemple ces plateformes où les auditeurs peuvent fixer leur prix pour ce qu'ils téléchargent. Elles permettent certes aux artistes d'être visibles mais cela pose tout de même la question de la valeur économique qu'on accorde à la musique. Or produire a un coût et c'est ce que tout le monde semble oublier. Le téléchargement légal ne compense de toute façon que marginalement la chute de la vente de disques.

Nous, à Fair Play List, avons adopté de grands principes à travers une charte : coopération et solidarité entre acteurs avec des contrats négociés sur des coûts réels, rémunération équitable pour tous les acteurs, autonomie de l'artiste dans le choix de la production et de la diffusion de son œuvre... On a cherché aussi à développer notre concept auprès des petites surfaces alimentaires comme les magasins Biocoop ou des boutiques du commerce équitable. Pourquoi, après tout, ne diffuseraient-ils pas de la

- une écologie de l'esprit : l'économie solidaire de la musique ne pourra se développer que si elle renonce au « Star Système », travaille sur le long terme et ne cherche pas à gagner tout de suite beaucoup d'argent.

musique à des conditions éthiques ? Les magasins de commerce équitable distribuent en effet déjà beaucoup de musique du monde mais pas forcément produite de manière équitable.

Je prendrai l'exemple de deux disques diffusés par Fair Play List. Ils sont distribués au prix unique de 18 euros. Dans un cas comme dans l'autre, la répartition des gains est négociée entre acteurs, selon les critères de la charte. Le minimum pour l'artiste sur le prix HT (12,04 €) est de 12 % soit 3 €. Mais après, si le disque est auto-produit, l'artiste récupère également la part producteur. Cette charte a vraiment pour vocation d'être distribuée par d'autres labels, distributeurs. L'idée, c'est d'essaimer. Par ailleurs, depuis deux ans, Fair Play List organise un festival annuel, avec pour but de promouvoir des artistes qui ne rentrent pas dans les cases des majors, d'organiser des débats sur l'économie de la musique,...

Le dernier projet, c'est le système de garantie, c'est à dire de généraliser cette réflexion à tous.

En effet, ce n'est pas parce qu'un label est petit qu'il va adopter des pratiques équitables, souvent parce qu'il estime qu'il ne le peut pas. L'enjeu, c'est de mutualiser les expériences, savoir quels systèmes fonctionnent dans le disque, dans le téléchargement légal ou dans le spectacle. Peut-être pourrait-on ainsi mettre en place un système de labellisation. Peut-être pas aussi formel que celui qui existe pour le Bio car il est très lourd et donc très cher mais c'est le chemin vers lequel il faut aller.

David BROUTIN, Directeur de l'association De la Suite dans les Images

De la Suite dans les Images est née en 2002, de la volonté de programmeurs et de responsables de salles de faire vivre localement des cinémas différents, de favoriser la diversité des œuvres et de travailler sur l'éducation à l'image. Une part importante du temps de travail de l'association est également réservée à l'animation du réseau et à l'ingénierie culturelle. Notre réseau compte aujourd'hui une vingtaine de salles sur les 67 qui existent en région. Ce sont essentiellement des salles publiques, en régie municipale ou sous statut associatif. Nous avons néanmoins décidé une ouverture aux indépendants, partant du principe que la notion de proximité à laquelle nous sommes attachés peut être partagée par tous.

Qu'entend-on par proximité ? Pour nous, ce n'est pas qu'une dimension spatiale. Un de nos critères est que le cinéma de proximité reste parfois le seul établissement cinématographique sur un site délaissé par les opérateurs privés, car jugé non rentable. Le cinéma de proximité dispose d'un programmeur qui opère des choix éditoriaux. Il met également à l'affiche une diversité d'œuvres car la concurrence l'oblige à se

démарquer. Il souscrit aussi à une démarche de sensibilisation du public et il pratique donc des tarifs conformes aux politiques culturelles visant à construire et à former un public (accès aux œuvres et démocratisation du cinéma).

Nous essayons en tous cas de créer les conditions pour, collectivement, faire apparaître une autre conception du cinéma. Et c'est d'autant plus difficile dans la région Nord – Pas de Calais. Quelques chiffres en témoignent. Dans le Nord, il y a 256 écrans soit un écran pour 15000 habitants. En Rhône-Alpes, c'est 1 écran pour 8000 habitants. On manque donc d'écrans. Surtout hors de la métropole lilloise qui réalise une entrée sur 2 en région (entre 9 et 10 millions par an au total) alors qu'elle n'abrite que 25% de la population. La région ne compte par ailleurs que 29 salles classées « art et essais » contre 131 en Rhône-Alpes. A noter que les 12 multiplex concentrent 80% des entrées en région contre 57% au niveau national. C'est peut-être dû à la jeunesse de notre population mais surtout, je pense, à la force des multiplex et au petit nombre de salles « différentes » en région. Dès lors, il n'est pas étonnant que le ciné-

ma américain réalise 56% des entrées en région (contre 49 % en France). Pour le cinéma français, c'est donc l'inverse : 39% des séances contre 56% au niveau national. 1 spectateur sur 2 a moins de 25 ans. Notons enfin un indice de fréquentation extrêmement bas : 2,23 contre 3 au niveau national et un décalage entre le Nord et le Pas-de-Calais.

Pour nous les enjeux sont donc clairs : il faut structurer un véritable réseau des cinémas de proximité pour mieux défendre la qualité et la diversité des films, développer une prise de conscience des spectateurs en les rendant acteurs des lieux. Dans les salles de proximité, il y a une relation de professionnels de la culture à spectateurs et pas de clients à fournisseurs. On retrouve les mêmes problématiques que dans la musique finalement.

Il nous faut dépasser cette tendance qui vise à marginaliser le cinéma à l'heure de l'explosion du numérique. Le cinéma a encore une raison d'être et cette raison d'être doit trouver une justification, une légitimité dans le rapport au téléspectateur. Cette prise de conscience, nous la recherchons aussi du

côté des institutions. Notre association est ainsi financée par la DRAC, la Région et les deux Départements. Rien n'est facile, d'autant plus que nos craintes sont nombreuses : les financements publics qui se font plus rares ; la baisse de la fréquentation alors que nos coûts d'exploitation ont tendance, eux, à augmenter ; un durcissement des relations au sein de la profession... Toutes ces problématiques tendent à fragiliser les lieux qui souhaitent par leur programmation, leur fonctionnement, faire vivre une alternative aux programmations « classiques ». Surtout si la chronologie des médias (un film sort d'abord au cinéma avant d'être diffusé 6 mois après sur les autres canaux) était bouleversée. Nous essayons de trouver des solutions : prendre en charge pour les salles les coûts relatifs à l'exploitation, organiser la circulation des copies, la mise en place de partenariats dans une optique de facilitation des échanges, de mutualisation d'espaces de travail et de mise en place de projets communs. Autre volonté : former les acteurs locaux de la région tant les besoins en médiation culturelle ou d'aide au montage de projet sont importants.

ELEMENTS DE DEBAT AVEC LA SALLE

Pourquoi ne pas mettre en place des actions de sensibilisation auprès des publics scolaires ?

David BROUTIN : il existe des dispositifs d'éducation à l'image mais ils sont polarisés sur l'histoire, les classiques... Ca s'arrête là, il n'y a pas en région de dispositif qui permettrait de comprendre ce qu'est une salle de cinéma, pourquoi il faut conserver des salles de proximité. Par contre, il existe des dispositifs d'éducation à l'image. Ceux-ci permettent de déconstruire un film, une information, un documentaire. Les gens voient quelque chose à la télévision et ils ont l'impression que c'est la réalité. Nous jouons ce rôle d'éducation, pour faire comprendre aux gens comment on filme et que c'est forcément la construction de quelque chose. Ca ne se fait néanmoins essentiellement que pour les écoles, collèges et lycées. C'est plus aisé à mettre en place pour ces publics car ils sont captifs. En dehors, c'est plus difficile. C'est dommage car c'est ainsi qu'on dépassera aussi le problème lié à l'image sacrée du temple que l'on colle à la salle de cinéma. Il faut désacraliser le lieu, le rouvrir à tous... Nos salles de cinéma impressionnent et provoquent un certain rejet. Le rapport frontal entre un intervenant qualifié qui a le savoir et un spectateur-réceptacle pour ledit savoir ne peut plus perdurer aujourd'hui.

Pourquoi mettre en place une labellisation au niveau de la filière musique éthique ?

Charlotte DUDIGNAC : nous devons nous interroger sur les moyens d'actions les plus efficaces, compte tenu du manque de temps et de moyens qui sont à notre disposition pour sensibiliser. Et le label en est un car il donne de la visibilité à un secteur, une économie. Il signifie que nous faisons tous partie d'une même famille. Nous sommes liés par une charte, nous avons les mêmes valeurs... Comment faisons-nous ? Il faut bien sûr se réunir. Il existe énormément de structures qui travaillent sur ces thèmes mais de façon trop isolée. Aux acteurs de se structurer, aux artistes aussi d'être créatifs pour mettre leur énergie au service d'une dimension politique dont le secteur a besoin à l'heure actuelle.



Atelier organisé par RIF, la CRESS-C2RA, avec la participation du Collectif Régional Arts et Culture et le soutien d'Opale CNAR Culture.

Atelier animé par Kenneth QUIGUER, Association RIF

Lieu : Hospice d'Havré / Tourcoing

ATELIER

TV citoyenne : l'économie sociale et solidaire peut-elle exister dans le Paysage Audiovisuel Français (PAF) ?

ENJEUX DE L'ATELIER

Ah la télé ! Décrite pour certains de ses programmes « lobotomisants », elle n'en demeure pas moins un média incontournable. Chaque français y consacre en moyenne 3 à 4 heures de sa journée. Exister dans le paysage audiovisuel, c'est donc s'offrir l'opportunité de sensibiliser, d'informer, de toucher un maximum de monde. D'autant plus que la révolution technologique numérique facilite aujourd'hui la réalisation de programmes, la multiplication des chaînes. Justement, d'ici 2009, une nouvelle chaîne de télévision métropolitaine verra le jour. Parmi les projets déposés au Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA), celui de Télé Lille, une télévision coopérative qui veut faire vivre le concept de citoyenneté. Une occasion rêvée pour s'organiser, fabriquer et faire vivre un outil novateur dont l'objectif sera d'inciter tout un chacun à participer activement à la vie locale.

Débouté par le CSA, Télé Lille n'a malheureusement pas vu le jour. Pourquoi ? Mais surtout, malgré la déception, comment rebondir et ne pas renoncer à exister dans le paysage audiovisuel ?

LES INTERVENTIONS

Régis VERLEY, PDG de la SCIC Télé Lille

Pourquoi ce titre de PDG de Télé Lille ? Non pour flatter mon ego, mais parce qu'il me semble important d'insister sur le fait que Télé Lille qui a débuté en association, a su se transformer en une structure économique dotée d'un capital et de fonds propres. Nous ne sommes pas seulement des utopistes qui proposent un gentil projet, mais des gens sérieux qui ont su transformer une idée sympathique en un projet crédible et réaliste. Malheureusement, cet aspect n'a absolument pas été pris en compte par le CSA et certains élus qui ont préféré nous voir, une fois pour toutes, comme des associatifs. C'est pourquoi, l'histoire de Télé Lille doit interpeller l'ensemble du monde de l'économie sociale.

Pour commencer, je tenterai de décrire les nouveaux comportements face à la télévision. Comme pour la « fracture numérique » entre les individus à l'aise avec les outils informatiques et les autres, nous voyons apparaître une « fracture télévisuelle ». Avec, d'un côté, les gens de ma génération qui en sont restés à zapper sur les grandes chaînes et de l'autre, des gens plus jeunes qui suivent une émission en enregistreur une autre, regardent un feuilleton puis téléchargent la suite sur un site web ou même regardent la télévision sur l'écran de leur téléphone portable. L'on constate donc une double évolution : la consommation d'images télévisuelles devient beaucoup plus individualisée et en même temps le temps consacré à la télévision ne cesse d'augmenter (4 heures en moyenne par jour), ce qui, comme l'a dit Patrick Le Lay, assure des milliards d'heures de « cerveau disponible ». Pourtant, l'offre télévisuelle n'est pas si diversifiée qu'il n'y paraît. Pour vous en convaincre, regardez la variété de la presse écrite, alors que le temps moyen passé à la lecture est tombé à 15 minutes par jour. Côté télévision, l'on distingue une offre généraliste (les grandes chaînes) et une offre thématique. La première qui recherche un maximum d'audience à tous les moments de la journée, ne s'adresse qu'au public majoritaire, les femmes le ma-

tin, les jeunes après 18 heures, les adultes à 20 heures. Ce modèle est condamné à relativement court terme. A côté il y a une offre de chaînes thématiques, pour certaines très spécialisées comme les chaînes hippique ou cuisine. L'avantage de ces chaînes est de raisonner, non pas en termes de part d'audience à court terme mais plutôt en terme de publics sur une plus longue période. Et puis, à la croisée de ces deux offres, il y a les chaînes locales dont le temps d'écoute est tout de même de 30 minutes en moyenne par jour. Dernier point enfin concernant le lien entre télévision et éducation. Qui ne s'est pas un jour posé cette question : « est-ce que l'école ne devrait pas contribuer à former les téléspectateurs et à apprendre aux jeunes à regarder intelligemment ». Bien sûr, sauf qu'aujourd'hui un jeune passe beaucoup plus de temps devant un écran que devant un enseignant. Nous allons vers un système où d'un côté, on finance un système éducatif et de l'autre on abandonne aux lois du marché le soin de détruire tout ce que l'école a construit en termes d'intelligence, d'esprit critique, de curiosité intellectuelle etc....

Les chaînes locales, à mon sens, sont porteuses de cette offre alternative. Télé Lille était de celles-là. Nous voulions une télévision qui soit ouverte sur la proximité, sur la citoyenneté et qui soit créative. Le projet a été élaboré avec de très nombreux partenaires, dans une approche participative des acteurs du territoire : le monde associatif, le monde économique et ses milliers d'entrepreneurs qui agissent et inventent, le monde sportif en quête de diversité alors que les grands médias se concentrent sur quelques sports ou encore les quartiers, non pour jeter un regard compatissant mais pour agir avec les structures de terrain et mettre en valeur leur potentiel créatif. D'ailleurs, une fois obtenue l'autorisation du CSA, nous voulions organiser des ateliers citoyens autour de ces thématiques pour mettre ce nouveau média à leur disposition et en faire un vecteur de lien social. Plus de 400 personnes étaient déjà partantes. Notre

projet était d'autant plus pertinent que deux fréquences étaient ouvertes par le CSA sur le territoire métropolitain et que la notre était clairement alternative à ce que proposait l'autre média, la chaîne « Grand Place » et donc complémentaire. Pour réussir ce pari, il nous fallait un soutien des autorités publiques. Sans celui-ci, nous aurions, comme cela s'est vu avec les radios locales, été à terme intégrés par un grand groupe de presse.

Nous n'avons pas été entendus. Sans doute parce que les politiques en général ne s'intéressent pas à la question des médias en eux-mêmes, ne les considérant que comme des instruments vides, un outil qui leur permet d'occuper l'espace. En ne nous appuyant pas, les politiques ont perdu la chance d'influer sur un média qui peut accompagner la vie locale et créer du débat citoyen sur le territoire métropolitain. Quant au CSA, il n'a pas joué son rôle d'organisme public indépendant qui a la charge de garantir le bon usage de l'espace hertzien public. Il n'a en effet pas tenu compte des éléments éditoriaux des deux projets qui étaient en concurrence. Il s'est seulement attaché à l'aspect économique des propositions. En plus de ne pas avoir été juste, la décision du CSA se révélera à mon avis fautive : Télé Melody, la gagnante, ne sera pas plus fiable sur le plan économique que nous ne l'étions et aura soit besoin de recourir à l'argent public ou soit d'intégrer un réseau national. Il est d'ailleurs étrange que Télé Melody qui sera la télévision de la métropole, n'ait encore fourni aucune information sur son contenu futur. Le CSA leur a octroyé un espace public mais le citoyen, futur usager, n'en connaît même pas les tenants et aboutissants.

La question qui se pose maintenant est : que fait-on ? Et je pose cette question à tous et notamment aux acteurs de l'économie sociale et solidaire qui se sont beaucoup mobilisés autour de notre projet et qui en attendaient énormément ? L'économie sociale et solidaire nous intéressait parce qu'elle est enracinée sur le terrain local, parce qu'elle s'appuie sur

d'innombrables acteurs locaux et qu'elle offre, selon moi, une image du terrain différente. Elle offre aussi un cadre idéal au management et à la gouvernance d'un média participatif. La SCIC, statut que nous avons choisi, c'est la structure idéale pour réunir autour d'un projet économique des actionnaires privés, des citoyens, des représentants des collectivités, des banques, des responsables associatifs et des usagers. Si l'on considère le média de la télévision locale comme un bien public, on ne peut pas trouver mieux. Que faire maintenant pour rebondir ?

Nous avons quelques idées. La première, c'est d'intégrer nos idées citoyennes de proximité dans et sur les médias existants comme la chaîne de télévision Grand Place, qui dépend de la Voix Nord mais aussi du Conseil régional. Nous avons des perspectives pour qu'ils nous ouvrent un ou des créneaux et diffusent des émissions que nous ferions dans l'esprit que je vous ai détaillé. Il nous faut maintenant l'appui citoyen de tous. Parce que s'il ne s'agit que de devenir producteur, la démarche n'a pas grand intérêt. La question demeure entière : comment maintenir notre mobilisation et rester en contact avec les différents acteurs ?



Régis SERVANT, journaliste d'Aria Nord

Nous n'avons certes pas obtenu l'autorisation du CSA mais nous avons néanmoins réussi à rassembler des acteurs de l'économie sociale et solidaire, des journalistes, des réalisateurs, des producteurs et beaucoup de gens d'autres milieux. Ce projet avait une certaine intelligence, une philosophie et ce serait dommage de renoncer. L'idée, c'est de conserver cette dynamique. Il va y avoir 2 nouvelles chaînes de télévision dans la région, plus de 100 chaînes locales en France et même des chaînes européennes. Les besoins en programmes vont être considérables, l'information va devenir un enjeu capital pour les télévisions locales. Notre projet y répondait parfaitement, nous avons les solutions pour co-construire cette information locale dynamique et créative. Pour le poursuivre, nous devons nous restructurer. En créant une agence de presse ? Une société de production éthique ? Les perspectives sont nombreuses.

Nous devons en tous cas rester dans cette dynamique d'économie sociale et sociale. Car elle représente des valeurs qui sont faites parfaitement en cohérence avec le besoin que l'on a d'être en contact avec les téléspectateurs avec les citoyens. Pour que les gens se sentent concernés et qu'ils puissent y participer. L'économie sociale et solidaire, c'est l'économie normale du développement durable. Ce dernier concept est acquis par 90% des gens. Celui de l'économie sociale et solidaire beaucoup moins. Notre projet et le secteur ont des intérêts communs. L'économie sociale et solidaire a besoin de communiquer et l'outil le plus efficace pour toucher un maximum de personnes, c'est la télévision et pas uniquement grâce à des spots de publicité mais par toutes sortes de programmes.

Jean-Paul BIOLLUZ, journaliste d'Aria Nord

Journaliste à la Voix du Nord pendant 25 ans, j'ai décidé, avec d'autres collègues, au moment du rachat du journal par Dassault il y a trois ans, de ne pas travailler pour un industriel de l'armement. De plus, malgré que nous nous battions en interne avec des représentants syndicaux contre l'évolution des contenus, ceux-ci portaient de plus en plus sur les sujets people et faits divers et de moins en moins sur les problèmes sociaux. En quittant la Voix Du Nord, nous voulions travailler de manière plus offensive dans les médias existants et non pas créer un nouveau média. C'est ainsi que 4 journalistes se sont mis au service d'associations, de collectivités et de comité d'entreprises, comme celui des cheminots de la région, pour qui nous réalisons le journal. Il y a deux ans, nous nous sommes intéressés à l'économie sociale et solidaire dans la région. Nous avons réalisé une enquête sur cette forme d'économie, avec notamment une série de portraits d'entreprises qui ont donné lieu à l'édition d'un ouvrage : « Nord Pas-de-Calais, la longue marche de l'économie sociale et solidaire ». On s'est ainsi aperçu que l'économie sociale et solidaire, qui représente pourtant 10 à 12% de l'emploi, était mal connue mais qu'elle connaissait, en ces temps de crise, un nouvel essor. Ses valeurs de démocratie et de justice dans la répartition des richesses sont une

réelle alternative à la précarité et la déqualification du travail. Ses acteurs sont en train de se mobiliser pour prendre davantage part aux débats de société. Comme en novembre dernier aux rencontres du Mont Blanc, où les représentants internationaux de l'économie sociale et solidaire ont décidé de monter un « contre Davos » pour faire valoir leur point de vue. Même chose en juin dernier avec le congrès de la Confédération Générale des SCOP à Poitiers où le discours était aussi plus offensif. Un peu partout, on s'active pour mettre en place un projet politique de transformation sociale s'appuyant sur l'économie sociale et solidaire. Il faut pour cela être davantage connu et reconnu. Un exemple : l'Europe ne reconnaît pas l'économie sociale et solidaire comme un des moteurs du modèle social européen.

Les journalistes peuvent apporter leur contribution. Nous l'avons fait en ouvrant il y a un mois un site internet www.nord-social.info. Le web facilite les possibilités de diffusion. Mais il faut multiplier les outils de promotion. La question demeure : pourquoi l'économie sociale et solidaire n'a-t-elle pas un ou des médias pour communiquer. Une expérience a été menée dans ce sens avec la création du « Monde Initiatives ». Elle s'est arrêtée. A nous d'en trouver d'autres.

ELEMENTS DE DEBAT AVEC LA SALLE

Vous parliez de problèmes économiques liés à la télévision. Pourtant les coûts ont baissé ?

Régis VERLEY : bien sûr, il y a aussi des évolutions techniques, la production audio visuelle change, les outils de production évoluent dans le sens d'une plus grande vulgarisation. Mais produire des programmes de qualité reste encore cher, même si cela devient plus accessible.

Votre projet était celui d'une télévision fondée sur les principes de l'économie sociale et solidaire. Le fait de demander du soutien à une institution publique, fonctionnant selon les principes de l'économie classique, n'est-ce pas contradictoire ? Comment en effet assurer l'indépendance journalistique vis-à-vis des financeurs ?

Régis VERLEY : c'est une question difficile qui se pose partout en France. Aucune télévision locale n'est rentable que par la publicité. Elles optent donc pour des choix : l'intégration à des groupes de presse, la vente d'espaces à la collectivité ou encore un subventionnement pur et simple. Notre idée, reprise des expériences nantaise ou rennaise, était de mettre en place des contrats d'objectifs et de moyens, sur la base d'une charte éditoriale, dans laquelle l'indépendance du média est clairement affirmé mais qui permet néanmoins à la collectivité de présenter ses actions qui influent tout de même sur la vie quotidienne des individus, tels que le transport, les espaces verts ou l'assainissement. Ce qui ne nous aurait pas empêché

d'instruire un débat entre elles et les mécontents de telle ou telle politique.

N'avez-vous pas peur, en proposant un créneau de programmes sur d'autres chaînes de devenir leur caution sociale et solidaire ?

Régis SERVANT : ce n'est certes pas l'idéal. C'est tout de même une opportunité si l'on peut bénéficier d'un espace de liberté à l'intérieur d'un média « classique ». Car pour l'heure, il n'y a que sur le net qu'existent ces initiatives.

Régis VERLEY : l'inconvénient de cette formule est que nous risquons d'être prisonniers du format. Télé grand public, par exemple, c'est du format court, nous devons nous y adapter.

Télé Lille n'est-elle pas un révélateur, utile mais aussi désespérant, des collusions entre capital et pouvoir politique ? Rennes et Nantes dont vous vous êtes inspirés ont eux réussi. Comment l'expliquez-vous ?

Régis SERVANT : l'enjeu nouveau, c'est la TNT et la visibilité qu'elle offre. Chaque fois qu'il y aura un émetteur TNT, il y aura une place pour une chaîne locale. Télé Nantes est née avant la TNT. Ils ont plus facilement le soutien des collectivités. A noter qu'ils sont obligés de partager leur fréquence avec le projet concurrent, celui de Ouest France. Télé Rennes est, elle, à l'origine une chaîne du câble et a été soutenue par la ville de Rennes. C'est ensuite qu'ils ont obtenu un canal hertzien.

N'avez-vous pas été trop naïfs ? Ne vous êtes-vous doutés qu'un tel projet qui ne défend pas les valeurs de l'argent serait combattu ? Ne faudrait-il pas engager une bataille, comme cela s'est fait dans les années 80 avec les ondes radios pour modifier profondément la perception que l'on a de l'audiovisuel ? Et en faire un vrai moyen d'expression comme ce que nos amis belges ont fait en créant No Télé à Tournai.

Régis VERLEY : les télévisions belges bénéficient, grâce à des lois, d'aides publiques importantes. Ils n'ont en outre pas le problème de la TNT, toute la Belgique étant câblée. Mais des liens sont à faire. Comme No Télé, nous privilégions l'expression citoyenne et si on peut le faire sur les créneaux que l'on se créera sur les médias existants, ce sera déjà une première avancée.

Que pensez-vous de la piste web ?

Régis VERLEY : la webtv progresse mais son modèle économique est encore flou. Sur le net, on trouve surtout de « l'alternatif » souvent amateur. Nous, nous voulions construire une vraie télévision avec des professionnels.

Régis SERVANT : quand on voit le succès de Youtube et Dailymotion, la question mérite d'être posée. Avec ses millions de vidéos, on se retrouve comme devant la télévision et on zappe de programmes en programmes en fonction des mots clés saisis. Effectivement, faire une image aujourd'hui c'est possible. Encore faut-il qu'elle soit efficace. Et on ne peut pas dire que tout ce qu'on trouve sur le net soit intéressant. Le projet Télé Lille prévoyait aussi que tout un chacun puisse se former à la réalisation de programmes grâce à l'appui de professionnels. Ce qui aurait évidemment suscité de l'émulation.

Dans votre ligne éditoriale, prévoyiez-vous de relayer le mouvement social, tels que les mouvements de grèves, assez récurrents dans la région mais insuffisamment relayés par la presse locale ?

Régis VERLEY : il est clair que nous n'aurions pas pu être exhaustifs. Mais il y avait des représentants syndicaux dans notre comité qui auraient défendu ces sujets. Par contre, si vous dites qu'il aurait fallu qu'on soit présent pour filmer les manifestations d'enseignants je vous dit non. Par contre, monter une émission sur la place et le rôle des enseignants en partenariat avec des enseignants, je vous dit oui.

Vous avez parlé de créneaux horaires pour vos programmes sur « Télé Grand Place ». Quels seraient-ils ?

Régis VERLEY : nous sommes en négociation. Il faut déjà trouver les financements. L'idée serait en fait d'intégrer dans le journal des expressions citoyennes, d'une durée de 2 à 3 minutes. On aurait également la possibilité d'avoir notre propre émission (30 minutes par semaine environ) sur la vie associative et l'expression sociale ainsi que deux autres créneaux éventuels, l'un destiné à un magazine de l'économie sociale et solidaire et le second à l'Europe, ce qu'elle change au quotidien au niveau local.

Régis SERVANT : sur ce projet, nous avons également besoin de sang neuf, de nous entourer d'autres univers. Télé Lille n'a jamais été le projet de quelques personnes mais celui de tous. Tout est encore à faire. Nous devons mettre en commun nos énergies pour produire des programmes que l'on a envie de voir et qu'on a envie de montrer. 4 appels à proposition pour la création de télé locales à Boulogne, Calais, Dunkerque et Valenciennes vont également être lancés. Nous avons envie de nous y associer.

Thomas LAMARCHE : aujourd'hui, la créativité, l'innovation, la variété, la multiplicité sont mises en avant. Télé Lille y répondait. Vous avez peut-être sous-estimé, comme d'autres, les conditions sociales de construction des marchés, souvent dure et radicale. Le CSA a dit non. Terminé. Mais vous avez envie de réagir et cette démarche est positive. A mon sens, le web peut être une bonne alternative. Vous ferez baisser de 10, 20 ou 30 ans la moyenne d'âge de ceux qui s'intéressent à l'économie sociale et solidaire et là est aussi l'enjeu. Car l'échec de Télé Lille vient peut-être aussi du manque de communication identitaire de l'économie sociale et solidaire. Elle n'est ni un secteur à proprement parler, ni une profession. Posons-nous la question : qu'est-ce qui fait notre unité ? C'est la promotion de ce dénominateur commun qui lui donnera accès aux médias.



Atelier organisé par Télé Lille et Aria Nord.

Atelier animé par Thomas LAMARCHE, Maître de conférences

Lieu : IUP Infocom / Roubaix

ATELIER

Entre pub et com' : comment l'économie sociale et solidaire fait sa promo ?

ENJEUX DE L'ATELIER

Lucrativité limitée, gestion démocratique et participative, utilité collective et sociale, voilà ce qui, entre autres, caractérise l'économie sociale et solidaire. Ça donne envie, non ? Ne riez pas. Le citoyen, lui, reste dubitatif. Les entreprises et associations qui s'en réclament également. Elles aussi se posent la question : sur quoi et comment communiquer ? Sur leurs labels et autres chartes de qualité, sur les caractéristiques intrinsèques de leurs produits et services, sur leur démarche éthique ? Et comment intégrer, en sus, leur appartenance au mouvement de l'économie sociale et solidaire.

A partir d'études de cas et grâce à l'éclairage de professionnels du secteur, comment promouvoir votre image, choisir vos messages et doper votre communication ? Ou comment l'économie sociale et solidaire peut-elle devenir une référence positive et utile auprès des élus, des consommateurs,... pour accompagner votre développement ?

LES INTERVENTIONS

Thomas LAMARCHE, Maître de Conférence à l'IUP Infocom

Communiquer sur l'économie sociale et solidaire.

Le sujet est vaste. Surtout si on lui adjoint le terme « publicité ». Dans notre UFR dédié à la formation d'étudiants aux techniques de la communication, nous veillons à distinguer ces deux approches. Nous nous attelons de plus en plus à travailler sur des formes de communication dans lesquelles il n'y a pas seulement un discours publicitaire, très « strass et paillettes » pour caricaturer. Nous cherchons aussi à promouvoir une vision dans laquelle la dimension de réflexion et de réflexivité est absolument essentielle. C'est-à-dire comprendre, analyser et échanger pour pouvoir agir. Cette posture professionnelle peut néanmoins s'avérer perverse et l'économie sociale et solidaire en est un cas d'école. Réfléchir très longuement sur ce qui fonde les valeurs de l'économie sociale et solidaire me semble certes très important, notamment en termes d'identification mais ne risquerait-on pas alors de passer à côté de l'essentiel : la stratégie à adopter pour la faire connaître. Car si l'on adopte cette posture réflexive, les écueils vont rapidement apparaître et avec eux les blocages. Car chaque acteur de cette économie plurielle défend sa propre vision de ce que doit être l'économie sociale et solidaire. Cherchons donc ce qui nous rassemble ?

L'économie sociale et solidaire n'est pas un secteur productif, comme peut l'être le bâtiment. Elle n'est pas non plus une profession. Elle n'est que partiellement un mouvement d'idée. Qu'est-elle ? C'est en répondant ensemble à cette question qu'une réelle stratégie de communication pourra être engagée.

Cette question peut également être prise à l'envers. Qu'est-ce qui différencie l'économie sociale et solidaire ? La question mérite d'être posée surtout quand de grandes entreprises s'invitent sur cette problématique des valeurs en affichant une certaine responsabilité sociale afin de compenser les dégâts que leurs activités produisent sur la planète. Et pour ce faire, ces grandes entreprises disposent de moyens autrement considérables pour communiquer et ainsi s'auto-valoriser. Ce type de pratiques constituent une menace majeure pour les discours de l'économie sociale et solidaire parce que les mots ne sont pas brevetés, sont libres d'usage. « Ce ne sont certes que des mots. Où sont les actes ? avanceront les personnes averties. Mais en étant utilisés par ces grandes entreprises, ils perdent de leur sens quand ils sont affichés par les acteurs de l'économie sociale et solidaire.

Bernard FAUTREZ, Directeur de l'agence Résonances

Résonances est une agence spécialisée dans la promotion des politiques publiques, des collectivités, de l'économie sociale et solidaire et des associations. Nous sommes une agence très militante, organisée en coopérative. C'est pourquoi, à la question « l'économie sociale et solidaire est-elle une maison commune ? » je réponds « non ». Parce qu'il n'y a pas aujourd'hui de label « économie sociale et solidaire » ? Il faudrait déjà s'entendre sur des critères de labellisation. Si être de l'économie sociale et solidaire consiste à des critères du type « le dirigeant ne doit pas être payé plus de 4 fois le SMIC » ou « l'entreprise doit employer des pauvres », ce label serait à mon sens risible et peu de structures l'obtiendront. La

réponse est à trouver par défaut, en comparaison à l'économie classique. Il ne sert à rien de mettre en exergue des valeurs si les pratiques ne s'y réfèrent pas, comme le font certaines entreprises de l'économie sociale. Et inversement, des structures classiques mériteraient de l'obtenir au regard de leurs usages. Le fait même d'ambitionner être une maison commune se heurte de toute façon à la réalité. Nos approches, nos secteurs d'activité, nos métiers, nos statuts, nos logiques sont toutes différentes.

A mon sens, l'économie sociale et solidaire doit être mise en avant au regard d'un autre concept, aujourd'hui bien intégré : le développement durable. L'économie sociale et solidaire, c'est l'économie

qui respecte les fondements du développement durable. A savoir : une réponse à de vrais besoins, une réflexion sur les environnements (et pas seulement la nature) de l'activité, une réflexion sur le long terme et la participation de tous les acteurs impliqués (consommateurs, producteurs,...). Ce qui induit que les besoins ne soient pas nés de l'imagination de commerciaux et de publicitaires ou que la répartition

des richesses produites soit équitable. Et ces conditions doivent être toutes remplies. Un exemple : un producteur vend des voitures, il répond donc à des besoins mais il ne respecte pas l'environnement. L'économie sociale et solidaire, dans sa communication, doit donc se « vendre » comme l'économie « normale », la seule qui soit aujourd'hui légitime.

Philippe MERESSE, responsable qualité à l'ADAR de Roubaix (Aide à Domicile en Activités Regroupées)

L'Adar est une association loi 1901 qui propose de l'aide à domicile au travers de ses 7 agences localisées sur la métropole. Nous fonctionnons au niveau de nos métiers comme une entreprise classique avec un service ressources humaines, une comptabilité,... mais ce qui nous différencie, c'est notre déontologie : nous ne faisons pas d'« abattage » et nous nous positionnons sur un suivi médicalisé de la personne et le respect des choix de vie de nos usagers, essentiellement des personnes âgées. Nous supervisons ainsi 600 intervenants à domicile recrutés grâce à un système de tests qui nous permet de juger leur professionnalisme. Nous avons d'ailleurs été certifié « NF service » ce qui nous octroie une certaine crédibilité. Notre communication est encore très balbutiante. Nous en avons toujours fait un peu par nécessité mais sans en faire une priorité. Celle-ci se résumait donc à de l'information très simple diffusée par le biais de plaquettes.

Nous essayons désormais de nous démarquer davantage. En étant plus concret, en valorisant nos valeurs ou le professionnalisme de nos intervenants. En terme de visibilité, nous avons également quitté nos locaux municipaux pour investir des lieux plus attrayants, dotés de vitrines. Il s'agit d'un changement profond des mentalités au sein de l'association. L'idée était d'ériger les services à domicile comme un métier professionnel aux qualités reconnues. Nos affiches vont également dans ce sens, colorées et déclinant des messages forts et explicites sur nos activités. Les mots tabous de « publicité » ou de « marketing » qui faisaient tant fuir nos administrateurs entrent tout doucement dans notre langage. Et nous avons même récemment décidé de recourir à l'externalisation pour optimiser notre politique de communication.

Sylvie LOUTRE, Directrice de l'agence Sous Tous les Angles

Notre agence a été contactée par Autonomie et Solidarité, une société de capital risque solidaire. Un OVNI dans l'univers de la finance et du capital risque. Leur objectif était double, d'une part, ils lançaient un appel à souscription pour consolider leur capital afin d'être en mesure de soutenir la création et le développement d'un plus grand nombre de sociétés. D'autre part ils avaient comme objectif de renouveler leur actionnariat. Le but de cet appel à souscription était de lever 1,7 millions d'euros. Nous avons d'abord étudié la façon dont Autonomie et Solidarité communiquait. Cette Société coopérative existe depuis 18 ans, avait un site Internet, des documents de présentation, un journal. Nous nous sommes attachés à mener un diagnostic de ces outils. Nous avons « ausculté » le ton, le style, le vocabulaire utilisé par Autonomie et Solidarité. Le constat a été qu'Autonomie et Solidarité communiquait sur un registre très connoté « patronat social » et nos propositions ont porté d'abord sur l'évolution de cet univers sémantique, sur une autre façon de se positionner, plus claire, plus tranchée, plus concrète et plus en prise avec la réalité des publics cibles. Notre travail a donc été d'amener au préalable les dirigeants à entendre ce diagnostic et à accepter d'évoluer vers un discours plus pédagogue et plus accrocheur. Nous avons également choisi de ne pas raisonner uniquement en terme de production de supports. Autonomie et Solidarité avait un « petit » budget (20 000 €) il fallait toucher un maximum de gens pour atteindre l'objectif de 1,7 Millions d'euros. Nous ne pouvions pas mener une campagne média. Nous avons donc préconisé une campagne « réseau ». Autonomie et

Solidarité devait pouvoir compter sur ses réseaux : des collectivités, le groupe Vauban, la Macif, les grands acteurs économiques régionaux (CCI, Caisse des dépôts, etc.) pour trouver des canaux de diffusion pour rendre public son appel à souscription.

Nous avons proposé un concept un peu iconoclaste sur le thème « Sales capitalistes ...solidaires » et avons décliné ce concept dans les outils de base d'une campagne virale (site Internet, triptyque, brèves et éléments de langage pour les sites partenaires). Notre intervention a donc essentiellement consisté en du conseil, la création d'un concept fort et, le plus important à nos yeux, en un accompagnement. Nous avons « formé » et outillé, par le biais d'argumentaires, les membres du Directoire d'Autonomie et Solidarité. Leur mission : engager une dynamique partenariale et convaincre leurs réseaux de diffuser l'information de l'appel à souscription, via leurs sites Internet, leurs journaux, leurs manifestations. Un grand nombre d'entre eux a joué le jeu. La Macif a diffusé largement, par exemple, l'information sur son site Internet et dans son journal « Tandem » (200 000 ex). Les résultats ont prouvé que la dynamique de communication en réseaux avait fonctionné : en 10 mois, nous avons capté 49% de nouveaux actionnaires dont 31% en dehors de la région et 95% de particuliers, objectif essentiel pour ne pas dépendre des institutions ainsi qu'1,8 million d'euros. Les clés du succès pour mieux communiquer sont, selon moi, les mêmes pour tous les acteurs de l'économie sociale et solidaire : positionner le projet et le rendre cohérent et vivant puis l'animer par le biais d'une politique partenariale.

Guillaume LEGAUT, Directeur de Finansol

Finansol constitue un collectif des organismes intéressés et/ou engagés dans la finance solidaire en France. Finansol est donc une fédération professionnelle qui s'est fixée comme objectifs de promouvoir le secteur auprès du grand public et qui veille à la qualité de ce secteur, en décernant notamment un label. La finance solidaire consiste à faire fructifier un capital tout en finançant des activités à forte utilité sociale (insertion par l'activité économique, logement social, micro-crédit dans les pays du sud,...). C'est une démarche qui se dresse face à la finance purement spéculative fondée uniquement sur le profit. Notre communication s'appuie donc beaucoup sur notre label qui certifie la crédibilité des produits d'épargne solidaire que nous soutenons. Pourquoi ? D'abord parce que présenter la finance solidaire a longtemps été difficile. Les gens ne nous comprennent pas, peut-être parce que nous nous attachions trop aux techniques. Secundo, parce que la gamme des organismes qu'intègre Finansol est extrêmement large. Elle va des clubs CIGALES qui réunissent une dizaine de citoyens et quelques milliers d'euros pour l'entrée au capital de PME jusqu'aux produits de Natixis, le gestionnaire des fonds fusionnés de la caisse d'épargne et de la banque populaire. Il n'est donc pas aisé de trouver des points communs à toutes ces pratiques. Sauf de dire qu'on partage tous un combat commun : lever un maximum de fonds pour soutenir celles et ceux qui en ont besoin et n'ont pas accès aux circuits financiers classiques.

C'est pourquoi je pense qu'il ne faut pas avoir peur d'adopter une communication militante et

citoyenne. Il nous faut également valoriser notre force. Notamment à travers la publication de chiffres. Pour l'instant, nous nous contentons d'un indicateur phare : l'encours de l'épargne solidaire en France (1.7 Milliards d'euros aujourd'hui). Mais nous travaillons pour être capables d'en donner d'autres, beaucoup plus porteurs : le volume des investissements réalisés par la finance solidaire, le nombre d'entreprises soutenues et de bénéficiaires indirects (tels que les emplois créés ou les relogements). Nous nous appuyons également sur un événement national annuel : la semaine de l'épargne solidaire, avec comme visuel « un cochon tirelire » sur lequel étaient inscrites nos valeurs.

Cette année, nous avons opté pour un message plus décalé, moins centré sur notre philosophie et plus orienté vers une interpellation des banquiers.

Avec, comme leitmotiv, d'utiliser des mots plus simples, plus accessibles et de nous inscrire dans une logique d'intégration. C'est-à-dire axer notre communication non sur ce qui nous différencie ou nous caractérise mais sur ce qui nous relie aux autres, aux citoyens, à l'économie. Nous mettons ainsi de plus en plus en scène les porteurs de projet et les bénéficiaires. Notre volonté est de croître car nous ne sommes encore qu'un petit ruisseau dans le monde de la finance (moins de 1% de l'épargne française). Pour cela, nous avons deux optiques : soit créer d'autres petits ruisseaux, soit détourner des gros fleuves l'eau qui y circule actuellement. Cette dernière optique sera à mon sens la plus efficace.

Abdelhay BEN MESSAOUD, Scenethik

La société Scenethik est spécialisée dans l'importation de produits naturels de bien être, en provenance du Maroc. Scenethik est membre de la plate-forme marocaine pour le développement de filières équitables et de Minga, une association qui regroupe une centaine d'associations et d'entreprises de France. Nous distribuons des produits authentiques et de qualité. C'est sur cette valeur ajoutée que nous communiquons prioritairement plutôt que sur nos valeurs. Car, selon moi, il n'existe pas un commerce équitable mais des démarches de commerce équitable. Certains choisissent la voie du label, d'autres non ; certains optent pour la distribution spécialisée, d'autres pour le commerce de masse. Nous, nous sommes inscrits dans une démarche de projets au service des producteurs et artisans marocains pour leur ouvrir des marchés à l'international, en

travaillant collectivement sur le triptyque produit – projet – filière. C'est ce que Scenethik valorise en priorité. Mon identité ne se définit pas par un label mais par une philosophie que je peux prouver : la transparence et la traçabilité des produits.

Et c'est ce qui compte avant tout pour les consommateurs : nos engagements durables auprès des producteurs. Notre marketing s'appuie sur ce concept : le produit que vous achetez, en plus d'être de grande qualité, contribue aux équilibres nord-sud, à faire vivre dignement des familles entières. C'est une vraie révolution qui a atteint tout le secteur : nous n'avons plus peur de communiquer, d'afficher notre valeur ajoutée sur nos packagings et d'user de méthodes commerciales plus en phase avec les besoins des consommateurs aujourd'hui.

Alain MAHIEU, Directeur de l'agence Intuitu Personnae

Il plane au dessus de l'économie sociale et solidaire une notion idéologique. Or, toutes les idéologies sont par essence faites pour s'opposer. C'est pourquoi, l'économie sociale et solidaire doit se présenter d'abord comme une des composantes de l'économie globale. Une économie globale d'ailleurs aussi multiforme que la masse des consommateurs. Le problème est que la tendance est à nous faire choisir entre ceci ou cela. C'est à mon sens une erreur. La

meilleure illustration réside dans le fait qu'on oppose souvent solidarité et performance. C'est une aberration. Les deux sont indispensables. Quand une entreprise solidaire réussit, on la dénigre. Et, à l'inverse quand une entreprise classique fait un pas dans l'autre sens, on dit que ce n'est qu'une politique d'image. Cessons d'être simpliste. C'est la multiplicité des offres qui fait avancer l'économie. La filière équitable dans le domaine de l'agriculture me semble

indispensable à développer mais l'économie sociale et solidaire ne pourra jamais être active dans la production de voitures. Alors, savourons le fait que des constructeurs automobiles s'engagent dans la voie du développement durable, au lieu de critiquer et de nier les faits sur le seul principe que ces constructeurs sont des groupes capitalistiques. Plus il y aura d'entreprises qui se montreront solidaires, plus l'économie sera tirée vers le haut. La notion de responsabilité dans ces entreprises n'est donc pas un vain mot, comme je peux parfois l'entendre.

L'économie sociale et solidaire ne doit pas se croire meilleure et jeter l'opprobre. Il faut que les deux langages, celui de l'économie sociale et solidaire et celui de l'économie classique, n'en deviennent qu'un. Les deux univers pourront alors dialoguer plus facilement et agir. Car, tous aspirent à combattre le capitalisme sauvage.

L'économie sociale et solidaire a un pas à faire dans ce sens. Sa communication l'illustre parfaitement. Souvent amateur, jonglant avec les bons sentiments, elle n'est pas suffisamment accrocheuse et efficace.

Or la communication reflète souvent, dans l'esprit des gens, le professionnalisme de l'activité. Le secteur doit développer un message fort : « nos services et produits sont de qualité et en plus ils ont une valeur ajoutée sociale ». C'est la seule voie pour que les acteurs de l'économie sociale et solidaire ne res-

sent pas de petites structures gentilles certes mais marginales. Le secteur pourra alors être ambitieux et ne pas être honteux, par exemple, s'il fait croire son chiffre d'affaires. Acteurs de l'économie sociale et solidaire, soyez plus intelligents que certains « artistes » (heureusement de plus en plus rares) qui considèrent qu'avoir le moins de personnes possible dans la salle signifie que leur création est un chef-d'œuvre. Ayez le courage de vous ouvrir et de vous intégrer.



ELEMENTS DE DEBAT AVEC LA SALLE

Comment une structure de l'économie sociale et solidaire peut être concurrentielle et se démarquer ?

Bernard FAUTREZ : beaucoup d'acteurs du secteur évoluent aujourd'hui dans un environnement hyper concurrentiel. Ce n'est pas facile de se mettre en avant. D'autant plus pour les structures associatives à but non lucratif qui ont pour interdiction de faire de la publicité, au risque d'être requalifiées en sociétés classiques. Par contre, ces dernières ont l'avantage de pouvoir bénéficier d'appuis notamment auprès des institutions. Une des pistes de leur communication est donc de pouvoir s'appuyer sur ces relais. Il s'agit aussi de valoriser l'offre. Pour le secteur des services à la personne par exemple, l'offre d'une entreprise commerciale se résume parfois à des interventions facturées au temps passé, souvent par des intervenants différents, et donc sans beaucoup de respect du client. L'économie sociale et solidaire, elle, prône, la notion d'usager. C'est là où le secteur dispose d'un avantage concurrentiel qu'il doit promouvoir.

Le changement d'image opéré lors de la dernière campagne de Finansol a-t-il porté ses fruits ?

Guillaume LEGAUT : il a indéniablement reçu un écho favorable. Malgré tout, les résultats ne sont pas encore à la hauteur car nous avons constaté de réelles difficultés d'appropriation de celle-ci par les acteurs du secteur. Les plus militants ont mal compris notre volonté de cibler les grandes banques. Quant à celles-ci, engluées dans la crise financière qui a commencé en pleine campagne, elles se sont montrées très frileuses. Nous avons joué de malchance alors même que notre stratégie semblait pertinente. En effet, les banques ne valorisent pas forcément les placements d'épargne solidaire qu'elles proposent. Or, si elles le faisaient, tout le secteur en sortirait gagnant. Nous réfléchissons donc pour l'année prochaine à d'autres axes de communication sans perdre nos ambitions de vue.

Atelier organisé par Colline ACEPP, Scenethik, Autonomie et Solidarité, l'APES et l'association régionale des CIGALES.

Atelier animé par Thomas LAMARCHE, Maître de conférences et Ignace MOTTE, Directeur de DIESS Lille Métropole

Lieu : IUP Infocom / Roubaix

SEMINAIRE

Quels outils pour une politique d'économie sociale et solidaire au sein d'une collectivité ?

ENJEUX DU SEMINAIRE

Développer l'économie sociale et solidaire pour une collectivité, qu'est-ce que cela signifie ? Les pistes de travail sont nombreuses : développer les filières d'activités solidaires, faciliter leur financement, favoriser le développement de projets innovants, donner de la visibilité aux bonnes pratiques,... autant d'actions à mettre en œuvre et à coordonner.

Quels outils de diagnostic ? Comment animer un réseau d'acteurs ? Quelles actions de proximité mener ?... et comment, in fine, mettre en place un plan de développement à l'échelle du territoire, adapté et mobilisateur ?

LES INTERVENTIONS

Laurent FRAISSE, Chargé de recherche en socio économie au Centre de Recherche et d'Information sur la Démocratie et l'Autonomie (CRIDA)

L'enjeu, aujourd'hui, des politiques territoriales de l'économie sociale et solidaire, est double : leur pérennité, c'est à dire la consolidation et en même temps leur développement. Leur pérennité car elles restent fragiles puisque récentes (10 ans d'existence environ). D'autant plus que selon les territoires, on constate des niveaux disparates de développement. Dans le Nord Pas-de-Calais, on dispose déjà d'une expérience, d'acquis, pour aller plus loin. Au niveau national, rappelons-le, il n'existe plus de représentation gouvernementale, alors que l'embryon d'institutionnalisation et de reconnaissance s'est faite à ce niveau, avec la création de la Délégation Interministérielle de l'Economie Sociale et le Secrétariat d'Etat à l'Economie Sociale et Solidaire. Aujourd'hui, on assiste donc à un retour en arrière.

Par ailleurs, il s'agit d'une politique singulière, car elle porte une ambition de transversalité, toujours difficile à mettre en œuvre. Il ne s'agit pas uniquement d'accroître le nombre de coopératives ou de mutuelles sur un territoire. Il ne s'agit pas uniquement de réagencer des dispositifs qui existent en matière d'insertion par l'activité économique, de vie associative ou de développement de filières très visibles type commerce équitable, finance solidaire ou services à la personne. Son ambition est d'être un modèle économique. Ce qui la rend fragile car les politiques d'économie sociale et solidaire restent des politiques partielles. Les changements de majorité entraînent ainsi des discontinuités dans les politiques territoriales.

En terme de développement maintenant, la question demeure : comment passe-t-on à une seconde génération des politiques territoriales de l'ESS en s'appuyant sur les acquis et en allant plus loin ?

Les acquis, c'est une meilleure connaissance de ce qu'est l'économie sociale et solidaire, les acteurs sont mieux reconnus auprès des autorités territoriales et du grand public. Ce qui a d'ailleurs permis au secteur de se structurer et de faire entendre sa voix. C'est important car les élus ont besoin de s'appuyer sur cette société civile pour se donner les moyens de mener cette politique. Et ce maillage territorial d'acteurs

avec des structures comme la CRESS ou l'APES est à consolider.

Une autre question se pose : y a-t-il une cohésion assez forte entre les acteurs pour qu'ils soient en mesure de faire des alliances avec d'autres, les autres acteurs économiques du territoire, les mouvements sociaux, les syndicats pour passer d'une politique de la reconnaissance à une politique du développement d'une économie plurielle durable et solidaire sur les territoires ? Car s'il faut construire à partir de nos valeurs, il est indispensable de faire des alliances et des compromis avec d'autres pour irriguer l'ensemble du territoire. Il faut des changements d'échelle, généraliser les expériences emblématiques. Un exemple, l'économie sociale et solidaire a su convaincre les collectivités publiques d'adopter une politique d'achat et d'encourager des pratiques de consommation différentes. Mais face à une demande qui existe, l'offre n'est pas toujours en mesure de suivre. C'est là que se pose la question de pôles de développement de l'économie sociale et solidaire, ou de l'élargissement des circuits de distribution. C'est ainsi que l'on passera d'une politique spécifique de l'économie sociale et solidaire à une politique de régulation de l'économie plurielle sur un territoire. Il existe notamment un vrai enjeu sur les services sociaux où plusieurs logiques s'affrontent : une démarche purement concurrentielle ou un mandatement par délégation de service public. Un certain nombre d'acteurs de l'économie sociale et solidaire doivent se positionner pour fournir ces services sociaux qui sont de l'ordre de l'intérêt général.

Enfin, la crise que nous vivons actuellement crée à la fois des opportunités et des menaces pour l'économie sociale et solidaire. Des opportunités car l'économie sociale et solidaire ne cesse de dénoncer ce système depuis des années. La crise crée donc des brèches où s'engouffrer... mais en même temps, face à cette crise, je suis frappé par le silence assourdissant de l'économie sociale et solidaire, alors qu'il y a une opportunité historique pour la faire changer d'échelle. Par exemple, la finance solidaire, c'est être en capacité de faire du crédit à des ménages ou des

personnes modestes, c'est être capable de gérer différemment l'épargne que les mécanismes des « Subprimés ». C'est le moment de le démontrer. Et rapidement tant les menaces pesant sur les finances des

collectivités territoriales risquent de les conduire à faire des choix budgétaires, dont l'économie sociale et solidaire, si elle ne se montre pas créative, pourrait être victime.

Ginette VERBRUGGHE, Vice-présidente du Conseil Régional Nord – Pas de Calais déléguée aux relations internationales, aux partenariats associatifs et à l'économie solidaire

La politique d'économie sociale et solidaire sur le territoire régional est une politique qui évolue, à la fois dans sa mise en œuvre mais aussi dans son appropriation, que ce soit par les acteurs du territoire ou par les institutionnels et élus. C'est une culture qui se distille petit à petit.

Dans la région, on a construit depuis le début des années 90 une politique innovante appelée « nouvelles activités nouveaux services » avec des aides directes aux porteurs de projets, tout un dispositif d'accompagnement et d'animation collective, ce qui a positionné la région dans son rôle d'animation du territoire. Les échanges entre institutionnels et acteurs se sont multipliés. Tant et si bien qu'on a décidé dans les années 2000 d'élaborer un Plan Régional de Développement de l'Economie Sociale et Solidaire (PRDESS). 18 mois de réunions ont été nécessaires entre les têtes de réseaux, les acteurs, les collectivités, les acteurs institutionnels du territoire et d'autres tels que la Caisse des Dépôts pour définir une stratégie partagée sur le territoire régional. En parallèle, la Région s'est dotée d'un Schéma Régional de Développement Economique, doté d'instances et proposant des conférences annuelles qui réunissent près d'un millier d'acteurs du territoire. On a voulu profiter de ce schéma pour faire passer un avis sur l'économie sociale et solidaire. Aujourd'hui, celui-ci est intégré au Schéma Régional de Développement Economique. Pour les acteurs c'est une reconnaissance très forte.

En termes de déclinaisons pratiques, l'un des axes principaux concerne le soutien aux territoires dans l'élaboration de leur stratégie de développement de l'économie sociale et solidaire. Chaque fois, par exemple, que se construit un plan local de développement économique, il y a un volet « économie sociale et solidaire » qui est travaillé en partenariat

avec les acteurs locaux. C'est une démarche de dialogue qui nous semble importante. Il n'y a donc pas de procédure fixe ou de cahier des charges rigide, mais plutôt des préconisations de méthodes, des recommandations pour permettre l'implication des acteurs, entreprises, associations, voir de la population. Un agent de développement est ainsi chargé sur le territoire de mettre en œuvre cette animation et des groupes de travail thématiques pour construire des propositions opérationnelles. Dans cette étape de construction locale, la Région finance des études et le poste de l'agent de développement. Dans un second temps, ces crédits pourront être mobilisés au développement en lui-même des politiques.

Aujourd'hui 5 territoires ont signé un Plan Local de Développement Economique intégrant tous un volet économie sociale et solidaire : le pays de St Omer, les 7 vallées, Artois Com, le Pays des Moulins de Flandres et Cœur de Flandres. Il existe également des plans locaux dédiés spécifiquement à l'économie sociale et solidaire, dans le Cambrésis, l'Audomarois, le Boulonnais,... sans oublier les villes de Lille, de Villeneuve d'Ascq et de Seclin qui ont mis en place des plans locaux.

Deuxième grand axe de notre intervention : la sensibilisation et la communication sur nos valeurs, auprès notamment des étudiants. Autre point important : le soutien aux porteurs de projets avec toute une panoplie d'outils comme MPA (Micro Projet Associatif) ou le FIDES (Fonds d'Investissement et de Développement Economique et Social). Nous soutenons également la finance solidaire ou les recherches actions, comme celle de l'Université Populaire et Citoyenne de Roubaix sur l'emploi, car ces expérimentations créeront à terme de la richesse sur un territoire.

Christiane BOUCHART, Conseillère communautaire déléguée à l'économie sociale et solidaire et Conseillère municipale de Lille, déléguée à l'économie sociale et solidaire et au commerce équitable

La méthode est importante pour ancrer l'économie sociale et solidaire comme un vrai modèle économique.

Premier point, il faut donner de la lisibilité politique à la prise en compte de l'économie sociale et solidaire en ancrant cette politique dans le développement économique de la ville. Ce sont bien les services de l'action économique qui doivent porter cette politique au sein de la collectivité. Bien que ce soit un axe transversal, il est également nécessaire de disposer d'un minimum de moyens humains et financiers, essentiellement pour amorcer un certain nombre de dynamiques mais aussi pour faire en sorte que l'ensemble de nos collègues au sein de la collectivité s'approprient aussi cette culture commune et cette nouvelle forme d'économie.

Deuxième point important : marquer la fonction partenariale de l' élu. Introduire l'économie sociale et

solidaire dans les préoccupations des collectivités donne l'opportunité de renouveler les modes de relations entre élu et société civile. L' élu doit se positionner comme l'un des partenaires de la dynamique locale et non pas comme un simple financeur, ce qui pourrait avoir comme effet d'instrumentaliser les structures ainsi subventionnées. L' élu doit s'appuyer sur les acteurs locaux pour définir les priorités d'action, en fonction des besoins du territoire. C'est ainsi que se montent des contractualisations partenariales liées à des objectifs, des moyens, des missions et une évaluation.

Troisième point : le repérage des acteurs et les modes de mise en place sur la durée d'une politique. Il est important de s'appuyer sur des diagnostics partagés et participatifs du territoire et de mettre en mouvement les modalités d'une évaluation permanente dès lors qu'on a bâti un plan. A Lille, nous

avons organisé un certain nombre d'ateliers avec différentes clés d'entrée qui ont abouti un an après au vote d'un plan pluriannuel de développement de l'économie sociale et solidaire autour de 4 axes : l'aide à la structuration de l'animation du territoire, la notion d'échange, l'appui à la finance solidaire et la promotion d'autres modes de consommation. Notre second plan, suite à l'évaluation du premier, y a ajouté la formation, tant elle est tout au long de la vie, un élément structurant et important du développement de l'économie sociale et solidaire. Chaque axe est animé par des réseaux d'acteurs locaux.

Autre volet important : montrer que l'économie sociale et solidaire n'est pas cantonnée à la réparation sociale et au traitement du chômage. C'est ce que nous faisons en ouvrant des espaces de débat aux acteurs de l'économie « classique », ou par notre appel à projets permanent qui soutient et apporte une aide au démarrage à des projets économiques. Une aide à mettre en lien avec les outils de la finance solidaire et les dispositifs d'accompagnement que nous soutenons également. Autant de projets qui génèrent de l'emploi et recréent du lien social à l'échelle des quartiers de la ville.

Jean-Philippe MAGNEN, Adjoint au Mairie de Nantes, Vice-président de la Communauté d'Agglomération, chargé de l'économie sociale et solidaire



Je commencerai mon intervention par une introduction politique. La notion de réseau entre collectivités et entre élus est à mettre en avant car c'est ce qui nous a permis, à Nantes, de faire avancer nos politiques sur nos territoires alors qu'elles n'étaient alors que des niches spécifiques. Le RTES (Réseau des Territoires d'Economie Solidaire) fédère ainsi aujourd'hui 45 collectivités pour aller plus loin dans la diffusion de nos idées et de nos projets. C'est un atout, d'autant plus que la période actuelle n'est pas une période de normalité en raison notamment de la crise financière. On aurait pu croire à un grand élan de l'économie sociale et solidaire, tant l'économie actuelle va droit dans le mur. Et bien non, ce n'est pas le cas. Parce qu'au contraire, les politiques prennent l'alibi de la crise financière pour ne pas répondre aux exigences d'un développement plus durable et solidaire, car aujourd'hui la priorité est de renflouer les banques. Les vannes budgétaires qui devraient s'ouvrir, se referment donc. Même, et surtout au niveau local, les collectivités étant étranglées financièrement. Ce qui fait qu'aujourd'hui à Nantes, alors que le développement de l'économie sociale et solidaire était une priorité du mandat, on ne peut plus finan-

Enfin, nous travaillons à l'essaimage de nos pratiques en les rendant visibles auprès du grand public ou en favorisant la transversalité par le développement de filières comme celles du commerce équitable. Toutes ces actions contribuent à ce que le développement local s'inscrive dans des dynamiques collectives. Le premier plan a contribué à la structuration de modes de faire comme l'implantation des coopératives d'activité et d'emploi à l'échelle de la ville ou la mise en route de l'auto-partage sur la ville dont 25% du capital est détenu aujourd'hui par des citoyens. Le second plan cherchera à aller plus près des habitants dans les quartiers et vers les populations qui peuvent être les plus fragiles, à travers, par exemple, la mise en place de régies de quartier ou le renforcement des liens avec d'autres politiques municipales comme la culture ou la politique de la Ville.

Notons enfin l'importance de l'évaluation que l'on essaye de réaliser de façon permanente car la lisibilité de l'économie sociale et solidaire passe aussi par une transparence de résultats dans le portage des différents outils.

cer de l'innovation et l'on se contente de gérer l'existant. Je ne demandais pourtant qu'une rallonge budgétaire de 100 000 euros (le coût d'un demi rond-point !). Le réflexe actuel n'est donc pas de mettre l'économie sociale et solidaire au centre d'une alternative sur un projet de société. Elle n'existe même plus au niveau national. Le combat pour une économie sociale et solidaire est quotidien. Nous avons peut-être été trop modestes, nos projets sont restés trop cloisonnés et par conséquent il est difficile aujourd'hui de parvenir à un changement d'échelle et de se positionner sur des projets plus significatifs.

Notre démarche, à Nantes Métropole (550 000 habitants sur 24 communes) a été comparable à celle de Lille. Nous avons réalisé un diagnostic de l'existant, quantitatif mais aussi qualitatif. Le quantitatif a notamment eu son importance dans l'imaginaire des gens qui ont vu, dans notre approche statistique, que l'économie sociale et solidaire représente 30 000 emplois, comme l'industrie ou le commerce. Bien sûr, ces chiffres, je les dénonce car l'économie sociale et solidaire n'est pas un secteur d'activités que l'on cloisonne mais politiquement ils sont importants et donnent du poids.

Parmi les grandes étapes de notre politique publique, 2004 fut un moment clé : on a situé l'économie sociale et solidaire dans le développement économique et l'emploi. On la situait avant plutôt dans la politique de la ville, et l'approche « traitement social du chômage » était alors dominante. Désormais, l'économie sociale et solidaire répond à 3 vocations : intérêt général, insertion des publics en difficulté, production de biens et de services. Autre date, 2005, avec l'adoption d'un plan triennal sur deux grands axes : développer les activités et services de l'économie sociale et solidaire et améliorer lisibilité du secteur et visibilité des projets.

Nous pouvons en tirer aujourd'hui plusieurs enseignements. Le premier concerne l'appel à projets qu'on a lancé. Il s'agissait d'une nouveauté car on s'adressait directement aux porteurs de projets qui initient l'économie sociale et solidaire sur le territoire. La démarche se voulait concrète puisqu'elle a donné lieu à la création d'un réseau d'acteurs qui a co-construit avec nous l'appel à projet et participé à la mise en place d'une commission ad hoc pour définir les critères d'attribution des aides et instruire les dossiers. Le second, c'est le plan de développement des sociétés coopératives. Nous avons signé une convention avec l'URSCOP concernant la création et la transmission d'entreprises. Le domaine artisanal est particulièrement visé, car de nombreuses successions posent problème. Mais pas seulement. En effet, notre territoire est particulièrement touché par les délocalisations et une crise industrielle importante,

notamment au niveau des chantiers navals et des grandes entreprises situées sur la façade maritime. Pour nos élus, le reclassement est la priorité absolue, mais avec l'URSCOP, on lance le débat : n'y a-t-il pas moyen d'organiser dans certaines entreprises, la reprise de l'activité par les salariés. Certains projets de ce type avancent d'ailleurs. C'est ce type d'actions qui, à mon sens, vont permettre demain de situer la démarche de l'économie sociale et solidaire dans un ancrage territorial plus proche des problématiques que vivent les gens au quotidien et que vit le secteur économique. Tout le secteur de la mobilité urbaine est notamment concerné avec des démarches comme l'auto partage ou le vélo en libre service qui doivent permettre à l'économie sociale et solidaire de prendre racine dans les politiques publiques.

ELEMENTS DE DEBAT AVEC LA SALLE



Vanessa JEROME : les Régions se sont fortement engagées depuis 2004 dans l'économie sociale et solidaire. L'Association des Régions de France vient notamment de signer le manifeste pour l'économie sociale et solidaire et d'engager un partenariat avec la CRESS pour créer un observatoire de l'économie sociale et solidaire au niveau national afin de se doter d'outils statistiques.

Pour des raisons techniques, les débats qui se sont tenus à l'occasion de cet atelier n'ont pas pu être enregistrés et donc retranscrits. Nous nous en excusons.

Séminaire organisé par les Villes de Lille, Wattrelos et Villeneuve d'Ascq

Séminaire animé par Vanessa Jérôme, Adjointe au Maire de Clamart

Lieu : Conseil Régional Nord - Pas de Calais / Lille

SEMINAIRE

Clause d'insertion et achats éthiques : la collectivité donne le ton

ENJEUX DU SEMINAIRE

Intégrer une part de projets solidaires dans les politiques municipales : un exemple concret pour inciter les entreprises à des pratiques plus responsables. Une démonstration par l'exemple qui a porté ses fruits. En dopant la demande de biens et services solidaires, on encourage son offre... simple règle de bon sens économique !

Comment concrètement promouvoir ces pratiques dans les appels d'offre des collectivités ? Quelle implication politique ? Quelles modalités techniques ? Difficultés et résultats attendus ?

LES INTERVENTIONS

Florence LECOCQ, Adjointe au Maire de Villeneuve d'Ascq déléguée au développement économique, à l'emploi, à l'économie durable et solidaire

L'objet de mon intervention sera de resituer la politique des achats éthiques menée à Villeneuve d'Ascq depuis 2001 dans le cadre du plan local d'économie solidaire. Nous avons travaillé sur plusieurs axes : le soutien aux projets, la promotion de la finance solidaire, l'accompagnement de structures solidaires sur la ville et donc la politique des achats éthiques. Un petit focus au préalable sur le contexte politique villeneuvois. Je m'occupais de l'économie solidaire sous l'ancien mandat et j'ai désormais en charge le développement économique, l'emploi et l'économie durable et solidaire. L'évolution est importante car elle remet l'économie sociale et solidaire au cœur du développement économique. En 2001, nous avons fait un choix : celui qu'une collectivité publique ne pouvait porter des valeurs sur l'éthique ou l'équitable qu'à partir du moment où elle était exemplaire. Il nous a semblé primordial de montrer aux citoyens que nous faisons un effort particulier.

Par ailleurs, nous savions qu'instaurer une politique d'achats éthiques en mairie serait un levier économique important pour tout le secteur. Celle-ci s'est structurée autour de 3 axes : la protection de l'environnement, l'insertion et un commerce plus éthique. J'insiste sur la nécessaire transversalité que requièrent ces politiques par l'implication des élus et des services mais aussi par un pilotage fort au niveau politique ou technique. Au niveau de la méthode, nous avons mis en place un comité de pilotage politique présidé par le maire et qui réunissait les adjoints au développement durable, aux finances, au patrimoine,... ainsi qu'un comité de pilotage technique avec les différents services de la mairie. La démarche a été d'autant plus efficace qu'elle était portée par le service des marchés publics qui était convaincu par la démarche. Un tableau de bord a ensuite été construit. Il permettait de suivre chaque action, tant sur le volet financier (coûts immédiat, à moyen et à long terme) que sur le volet organisation (implication des services). Sur l'axe « commande publique et protection de l'environnement », nous avons mis en place au niveau de la ville des chantiers verts avec comme

objectifs de limiter les risques et les nuisances pour les riverains et utilisateurs mais aussi les risques sur la sécurité et la santé des ouvriers. Concernant les fournitures, nous avons choisi des produits respectueux de l'environnement et également prêté une attention particulière au surdosage des produits d'entretien utilisés dans les parcs publics. Sans oublier la généralisation des lampes à faible consommation d'énergie, des véhicules propres ou le recyclage systématique des papiers en mairie. Tout cela en inscrivant dans les appels d'offre des critères de jugement très stricts. Sur le volet « commande publique et insertion », nous avons mis en place des clauses d'insertion et nous travaillons avec des partenaires de terrain, comme la maison de l'emploi, la mission locale ou le PLIE.

Car il ne suffit pas d'inscrire noir sur blanc des critères pour qu'ils soient appliqués. Un travail en amont de mobilisation des acteurs et de prise en compte de ce mécanisme est nécessaire. Ce que nous avons réussi à faire. Les résultats quantitatifs et qualitatifs sont bons ce qui nous permet de mesurer les bénéfices retirés par les structures d'insertion et les personnes en grande difficulté. Quelques exemples maintenant sur le volet « commande publique et commerce éthique » : les achats au personnel (cadeaux de fin d'année,...), la restauration municipale qui intègre des critères bio et équitables ou encore les vêtements textiles, ceci dans le cadre de la mise en place d'une assistance sur la maîtrise d'ouvrage. Nous nous faisons accompagner par un cabinet extérieur qui nous aide à remonter les filières. Car il ne suffit pas, encore une fois, de mettre une clause sur les achats éthiques pour que cela se fasse naturellement. Il faut remonter toute la filière pour aider les entreprises au niveau éthique et équitable, les accompagner dans une démarche de progrès, d'où l'objet de l'assistance à maîtrise d'ouvrage. Enfin, il faut savoir que les élus ont été dernièrement renouvelés à 90%. Il s'agit pour nous de convaincre les nouvelles équipes. Heureusement, les outils continuent d'exister et ils attestent de l'efficacité du dispositif..

Eric LEFEBVRE, Chef du service Propreté de la Ville de Lille

En tant que responsable d'un service technique, je suis de l'autre côté de la barrière. En 2007, il y a eu une volonté politique d'accroître les clauses d'insertion dans les marchés de la ville. Celle-ci coïncidait avec la mise en œuvre d'un plan propreté. Nous en avons profité pour lancer un marché d'insertion avec comme support le nettoyage des espaces publics, la première année (vu l'urgence) sous la forme d'un MAPA (Marché à Procédure Adaptée) d'un an puis sous forme d'un marché d'une durée de 3 ans. D'abord, nous avions besoin d'être rassurés. Nous avons donc travaillé avec les acteurs locaux, avec qui ont été définis les besoins sur l'aspect insertion mais aussi nos attentes techniques. Car il y avait une attente de résultats sur des prestations directement visibles pour la population. Ensuite, nous nous sommes réunis avec le service des marchés pour définir la bonne procédure.

Une Régie de Quartier a été choisie en partenariat avec 2 régies techniques de proximité et nous nous sommes vite aperçus qu'il était possible d'allier insertion et performance. Le résultat : un volume de 10700 heures par an sur 3 ans avec l'équivalent de 8.9 Equivalents Temps Plein pour 12 personnes en contrat aidé à 26hrs/semaine, encadrées par 2 personnes sur le terrain et la régie de quartier de Fives. Il y a bien sûr eu des difficultés à surmonter. Notamment la multiplicité des intervenants qui exige une coordination pas encore aujourd'hui totalement satisfaisante.

Marie-Dominique LACOSTE, Directrice Générale de la Maison de l'Emploi Lille - Lomme - Hellemmes - Armentières

L'essentiel dans ce type de démarche reste la volonté politique. Les acteurs ne peuvent pas œuvrer sans elle. Ensuite, ils doivent pouvoir offrir au donneur d'ordre toute la chaîne de service de A à Z et les assurer que l'ensemble de la prestation sera réalisé. C'est le cas à Lille depuis 2002 mais aujourd'hui dans toute la France, les réseaux de l'emploi et les PLIE se sentent impliqués notamment par la création d'un profil de poste « chargé de mission clause d'insertion ». C'est lui qui accompagne le donneur d'ordre pour introduire la clause d'insertion dans les marchés, en l'aidant sur les aspects techniques (choix des procédures par exemple) en fonction du volume d'heures travaillées ou de la nature du marché. Par exemple, quand on conçoit un établissement public, on a intérêt à ce que des habitants du quartier y travaillent. S'il s'agit d'un marché de maintenance informatique, c'est la question de la qualification des personnes qui est plus importante pour tenir compte des besoins des entreprises.

En leur facilitant l'analyse, nous aidons les donneurs d'ordre à faire leurs choix, à rédiger les articles pour qu'ils puissent sans problème les présenter à leur service juridique. Dans ces appels d'offres, il est clairement inscrit que si les entreprises missionnées veulent être accompagnées pour construire leur réponse à la clause d'insertion, nous sommes là pour les aider à formaliser leur réponse. On peut leur apporter un soutien au recrutement ou le recours à de la sous-traitance. Nous proposons,

Mais la compétence de nos interlocuteurs et les résultats obtenus nous encouragent à poursuivre. Au sein du service propreté, un plan d'insertion a également été mis en place avec l'embauche de 47 CAE.

On s'est aperçu que l'insertion était un vrai métier, que le suivi n'est pas facile, notamment sur tout le volet formation. La première année, par exemple, nous avons financé des permis B, C, poids lourds et le taux d'échec a été de l'ordre de 90%. Sans doute parce que le suivi n'était pas assez personnalisé et qu'il ne s'inscrivait pas forcément dans un plan d'évolution professionnelle individualisé. Nous re-voyons aujourd'hui notre organisation. Autre exemple, une clause d'insertion sur un marché plus global, à hauteur de 6 Millions d'euros par an et qui concerne le nettoyage de la moitié de la ville. Ce marché prévoit un volume de 10000 heures d'insertion sur l'année. Résultat : on est déjà arrivé à 17186 heures avec 8 CDI et 6 CDD qui ont été créés au sein de cette entreprise. La meilleure façon de voir que ces clauses fonctionnent, c'est qu'on ne nous interpelle pas pour des problèmes sur le terrain. En fait, dès que l'adaptation des personnes au poste de travail, le suivi de leurs difficultés personnelles et leurs besoins de formation sont pris en charge par des spécialistes, il n'y a pas plus de soucis que pour n'importe quel autre marché.

l'entreprise dispose. Nous, en parallèle, nous mettons en œuvre tout un travail avec nos opérateurs d'insertion, nos conseillers de missions locales pour identifier les publics et ainsi proposer une réponse adaptée.

L'essentiel aussi, c'est de pouvoir rendre compte au donneur d'ordres. On est très performant aujourd'hui même si cela nous a pris du temps. Un exemple : la restructuration de l'école Turgot à Lille qui comptait 3 lots avec pour chacun un certain nombre d'heures d'insertion à réaliser. On est capable de dire, à la fin des travaux, le nombre d'heures réalisées, sur quels travaux, la situation des personnes recrutées (contrat, durée...), leurs noms, leur provenance ou niveau de qualification... Au niveau de la métropole, nous nous sommes organisés avec un chargé de mission par territoire, en lien avec les donneurs d'ordre de sa zone. Et puis nous avons une tête de pont par bassin d'emploi, qui s'occupe des donneurs d'ordre « supra territoire », tels que LMCU, le Conseil Régional, les bailleurs, les SEM, l'Etat et les établissements publics, comme le CHR, la SNCF, et demain la chambre de métiers...

Un autre axe de progrès est à noter avec l'ANRU qui prévoit une obligation de 5% d'insertion sur l'ensemble des marchés, ce qui représente des temps de travail colossaux (parfois jusqu'à 50 000 heures). Nous avons décidé d'associer les habitants. Avec un message du type : « l'ANRU arrive, les entreprises vont recruter. Postulez ! ». De cette façon, on a

rendu lisibles les opérations et donné aux gens l'opportunité de se positionner. Et ces candidats là sont venus rejoindre tous les postulants déjà suivis dans les parcours d'insertion. Pour les mobiliser, nous avons monté des ateliers de motivation et de sensibilisation pour faire connaître ces métiers aux personnes qui le souhaitaient grâce à des visites de chantiers. Nous avons également mis en place avec les entreprises missionnées des « opérations emploi formation ». Avec les acteurs de la formation, des modules préparatoires à l'emploi d'environ 400 heures sont ensuite organisés. Les personnes sélection-

nées signent ensuite les contrats de professionnalisation avec les entreprises qui commencent dès ce moment à exécuter les heures prévues pour la clause d'insertion. Parfois, il n'y a même pas besoin de clause clairement écrite comme avec la réalisation du siège de région mais la volonté politique était là. Au final, il y a eu 10 « opérations emploi formation », quasiment une pour chaque corps de métier, près de 100 contrats de travail signés par des personnes en insertion dont 70 % sont restées en poste ensuite dans les entreprises.

Patrick LOQUET, Directeur du réseau 21, Maître de conférences en droit à l'université de Valenciennes et du Hainaut Cambrésis



Je débiterai par un coup de gueule à l'intention des élus présents.

Nous sommes en face d'un grave danger. Comme vous, je suis témoin d'un système qui nous envoie dans le mur.

Mais en même temps, les élus continuent à vanter les mérites de la mise en concurrence comme si c'était une évidence alors que il serait de leur responsabilité de changer les choses. Concernant la clause d'insertion, je crois qu'il s'agit d'un dispositif intéressant, qui progresse et permet la mise en place de partenariats locaux constructifs. Mais attention, il y a encore de vastes territoires en France, où les mots « clause d'insertion » n'ont aucune réalité.

De même, la clause d'insertion pose le problème fondamental d'une stratégie territoriale. C'est un outil qui nécessite que sur un territoire, l'ensemble des donneurs d'ordre veuillent bien s'accorder sur la création d'un guichet pour permettre aux entreprises de gérer cette contrainte et d'avoir de réels résultats durables sur l'emploi.

Le nouveau métier (chargé de mission clause) qui s'est créé, sorte d'interface entre élus et services techniques, fonctionne plutôt bien, mais uniquement s'il y a un portage politique et technique dans les collectivités. D'ailleurs, il y a, à mon sens plusieurs niveaux d'excellence dans le domaine. L'insertion peut se résumer à « on ne change rien à nos habitudes, on oblige simplement les entreprises à atteindre un certain quota d'heures d'insertion ». Ou alors, comme à Nantes, on va plus loin et on fait de l'insertion un vrai critère de choix et là, on note dans l'offre la capacité de l'entreprise à s'intéresser au social. C'est un palier qu'il faut franchir, tout doucement mais réellement car c'est un enjeu politique majeur. Le droit a d'ailleurs changé en France grâce à l'Europe mais aussi grâce à la Région Nord - Pas de Calais quand en 1995, la Présidente a dit : « je vais attribuer mes marchés en obligeant les entreprises à expliquer leur démarche sociale ». La démarche était tellement révolutionnaire que la commission européenne a traduit en justice la Région pour obtenir l'annulation du marché. Sauf qu'en 2000, la cour de justice a rendu son verdict : on a le droit de prendre

en compte le social. Quelques temps plus tard, à Helsinki, une élue a mis une clause anti-pollution pour l'attribution de son marché « transport urbain ». L'affaire est à nouveau portée en justice et encore une fois, en 2002, un verdict favorable : on a le droit de prendre en compte l'environnement dans un marché. Ce qui fait qu'en 2004, les aspects environnementaux et sociaux ont été intégrés à la directive européenne sur les marchés publics. En 2006, le code Villepin indique également que quand une collectivité passe un marché, elle doit définir ses besoins en prenant en considération les objectifs du développement durable, c'est-à-dire prendre en compte les volets économiques, sociaux et environnementaux.

Mais c'est vrai qu'en pratique, les choses ne sont pas aussi simples, surtout en France, où l'on se heurte à un système binaire : soit je suis subventionné, soit je suis en concurrence et donc la loi du marché prime. Par exemple, je suis en association, j'ai un projet qui tient la route, le maire pourra me subventionner. Par contre si le maire a, lui, un projet, il ne peut pas demander directement à une structure de le mettre en œuvre. Il doit en passer par la case marché, alors que pourtant, la loi européenne l'y autorise sur les marchés de services de la culture, de la santé, des loisirs ou de la formation. Le code Jospin, en 2001, intégrait d'ailleurs cette directive européenne de 1992 : l'on pouvait acheter des prestations culturelles, de loisir, sanitaires... sans mise en concurrence voir sans publicité mais le code de 2006 l'a supprimé. Il y a là un vrai combat à mener. Car la mise systématique en mode marché de certaines prestations est en train de tuer l'économie de proximité.

Les élus doivent se réapproprier la commande publique comme un enjeu politique, arrêter de considérer que c'est l'affaire des techniciens et donner des orientations aux services. L'objectif, c'est de parvenir à changer les habitudes et les pratiques en terme de relations avec les prestataires. Il faut faciliter les démarches. Ce n'est pas normal qu'il faille déployer une énergie colossale pour réussir à faire passer un marché de 30 000€ avec une structure d'insertion. Surtout que la mise en concurrence ne garantit pas l'équité, comme en témoignent les récents scandales pour entente préalable des opérateurs de téléphonie, de la distribution ou du bâtiment. Elle est, au contraire en train de tuer la libre entreprise et toute l'économie locale.

ELEMENTS DE DEBAT AVEC LA SALLE

Où doit se mener en priorité le combat pour faire évoluer les marchés publics ?

Patrick LOQUET : il doit se mener au niveau national par les acteurs locaux. Il faut que ces derniers aient le courage politique, comme en 1995, de prendre le risque d'aller vers du contentieux positif. Comment ? En exploitant toutes les ouvertures juridiques, présentes dans les différents codes.

Florence LECOQ : cette présentation, même si je la comprends, est à nuancer. Nous avons eu, au Conseil régional, ces débats. Et le Président a tranché car la pression des services juridiques est très forte. Au niveau de la formation professionnelle, par exemple, la Région Limousin a pris le risque de rester en mode subvention. Nous non en raison des risques importants et bien qu'on sache que le passage en mode marché va occasionner 30% de casse environ dans les organismes de formation.

Patrick LOQUET : ce n'est pas la Région que je remets en cause. Je pose juste la question : est-ce que oui ou non, au niveau national, on accepte de reposer la question et de remettre en cause la mise en concurrence généralisée car aujourd'hui il n'y a plus aucune porte de sortie.

Florence LECOQ : la difficulté politique qui est posée actuellement, c'est celle de la transversalité. Tout le monde se renvoie la balle. Tant qu'on n'aura pas un lieu transversal de discussion où se réuniront toutes les instances et niveaux de décision, on n'avancera

pas. Les élus doivent en débattre collectivement et agir de concert.

A Strasbourg lors de la conférence européenne sur l'économie sociale et solidaire, les responsables du secteur ont fait état sans langue de bois des difficultés qu'ils rencontraient vis-à-vis de la commission européenne pour une reconnaissance de leur spécificité. Ils ont donc décidé de peser sur la campagne pour les prochaines élections européennes.

Patrick LOQUET : Avant 2006, nous avions 3 optiques en France : la subvention, la prestation par marché et la prestation en direct. Aujourd'hui, cette dernière qui était la solution moyenne, très pragmatique et qui favorisait l'innovation, a disparu.



Séminaire organisé par les Villes de Lille, Wattrelos et Villeneuve d'Ascq

Séminaire animé par Vanessa Jérôme, Adjointe au Maire de Clamart

Lieu : Conseil Régional Nord - Pas de Calais / Lille

DEBAT

De l'intérêt d'être une entreprise responsable dans le grand jeu de la mondialisation...

ENJEUX DU DEBAT

Délocalisations brutales sous la pression d'actionnaires avides de rentabilité, parachutes dorés en dédommagement de services non rendus, productivité érigée en dogme aux dépens des salariés,... les dysfonctionnements de l'économie mondiale, chaque jour, s'affichent à la une des journaux. Mais alors que la mondialisation partout se voit diabolisée, quelles alternatives sont possibles ? Ne faut-il pas désormais se poser davantage la question des apports de l'économie de proximité. Une économie à dimension humaine, forcément plus mobilisatrice et qui, de surcroît, prend en compte les spécificités culturelles et sociales du territoire.

Ce défi, l'économie sociale et solidaire le relève. Par le biais d'entrepreneurs qui font le pari d'un commerce équitable. Ou par le biais encore de sociétés coopératives, dont les salariés sont aussi les actionnaires. Ils ne sont heureusement pas les seuls. D'autres, issus de l'économie « classique » s'engagent à leur tour dans des démarches exemplaires. En quoi de tels comportements sont-ils devenus aujourd'hui d'une telle nécessité économique ?

LES INTERVENTIONS

Frédéric LAMBIN, président de la CGPME Nord – Pas de Calais, administrateur DIESS Lille métropole



Les initiatives portées par l'économie sociale et solidaire et les démarches de responsabilité sociale des entreprises sont aujourd'hui une nécessité économique.

Car elles luttent contre les méfaits de la mondialisation en développant l'économie locale. Je représente des très petites entreprises dont la première motivation n'est pas de rémunérer des actionnaires mais de s'engager dans la vie de la cité. C'est pourquoi, en reliant ces deux économies, on développera d'autant plus l'économie locale. C'est une alternative au néolibéralisme conservateur. Il faut relier les pratiques, se parler entre secteurs solidaire et classique. Ce discours a de plus en plus le vent en poupe et beaucoup d'entreprises surfent sur la thématique. Parfois, ce n'est malheureusement que de la communication,

une politique d'image sans réelle mise en pratique. C'est donc à nous tous, en tant que citoyens, de dénoncer les tricheurs et de les sanctionner, au travers de nos achats, par exemple. **Les entreprises, en fait, n'ont tendance à évoluer dans leurs pratiques que si elles y sont contraintes ou si elles font le constat que l'inaction fera baisser leurs résultats.** Tant que ce n'est pas une obligation, les actions entreprises ne sont souvent que de « l'habillage ». Elles ne prennent pas leur part de risque social. On s'en rend compte avec les jeunes issus de l'immigration qu'on laisse au bord du chemin. En 2005, ça a explosé spontanément, la prochaine fois ça explosera structurellement. C'est là que la politique a un grand rôle à jouer. Que fait-on de notre économie aujourd'hui ? Le contexte actuel de crise devrait nous amener à nous poser enfin les bonnes questions, à mettre le doigt sur les vrais problèmes et proposer en conséquence de nouveaux modèles, déjà au niveau local quand cela ne bouge pas aux niveaux national et international. On le sait, des expériences locales peuvent faire contagion.

Bruno LEFEBVRE, gérant d'Insite

Je pense que le problème est celui du projet d'entreprise. Est ce un projet financier ou un projet économique ? On ne peut pas, à mon sens, reprocher à une grande entreprise capitaliste, de se comporter de façon déraisonnable puisque le projet d'entreprise n'est pas forcément un projet économique au sens d'apporter un service, de répondre à un besoin. Le projet est d'abord financier. Cette approche change totalement la vision que l'on peut avoir d'une activité économique. Notre entreprise, Insite, est d'abord un projet économique. Nous existons depuis 1993, nous sommes 8 salariés et nous sommes sous statut SCOP depuis 1999. Nous réalisons des sites internet avec une préoccupation éditoriale qui était à

l'époque de répondre à un besoin : faire face à l'émergence des nouvelles technologies. Nous avons toujours comme ligne directrice de nous interroger sur la manière de rédiger, mettre en forme, hiérarchiser et présenter l'information.

Le fait d'avoir ce statut, ce fonctionnement particulier et d'être concentré sur cette notion de projet économique et d'utilité sociale nous a également permis de nous développer. Et même dans les années noires pour le secteur, nous avons toujours su nous maintenir. Deux explications à cela :

- En interne, être en société coopérative fait que le salarié n'est pas seulement l'exécutant d'une tâche. Il est aussi sociétaire, actionnaire. Il a intérêt à

s'investir. Il a aussi son mot à dire pour tout ce qui concerne la stratégie. Nous sommes sur un secteur d'activité où des innovations apparaissent tous les six mois. Il faut être très réactif. La coopérative va permettre la mise en commun des expériences de chacun qui va permettre au gérant de prendre les bonnes décisions. Seul, ce n'est pas possible. Le salarié est responsabilisé. En temps de crise, il nous est ainsi arrivé de décider de nous mettre en chômage partiel pendant 3 mois afin de permettre à l'entreprise de s'en sortir financièrement.

Jean-Noël CAFFIERS, PDG de Fonderie Mécanique Lensoise

L'histoire de la Fonderie Mécanique Lensoise est celle d'une reprise d'entreprise par les salariés. Celle-ci a déposé le bilan en 1984. Suite à cela, nous avons monté un projet avec une dizaine de salariés et l'idée de la coopérative s'est imposée. Au départ, il s'agissait de sauver nos emplois. Rien n'a été simple : l'entreprise était mal gérée, la plupart des fonderies étaient en crise et fermaient les unes après les autres et le marché était extrêmement concurrentiel. Pourtant le projet a pris et nous sommes aujourd'hui 20 salariés qui adhérons à un projet, sommes à l'écoute du client,... c'est notre premier atout. Maintenant, sur notre secteur, il sera difficile d'aller plus loin et de relocaliser des entreprises qui sont parties à l'étranger. A moins, peut-être, de s'allier avec des sociétés de notre taille pour conserver notre savoir faire. Car le statut ne suffit pas à être solidaire.
Ce qui nous a permis de réussir notre pari, c'est

- La notion de rapport au client et de produit. Nous ne vendons pas simplement un produit. Notre approche est d'utiliser des produits qui existent sur internet. La technologie n'est plus un enjeu. Ce qui en est un, c'est l'usage de cette technologie. Le produit que nous vendons, ce n'est plus le site internet mais l'adaptation d'outils de technologies aux besoins particuliers de nos clients. Cela induit des relations clients complètement différentes. Nous avons besoin du client pour qualifier le produit.

d'avoir fait adhérer tout le monde à notre projet. Nous avons donné du sens à une démarche et fait en sorte que ça ne soit pas juste un statut juridique mais une réalité dans notre pratique économique quotidienne. Cela a bien sûr pris beaucoup de temps. Surtout quand les années passent et que des nouveaux arrivent. Il faut aussi qu'ils s'intègrent au projet. Comme nous sommes salariés mais aussi actionnaires, parfois il faut accepter de ne pas compter ses heures, d'être moins rémunérés en temps de crise. La pression est plus importante car nous sommes décideurs. C'est plus dur que de travailler simplement pour un patron. Et puis, pour faire plus de social que dans une société traditionnelle, nous devons nous en donner les moyens et gagner de l'argent, des marchés. Chacun est un maillon de l'entreprise et si l'un se rompt, toute l'entreprise peut être en péril.

Jeannine GHEYSEN, présidente d'un chantier d'insertion et administratrice à la MACIF

Le principe de l'insertion par l'activité économique est de dire que personne n'est inemployable. Il y a pourtant un paradoxe car si des entreprises d'insertion se sont créées, c'est bien qu'il s'agissait de réinsérer des personnes qui ne sont pas considérées comme employables par les entreprises classiques. Même si l'objectif est qu'elles le redeviennent. En les aidant à remettre un pied dans le monde du travail avec un accompagnement social, en leur faisant découvrir un métier... il y a une réelle complémentarité entre l'entreprise d'insertion et l'entreprise classique. Parfois même, le secteur de l'insertion par l'économie défriche de nouveaux marchés pour l'économie classique, crée des métiers ou des filières qui n'existaient pas. On le voit par exemple avec Tri-selec qui organise le tri sélectif sur la métropole et qui est une entreprise d'insertion.

Alors bien sûr, comme toutes les entreprises, certaines échouent. C'est pourquoi je pense qu'elles doivent être soutenues parce qu'elles s'occupent des gens les plus en difficulté. Demain, si nous continuons à vouloir prôner une concurrence pure et parfaite, ce ne sera plus le cas. En fonction des financements, elles devront atteindre des objectifs et elles n'y parviendront qu'en embauchant les personnes les moins éloignées de l'emploi. S'il n'y a pas une gestion financière expliquée mais vécue de manière différente, on ne se contentera plus que de regarder les bilans financiers de fin d'année, s'ils sont équilibrés ou non. Ce sera la mort de ces structures. Car les contrats aidés, s'ils le sont, c'est aussi parce qu'ils demandent un accompagnement, un suivi humain beaucoup plus important.

ELEMENTS DE DEBAT AVEC LA SALLE

L'économie sociale et solidaire n'est pas un concept nouveau. Pourquoi n'en parle-t-on encore que comme une alternative ? Pourquoi peine-t-elle à décoller ?

Bruno LEFEBVRE : peut-être parce que nous avons tendance à nous marginaliser nous-mêmes comme les altermondialistes. Nous avons de bonnes idées mais nous nous complaisons peut être un peu trop dans cette position face au grand capital. Nous devrions davantage intégrer les méthodes qu'utilisent

les entreprises traditionnelles telles que le marketing, les nouvelles technologies,... C'est à ce prix que nous aurons les moyens d'être une vraie force économique, financière et sociale tout en ayant une culture et des valeurs basées sur l'humain.

Que faites-vous pour que les nouveaux salariés deviennent sociétaires et adhèrent au projet coopératif ?

Jean-Noël CAFFIERS : Au moment de chaque embau-

che, il y a tout un temps d'explication. Certains, une fois embauchés, suivent, s'ils le souhaitent, un stage coopératif. Par ailleurs, nos statuts prévoient que chaque nouvel employé est obligé de présenter sa candidature dans les six mois pour être sociétaire. Il est indispensable qu'il prouve son adhésion au système.

Vous avez dit que vous ne croyiez pas à une économie de la relocalisation. Qu'en est-il ?

Laurent JEANNEAU : même si je reste sceptique sur le fait que ce puisse être un mouvement de fond, il y a tout de même des choses qui se passent. Un exemple, dans les Vosges, le secteur du textile a connu de nombreuses délocalisations vers la Chine. Aujourd'hui, certaines entreprises sont revenues car l'on constate une évolution du marché du textile. Les consommateurs veulent des produits différenciés. Le problème des délocalisations est qu'elles ne sont rentables qu'à grandes échelles sur des produits standardisés. Les entreprises qui relocalisent dans les Vosges s'adaptent à une certaine demande, ce qui leur donne un avantage économique. Par ailleurs, la question des coûts de transports et des fossés culturels fait qu'il est parfois difficile de vérifier la qualité des produits.

Vous nous faites la démonstration qu'en travaillant localement, on est capable d'allier respect social des individus et performance économique. Mais est-ce que l'économie locale, les entreprises de proximité sont capables de produire assez de richesses pour faire fonctionner l'économie d'ensemble ? Par ailleurs, peut-on trouver dans l'économie locale les moyens de compenser les effets négatifs de la mondialisation ? Y a-t-il dans la mondialisation des éléments incontournables de création de richesse qui fondent l'économie nationale et qu'il n'est pas possible de dépasser ?

Frédéric LAMBIN : ce matin, en prenant des notes, j'arrivais à un constat : le fait de prôner une économie locale ne risque-t-elle pas de mener à un repli sur soi. Et en y réfléchissant, Je me suis dit « non, toutes ces initiatives sont certes locales mais à un niveau international, rien ne nous empêche d'être dans une logique de solidarité internationale ». Ce n'est pas un repli, c'est se dire tout simplement « si on résonne local, on évite tous les coûts énergétiques superflus, les délocalisations, on maintient et on crée de l'emploi, on revitalise le lien social, on crée des passerelles entre l'économie traditionnelle et l'économie sociale et solidaire.

Laurent JEANNEAU : cela paraît évident qu'on ne peut pas relocaliser totalement l'économie. Je prendrais l'exemple des systèmes d'échanges locaux... Une monnaie locale permet d'échanger, de recréer du lien social, d'avoir d'autres échanges... Mais jamais ce système ne pourra permettre de réaliser des transactions complexes. C'est plus une question d'équilibre, de complémentarité. L'économie de marché est utile pour cela et l'Etat est aussi indispensable pour mettre en place les régulations nécessaires.

Il y a aussi une chose qu'il ne faut pas oublier, c'est que nous, consommateurs, sommes majoritairement

dans la même démarche qu'une entreprise. Par exemple, je fais un comparatif pour acheter le meilleur rapport qualité/prix. Mais certains veulent le moins cher et c'est ce qui n'est pas forcément produit chez nous.

Bruno LEFEBVRE : moi je pense à la notion de temps qui est importante. A court terme, en tant que consommateur, je vais bien sûr chercher le produit le moins cher et en tant que chef d'entreprise, je vais chercher à réduire mes coûts et être dans une démarche de retour sur investissement. Mais ce raisonnement engendre des impacts sociétaux qui le rendent caduques à moyen terme. Alors que si je paye plus cher à court terme, je gagnerai davantage à long terme.

La question ne devrait-elle pas être « les atouts de l'économie locale au service du développement des territoires, eux mêmes pris dans le grand jeu de la mondialisation ? ». Il existe en effet des concurrences très fortes entre les territoires. Par exemple, sur le thème de l'éducation, ce qu'apporte la mondialisation, c'est l'émergence très forte d'une société de la connaissance. Un défi qu'il faut être capable de relever rapidement. Quelles connexions est-on capable de tisser entre l'économie locale et les territoires. Je prendrais l'exemple des zones franches. Les entreprises qui y sont implantées ont l'obligation d'embaucher des gens du territoire. Mais une des difficultés est de ne pas pouvoir recruter des gens sur ces territoires avec un niveau de qualification suffisant. C'est aberrant. La question de l'économie locale n'est, à mon sens, pas dans la délocalisation ou la relocalisation mais : quelle synergie arrive-t-on à créer entre des acteurs qui localement participent ensemble à l'action du développement local ?

Frédéric LAMBIN : je donnerai un exemple à Roubaix : l'école de la 2^e chance qui soutient les entreprises dans l'embauche de personnes qui, localement, sont en échec scolaire. Cette école est un dispositif qui les forme en s'appuyant sur leur motivation. Et ça marche. Elle accueille des jeunes de 18 à 25 ans sans aucune qualification. Sa force est qu'elle n'en fait pas que des acteurs économiques, mais aussi des acteurs sociaux et citoyens pour qu'ils puissent prendre leur destin en main. En 10 ans, sur les 1500 jeunes qui sont passés par l'école de la 2^e chance, 80% ont trouvé un emploi durablement. Le coût : 8000 € par jeune. Cela peut paraître cher à première vue mais il vaut mieux les investir tout de suite plutôt que de multiplier les stages et les formations « bidon » certes moins chers mais qui ne mènent nulle part... On parle toujours de coûts alors qu'on devrait plutôt parler d'investissement et de retour sur investissement.

Bruno LEFEBVRE : l'éducation permanente peut aussi être une solution pour permettre à notre société d'évoluer, à chaque individu de rebondir et de s'adapter à des contextes socio-économiques qui changent en permanence. Ces questions renvoient à celle de la place du travail dans notre société. Si le travail se résume à avoir suffisamment d'argent pour ne pas vivre dans la rue, ce n'est pas très excitant comme projet de vie. Le travail doit se situer dans un

contexte culturel beaucoup plus global, collectif, et où la solidarité serait un mode de relation humaine généralisé.

Comment l'économie solidaire peut concurrencer l'économie de marché ?

Frédéric LAMBIN : la concurrence existe déjà. Il y a déjà, par exemple, des conflits d'intérêts entre les entreprises d'insertion et les entreprises traditionnelles qui se plaignent de ne pas être logées à la même enseigne. Ce qui est faux car elles sont assujetties aux mêmes règles fiscales... et tant mieux car elles démontrent que leur travail peut être aussi efficace. Quand la concurrence ne détruit pas, elle ne me fait pas peur car elle permet une émulation positive et une recherche de progrès.

Vous avez dit que les employés des sociétés coopératives avaient l'obligation de devenir actionnaire. Pour qu'ils soient acceptés, ne faut-il pas qu'ils aient déjà une certaine sensibilité ? Et si leur demande est refusée, peuvent-ils se représenter ?

Bruno LEFEBVRE : C'est une obligation commune aux sociétés coopératives de proposer sa candidature, dans un certain délai, pour devenir associé. On ne vient pas dans une société coopérative juste pour gagner un salaire mais parce qu'on adhère à un projet économique. Quand on embauche quelqu'un, on le juge sur ses compétences professionnelles et son savoir-être. Ce sont les salariés qui font le projet d'entreprise et pas l'inverse. C'est une dynamique interne qui paraît complexe mais qui se gère sans trop de problème.

Christiane BOUCHART : j'ai souvent entendu que le marché capitaliste récupère des idées et des projets nés dans le secteur de l'économie sociale et solidaire. La question que je me pose est « comment l'économie sociale et solidaire peut-elle changer d'échelle et ne plus être qu'un champ d'expérimentation ? Comment fait-on en sorte qu'elle soit reconnue comme un modèle à part entière dans un certain nombre de sec-

teurs ? ». Dans un même ordre d'idées se pose aussi la question de la consommation. Aujourd'hui, il est possible de consommer local mais est-on prêt à changer de mode de consommation ? Et comment le rendre accessible au plus grand nombre ?

Bruno LEFEBVRE : il y a des questions à se poser sur nos vrais besoins. Notre pouvoir d'achat n'a, à mon avis, pas diminué tant que ça mais les sollicitations sont toujours plus nombreuses. Nombreux sont ceux qui me disent qu'ils ne peuvent pas s'offrir des légumes bio mais qui ont chez eux un écran plasma.

Laurent JEANNEAU : il y a aussi une tendance des pouvoirs publics à avoir un discours culpabilisant, à reporter la responsabilité sur le consommateur alors que ce sont aussi des questions collectives qui sont de la responsabilité des pouvoirs publics. Les produits bio ou équitables ne sont encore que des niches. Mais si il y a un mouvement de masse, les prix baisseront. Et c'est là que les pouvoirs publics doivent intervenir. Par le biais de l'insertion de clauses sociales et environnementales dans les marchés publics par exemple.



Débat organisé par l'association DIESS Lille Métropole

Débat animé par Laurent Jeanneau, journaliste à Alternatives Economiques

Lieu : Lille Grand Palais

RENCONTRES METROPOLITAINES DE L'ÉCONOMIE SOCIALE ET SOLIDAIRE UNE SEMAINE CHARGÉE EN ÉVÉNEMENTS

VISITE D'ENTREPRISE



Envie 2E : une plate-forme de traitement complet des déchets d'équipements électriques et électroniques. 15 000 m² dédiés à l'élimination et la valorisation des DEEE et au traitement des appareils à froid et à tubes cathodiques. Un site classé ICPE et certifié ISO 14000 et 9000. 83 salariés à ce jour.

ITINÉRAIRE



Initiatives solidaires à Wattrelos : Auto-solaire, une association de location de véhicules et d'assistance aux réparations de véhicules pour des personnes qui rencontrent des difficultés financières et professionnelles, **Horonia**, une épicerie solidaire et TouSCAN, qui développe des projets de solidarité avec le Nicaragua (organisation d'événements culturels, vente de produits du commerce équitable, tourisme solidaire,...).

Quelques sites à visiter :

Envie 2E : www.envie.org
Ding Fring : www.lerelais.org
Alter Mundi : www.altermundi.com/lille
Touscan : www.touscan.org
UPC de Roubaix : www.upc-roubaix.org
ARIA Nord : www.aria-nord.fr

PARCOURS-DECOUVERTE



Un marché citoyen au cœur de Lille : Ding Fring, une boutique de vêtements, Alter Mundi, une boutique du commerce équitable et l'Angelière, une pâtisserie salon de thé exclusivement bio. Les déplacements dans la Ville étaient assurés par Cylo-ville (vélo taxi).



RENCONTRE



Employeurs de l'économie sociale et solidaire, la représentation

prud'homale : à quelques semaines des élections prud'homales, une présentation des listes de la métropole. Un enjeu majeur pour les employeurs de l'économie sociale et solidaire.

Résultat final : une progression au niveau national de 7 points (19 % des voix du collège employeur) pour les listes de l'économie sociale !

Sans oublier les conférences organisées dans le cadre des rencontres :

« Des services d'utilité sociale pour renouveler notre service public » proposée par l'Université Populaire et Citoyenne (UPC) de Roubaix
« L'économie sociale et solidaire, une alternative au capitalisme » proposée par Aria Nord.

RENCONTRES MÉTROPOLITAINES DE L'ÉCONOMIE SOCIALE ET SOLIDAIRE CONCLUSION

Pierre LOUART, Président de DIESS Lille Métropole



Dans un monde touché au cœur par les excès de l'économie financière et de la dérégulation marchande, il est urgent de penser autrement l'action collective et sa production économique.

Irriguant de plus en plus d'activités, présente dans les services aux personnes, mais aussi dans l'artisanat et le commerce, l'agriculture, l'industrie, l'assurance, la finance et les nouvelles technologies, l'économie sociale et solidaire apporte des réponses courageuses, qui mêlent l'efficacité pratique, la responsabilité sociale et de fortes convictions humanistes.

Les rencontres métropolitaines de novembre 2008 ont permis à nouveau d'ouvrir des débats utiles avec les acteurs de cette économie, en présence de tiers convaincus, intéressés ou en quête d'informations.

Tout en reconnaissant certaines difficultés du secteur, en soulignant les efforts à faire, les développements à construire, les coopérations à renforcer, ces débats ont fait valoir le potentiel créatif de l'économie sociale et solidaire.

Il ne s'agit pas de l'opposer à l'économie marchande traditionnelle, mais d'en affirmer les qua-

lités complémentaires, de proclamer à quel point c'est une force de propositions, tant pour diffuser des alternatives managériales ou des innovations organisationnelles que pour montrer comment être performant, ensemble, sans passer forcément par des modèles obligés d'action collective.

Grâce à ses ressources et ses qualités humaines, à ses valeurs affichées, l'économie sociale et solidaire met la responsabilité sociale et environnementale au centre de ses dispositifs d'action. Elle ne fait pas du saupoudrage en développement durable. Elle intègre la dimension du respect des hommes, des sociétés ou des territoires comme l'axe central de son projet économique et de son action productive.

Enfin, c'est une économie intégrée dans la respiration et le dynamisme des territoires. C'est une économie enracinée, qui se développe en harmonie avec son voisinage. C'est pourquoi il est utile d'en conjuguer les efforts avec les politiques institutionnelles des organisations qui, électivement, ont la charge des territoires.

Et c'est aussi le but de DIESS de contribuer au développement concerté de l'économie sociale et solidaire, en lien avec ses représentants et avec les acteurs qui, au sein de LMCU et de la Région Nord-Pas-de-Calais, réfléchissent aux moyens de soutenir, de promouvoir et d'accompagner cette force de renouveau.

POUR TOUT RENSEIGNEMENT :

DIESS LILLE MÉTROPOLE

Développement des Initiatives
de l'Économie Sociale et Solidaire

**11 bis place Charles Roussel
59200 TOURCOING**



TÉL : 03 20 24 39 03

- > ENRICHIR L'ÉCONOMIE D'UNE DIMENSION POLITIQUE ET SOCIALE
- > PLACER L'HUMAIN AU CŒUR DES PROJETS
- > CRÉER DE L'EMPLOI ET DE LA RICHESSE

L'économie sociale et solidaire :

un foisonnement d'idées qui s'ajoutent aux logiques marchandes traditionnelles



Ville de Lille



DIESS Lille Métropole
Développement des Initiatives de l'Économie Sociale et Solidaire sur Lille Métropole

Crédit Mutuel
Nord Europe

lemarchécitoyen.net



CAISSE D'ÉPARGNE

Événement porté par les acteurs de l'économie sociale et solidaire à l'initiative de DIESS Lille Métropole