

PINOLO

Formation professionnelle des artistes au chômage

NUMÉRO D'ACCORD – 2020-1-UK01-KA204-079024

Erasmus+ Programme

Action clé 2 : Partenariats stratégiques

IO1 – Manuel PINOLO Social Business (PSBM)



« Le soutien de la Commission européenne à la production de cette publication ne constitue pas une approbation du contenu, qui reflète uniquement les points de vue des auteurs, et la Commission ne peut être tenue responsable de toute utilisation qui pourrait être faite des informations contenues dans ce document. .»

INDEX

Résumé de l'objectif du projet	3
Avant-propos – PINOLO Social Business Manual (PSBM)	4
Partenaires du projet	5
Rapports sur l'état de l'art 8	128
Thèmes:	129
1. L'artiste	129
2. Travailler ensemble	132
3. Valoriser la créativité	134
4. Travailler sur l'entreprise – pas dedans!	137
5. Criez à ce sujet!	141

Résumé de l'objectif du projet

PINOLO est un projet de collaboration transeuropéenne financé par le programme Erasmus+ au titre de l'action clé 2: Projets de partenariat stratégique, qui vise à développer les compétences entrepreneuriales des artistes au chômage. L'objectif fondamental du projet PINOLO est de fournir aux artistes non employés des compétences spécifiques, qui les dotent d'aptitudes à l'entrepreneuriat social, d'améliorer leurs compétences et, par la suite, leurs possibilités d'emploi, et de les encourager à entreprendre des initiatives d'entrepreneuriat social.

Le groupe cible le plus important est celui des artistes et des créateurs au chômage; cependant, les formateurs, les organisations d'orientation professionnelle, les conseillers et tous les professionnels travaillant dans le domaine de l'art ou du soutien à l'emploi bénéficieront de ce projet innovant et de son matériel.

Les objectifs du projet sont les suivants :

- Présenter aux artistes du matériel de formation unique et les aider à apprécier la valeur de l'apprentissage par l'expérience et de l'éducation des adultes
- Offrir une spécialisation aux artistes professionnels au chômage
- Leur fournir les outils nécessaires pour s'aventurer dans des initiatives d'entrepreneuriat social et des possibilités d'emploi
- Les inciter à continuer à expérimenter de nouvelles techniques et à améliorer leurs compétences et leurs qualifications
- Influencer les décideurs politiques dans toute l'Europe, en améliorant les conditions sur le marché du travail et en créant de nouvelles possibilités d'emploi
- Influencer l'ensemble de la communauté, en plaçant l'art comme l'un des meilleurs moyens d'expression, qui peut également être utilisé dans des environnements éducatifs
- Sensibiliser aux discriminations auxquelles les chômeurs sont confrontés dans la société et favoriser leur inclusion sociale, économique et professionnelle.

Les livrables du projet sont les suivants :

- IO1 - le MANUEL PINOLO Social Business (PSBM)
- IO2 - le guide de formation PINOLO, inspiré des outils artistiques dans l'éducation et des principes de l'éducation adultes
- IO3 - Une plate-forme en ligne et un cours de formation en ligne, qui seront utilisés comme outils d'apprentissage ainsi que comme moyens de communication.

Avant-propos - PINOLO Social Business Manual (PSBM)

Le projet PINOLO vise à fournir à ses participants toutes les connaissances nécessaires, dans le but ultime de les aider à cultiver leur potentiel et à devenir des entrepreneurs sociaux. Grâce à cette première production, les artistes seront encouragés à adopter une attitude active et constructive à l'égard de leur propre vie et de leurs potentiels et à s'aventurer dans des initiatives d'entreprise sociale qui profiteront à eux-mêmes et à leurs communautés.

Le PSBM fournira une compréhension claire du contexte et de la situation actuelle à travers l'Europe et sera basé sur les besoins et les désirs spécifiques des artistes au chômage, afin de les aider à devenir des entrepreneurs sociaux. Il comprend un rapport sur l'état de l'art de chaque partenaire, concernant l'économie sociale et les différentes structures et aspects des initiatives d'entreprise sociale dans leur pays. Chaque partenaire a mené des recherches approfondies afin de comprendre la situation actuelle concernant les défis, les obstacles, les opportunités et les besoins du groupe cible dans son pays, en ce qui concerne l'économie sociale et les différentes formes juridiques et structures des initiatives d'entreprise sociale. La recherche comprenait des recherches en ligne d'articles et d'essais pertinents pour l'économie sociale et les initiatives d'entrepreneuriat social. La recherche s'est également étendue à des études de cas d'entreprises sociales réussies et, comme le partenariat comprend deux organisations basées au Royaume-Uni, chaque organisation se concentre sur un domaine spécifique - i.) l'état de l'art au Royaume-Uni et ii.) étude de cas d'une entreprise sociale prospère. Cette recherche nous a aidés à établir une base de référence claire dans chaque pays ainsi qu'un cadre de qualité.

Chaque rapport national comprend également les résultats de l'enquête d'analyse des besoins menée avec les groupes de discussion initiaux, dans le cadre de laquelle chaque pays partenaire a travaillé avec un groupe d'artistes/créateurs non employés pour comprendre ce qu'ils considèrent comme leur manque de compétences entrepreneuriales et les obstacles et problèmes auxquels ils sont confrontés. Les séances d'analyse des besoins des groupes de discussion comprenaient des questions fermées et ouvertes afin d'obtenir des réponses de qualité et d'établir efficacement les thématiques émergentes. Sur la base de la recherche et des réponses des groupes de discussion, nous avons identifié les thèmes émergents sur la façon d'aider les artistes à devenir entrepreneurs. Ils sont abordés dans ce manuel et liés aux activités de formation pertinentes dans les autres productions intellectuelles du projet – le guide de formation IO2 et la ressource de formation en ligne IO3, qui ont également été conçus et façonnés par les résultats de l'analyse des besoins.

Le PSBM sera disponible en anglais et dans toutes les langues partenaires, produit sous forme électronique (E-Book) et téléchargé sur la plateforme en ligne PINOLO. Il sera accessible ici aux participants du projet et mis à la disposition du grand public via le site web du projet et divers canaux sociaux (Facebook, Twitter, LinkedIn).

PARTENAIRES



SAFE Regeneration (SAFE) est l'organisation chef de file et a plus de 20 ans d'expérience dans le développement et la mise en œuvre de programmes créatifs qui ont des résultats socialement bénéfiques, apportant une valeur ajoutée aux projets et aux communautés dans lesquels ils sont placés, tout en soutenant financièrement le praticien créatif. En outre, SAFE offre un programme de soutien à la création d'entreprises très réussi qui encourage les individus à se concentrer sur la création d'un plan d'affaires durable, en les guidant tout au long du processus de création d'une entreprise sociale et en les aidant à obtenir des subventions et des commissions commerciales.

En développant ce projet, SAFE a réuni un partenariat à l'échelle européenne d'organisations qui ont une expérience large et variée de travail dans le domaine de la formation personnelle et créative. Les partenaires du projet ont une compréhension approfondie du contexte de l'utilisation des arts comme outil d'engagement social et ont apporté leurs compétences spécifiques pour développer davantage l'esprit d'entreprise chez les artistes, au profit des communautés à travers le continent.

Le partenariat comprend :



IASIS est une organisation non gouvernementale à but non lucratif active dans le domaine de l'inclusion sociale, de la santé mentale, qui participe activement à la réforme psychiatrique promue par le ministère de la Santé et de la Solidarité sociale et l'Union européenne. L'objectif principal de l'IASIS est de fournir un soutien psychosocial et une éducation aux personnes qui appartiennent à l'aire de répartition ou qui risquent d'être exclues, ainsi qu'aux apprenants adultes dans le domaine humanitaire. L'expérience que l'IASIS a acquise grâce à des projets européens a conduit à la création du CENTRE DE FORMATION PROFESSIONNELLE IASIS où des chercheurs expérimentés partagent leurs connaissances sur différents contextes nationaux et européens avec le public par le biais de programmes de formation, où ils ont la possibilité de concevoir, mettre en œuvre, piloter et évaluer des outils et des méthodologies de formation.



Center for Social
Innovation

Center for Social Innovation (CSI) est une organisation de recherche et développement qui se concentre sur la promotion de l'innovation sociale qui peut apporter un

changement positif aux contextes locaux, nationaux, régionaux et mondiaux. La conviction de CSI est que les quatre piliers de l'interaction sociale, de l'éducation, du développement et de la rationalisation économique, associés à des solutions fondamentalement saines et durables - ainsi qu'à la perturbation des solutions rationalisées aux problèmes sociaux systémiques, peuvent conduire à des solutions créatives qui ont un impact significatif sur le tissu social de chaque société. L'équipe de CSI est composée de chercheurs, d'éducateurs, de formateurs de FEP, d'entrepreneurs sociaux, de chefs de projet et de développeurs des technologies de l'information, ouverts d'esprit et entièrement formés, ce qui leur permet d'identifier les besoins sociaux, de concevoir et de mettre en œuvre des initiatives et des projets adaptés et d'assurer une croissance durable.



Le Portage Salarial

ITG Conseil (ITG) est une société anonyme à but lucratif

qui vise à contribuer au développement socio-économique local, en travaillant au niveau national et international, dans la recherche et la formation et en fournissant une assistance technique aux institutions publiques, aux organisations privées et au secteur social privé. Avec plus de 4000 consultants, ITG est le plus grand groupe de France offrant une expertise sur mesure dans tous les domaines du conseil, de la gestion, des études, de la formation et de l'apprentissage tout au long de la vie en France, en Europe et au niveau international. A partir de son propre Centre de Formation, ITG développe, conçoit et met en œuvre des activités de recherche dans le domaine de: la planification territoriale et économique; l'analyse psychosociologique des phénomènes sociaux et organisationnels; l'analyse des besoins des utilisateurs; les études de faisabilité; l'assistance technique visant à soutenir les institutions locales, nationales et internationales en matière de planification et de gestion; le suivi, l'information financière et l'évaluation; les actions innovantes visant à améliorer les compétences des individus par le biais d'une formation initiale/continue/en cours d'emploi d'enseignants, de formateurs, d'opérateurs d'orientation/conseil, d'adultes, de formation entrepreneuriale, d'enseignement à distance – soulignant la valeur de l'apprentissage formel et informel.



Center for Social
Innovation
www.csi.org



Le Portage Salarial





La Bien Pagá (LBP) est une association visant à soutenir l'intégration socio-éducative et l'inclusion culturelle des personnes ayant moins d'opportunités et des groupes vulnérables à travers la culture et les arts. L'association soutient de nombreux groupes défavorisés, notamment: les enfants et les étudiants ayant des troubles d'apprentissage, les jeunes et les adultes peu qualifiés et peu qualifiés, les familles migrantes et les réfugiés, les minorités ethniques et les délinquants. LBP gère un centre culturel et éducatif créé qui fait la promotion de la culture et des arts afin de permettre aux groupes défavorisés de développer leur intégration éducative, leurs capacités physiques, sociales, émotionnelles et cognitives et de faire l'expérience de la réussite, du leadership, du plaisir, de l'amitié, de la reconnaissance et de l'intégration dans la société.



Evolve Global Solutions (EGS) fournit des services d'éducation, de formation et de conseil spécialisés pour le secteur de l'éducation et des affaires au Royaume-Uni et à l'international. En mettant l'accent sur l'EFP et le développement professionnel, leurs compétences primées et leurs projets de développement professionnel se sont avérés avoir un impact profond et considérés comme de haute qualité. Développés sur l'idée de renforcer les capacités, la réciprocité et l'inclusion, leurs projets encouragent les esprits innovants, créant le changement et transformant l'avenir. Ils ont soutenu le développement des compétences d'employabilité (qualifications / compétences), le leadership, le renforcement de l'esprit d'équipe et l'entreprise / entrepreneuriat dans 28 pays à travers le monde. Leur spécialiste principal 2 est un facilitateur Lego® Serious Play® (LSP) qualifié et c'est l'une des nombreuses techniques qu'ils utilisent avec les entreprises pour les aider à développer leur capacité favoriser l'innovation, à encourager les cultures créatives et à développer des équipes efficaces et cohésives.



Business Foundation for Education (BFE) est une organisation non gouvernementale bulgare dont la mission est de faciliter le développement de la société civile par le biais d'initiatives qui améliorent la compétitivité des ressources humaines et contribuent au développement économique et à la prospérité. Pour atteindre ses objectifs, BFE met en œuvre une variété de projets axés sur l'apprentissage tout au long de la vie, le conseil en orientation, l'emploi et la politique sociale, l'enseignement professionnel et le travail de jeunesse. Ses initiatives ont permis de sensibiliser les décideurs, les experts en éducation, les employeurs, les

directeurs d'école et le grand public aux avantages de l'orientation tout au long de la vie pour toutes les générations. Depuis 2005, BFE a formé et certifié plus de 1000 conseillers d'orientation dans le cadre du très réussi programme Global Career Development Facilitator, développant ainsi la capacité de services de conseil en orientation dans plus de 600 écoles, 10 centres de jeunesse, 36 universités et plus de 100 entreprises privées et organisations publiques en Bulgarie.



Fundacja Tale Euro Est (FTE) crée un environnement favorable pour que les jeunes et les adultes puissent profiter d'activités créatives et innovantes. ETP offre aux participants la possibilité de participer à différents cours, séminaires, ateliers et autres événements, qui sont gratuits afin d'acquérir des compétences et des connaissances et d'avoir plus confiance dans le marché du travail et la vie quotidienne. FTE utilise également les médias sociaux pour encourager les gens, par le biais de messages d'inspiration, à être plus actifs et créatifs. Ils aident les jeunes à s'intégrer sur le marché du travail, en leur offrant des possibilités de stage et/ou de volontariat dans leur organisation, afin d'acquérir une expérience concrète de l'organisation de diverses activités et du développement de différents projets. FTE organise des projets et des activités qui favorisent le processus d'intégration européenne et développent un sentiment d'appartenance plus structuré à l'Europe. La clé de leur travail est la mission de rassembler les entreprises sociales pour réaliser des activités à fort impact et se développer grâce à la coopération.



PINOLO

Formation professionnelle des artistes au chômage

NUMÉRO D'ACCORD – 2020-1-UK01-KA204-079024

Erasmus+ Programme

Action clé 2 : Partenariats stratégiques

IO1 – Tâche 2 Rapports de recherche sur l'état de l'art

RAPPORTS SUR L'ÉTAT DE L'ART

Les rapports sur l'état de l'art de cette section illustrent les différentes structures, formes juridiques et aspects de l'entreprise sociale et le statut socio-économique actuel dans chaque pays partenaire. Chaque partenaire a mené des recherches solides afin de présenter une image précise des défis, des obstacles, des opportunités et des besoins du groupe cible dans son pays. La recherche a été approfondie et étendue à des études de cas d'entreprises sociales réussies, y compris un rapport d'étude de cas complet de SAFE, Royaume-Uni, avec Evolve UK se concentrant sur le rapport générique de l'état de l'art. À partir de cette recherche, le partenariat a pu établir une base de référence claire dans chaque pays ainsi qu'un cadre de qualité. Chaque rapport national comprend également le résultat de l'analyse des besoins en entreprise avec les

groupes de discussion initiaux, dans le cadre duquel chaque pays partenaire a travaillé avec un groupe d'artistes/créateurs au chômage pour comprendre ce qu'ils considèrent comme leur manque de compétences entrepreneuriales et les obstacles et problèmes auxquels ils sont confrontés. Les thèmes de fusion qui en ont résulté ont été intégrés dans la conception du programme de formation IO2, afin de s'assurer que les besoins des participants sont pris en compte afin de soutenir leurs aspirations entrepreneuriales.

CONTENU

LBP, Espagne	10-23
COFFRE-FORT, ROYAUME-UNI	24-38
ETP, Pologne	39-53
ITG, France	54-79
Iasis, Grèce	80-89
EGS, Royaume-Uni	90-108
CSI, Chypre	109-116
BFE, Bulgarie	117-128

Rapport national - LBP, Espagne

Objectif

Chaque partenaire a été chargé de mener une revue de la littérature pour faciliter la compréhension de la situation actuelle concernant les défis, les obstacles, les opportunités et les besoins du groupe cible dans son pays particulier, en ce qui concerne l'économie sociale et les différents aspects des initiatives d'entreprise sociale. Il devrait évaluer l'état actuel de la recherche et démontrer une connaissance des débats savants autour du sujet.

Ce rapport sur l'état de l'art couvre le Royaume-Uni et présente des recherches sur la société sociale et les différents aspects des initiatives d'entreprise sociale. Cette recherche se concentrera sur la structure d'une entreprise sociale et sur les différentes voies et opportunités qu'offre l'Europe dans ce domaine.

Cette recherche constituera la base du rapport Pinolo Social Business Manual (PSBM) qui vise à fournir une compréhension claire du contexte et de la situation actuelle, afin d'aider les artistes sans emploi à devenir des entrepreneurs sociaux.

Nos approches de recherche

L'équipe d'ITG travaille en collaboration pour mener des recherches documentaires pertinentes et mener une enquête complète pour notre groupe participatif GPL sélectionné.

Introduction

Ce document vise à offrir un aperçu de l'état actuel de l'entreprise sociale (SE) en Espagne à partir des premières tentatives dans la direction en 2008 jusqu'à aujourd'hui. Du concept général, nous passerons au cadre juridique et au lien entre la SE et, à la fin, un bref résumé des points clés accompagné d'un commentaire personnel sur la recherche.

Entreprise sociale en Espagne

Le concept d'entreprise sociale (SE) en Espagne est assez récent. A la fin des années 90, l'Espagne connaissait un phénomène d'exclusion sociale à la suite du chômage. C'est pourquoi des initiatives liées à des organisations sociales qui ont tenté d'innover en créant de nouvelles structures de formation pour l'emploi ont commencé, appelées en Espagne entreprises d'insertion et centres d'emploi social. En outre, à la fin du 20ème siècle, les coopératives d'initiative sociale ont été créées en tant que figures spécifiques de l'économie sociale. Ces dernières années, en Espagne, l'entrepreneuriat social est en plein essor. D'une part, comme une opportunité de faire face à la crise économique et d'autre part, comme la conscience sociale de la population devenait de plus en plus forte, l'aspect social des entreprises a commencé à avoir une importance et une visibilité accrues.

Bien qu'il n'existe pas de loi spécifiquement dédiée à l'entreprise sociale, en ce qui concerne l'aspect juridique des entreprises sociales en Espagne, la loi 5/2011, sur l'économie sociale, est celle qui établit le cadre juridique général, étant donné que les entreprises sociales sont des entités qui respectent les principes établis par la loi à l'article 4.

Selon un rapport national, en termes de politiques, le gouvernement espagnol et les autorités régionales ont introduit un certain nombre de subventions et d'autres instruments (régimes, exonérations fiscales et incitations) qui soutiennent les initiatives d'entrepreneuriat social dans le pays (Nițulescu et Rimac 2014: 16) et un cadre institutionnel a été créé afin de soutenir l'économie sociale.

Il existe une grande variété d'initiatives qui ont un impact social en Espagne, comme par exemple les accélérateurs / incubateurs d'entreprises sociales, les associations, les organisations et les fonds. Voici quelques exemples concrets.

Accélérateurs/Incubateurs d'entreprises sociales en Espagne

- [UnLtd Espagne](#) : « Nous encourageons les dirigeants et les grandes organisations à devenir les nouveaux agents du changement »
- [Momentum](#) : un accélérateur créé par BBVA, l'une des plus grandes banques espagnoles. Ils sont actifs dans de nombreux pays et ont un programme d'accélération intense où votre start-up peut être exposée à un vaste réseau
- [Social Nest](#) : premier accélérateur d'entreprises sociales d'Espagne, il a été lancé en 2010 à Valence
- [EIT Climate-KIC Espagne](#) aide l'Europe à atténuer le changement climatique et à s'y adapter en innovant dans ses systèmes financiers, fonciers, industriels et urbains.

Associations/Organisations pour l'écosystème de l'entreprise sociale (entités qui donnent une exposition aux entreprises sociales)

- [Enterprise.es sociale](#)
- [Aef](#)

Fonds d'impact social

- [Cuanimen](#) Social Impact Fund : un fonds de capital-risque social qui investit dans des projets d'impact social et environnemental, et dans des entreprises de technologie financière qui favorisent la perturbation dans le secteur financier grâce à la technologie

Entreprises sociales

[TETERUM](#). Dirigée par Patricia Pólvara, Teterum est une marque de thé en feuilles de qualité dont le processus d'emballage est spécialement conçu pour offrir un travail significatif aux personnes ayant des (in)capacités et dans son ensemble pour améliorer la planète et ne pas laisser de traces de notre entreprise.

[La bonne boutique](#). Carmela Serantes est la fondatrice de cette place de marché dédiée à la mode durable et, aussi très important, à la décoration de nos maisons tout en respectant l'environnement.

[Temps éthique](#). Cette plateforme, dirigée par Ignasi Eiriz, est un marché de marques de mode durable certifiées directement par les membres d'Ethical Time. Ils interrogent toutes les entreprises qui apparaissent, pour vérifier leurs produits biologiques, des conditions de travail équitables, etc.

[Mitto](#). La fintech durable par excellence de Barcelone, dirigée par Marcos Cuevas, est l'une des startups les plus populaires sur le marché national et européen. Grâce à sa carte virtuelle (et aussi physique), vous pouvez connaître le coût du CO2 produit par chacun de vos achats et, si vous achetez auprès des marques durables qui sont sur leur plateforme, vous pouvez récupérer une partie de l'achat grâce à des cashbacks.

[Escuelab](#). Cristina Balbas est une entrepreneure madrilène diplômée en biologie moléculaire et en 2013 elle a fondé sa propre entreprise, Escuelab, un projet qui vise à démocratiser l'accès à une éducation scientifique pratique et interactive et à promouvoir la vocation de recherche parmi les plus jeunes dans un cadre ludique et surtout didactique.

[DECEDARIO](#). Diana Arias est une entrepreneure sociale valencienne spécialisée dans le graphisme, la stratégie et la créativité qui crée DECEDARIO, un jeu de société thérapeutique utilisé pour la stimulation cognitive des personnes ayant une diversité fonctionnelle.

[Las Espigadoras](#): une agence de gestion culturelle spécialisée dans la culture audiovisuelle. Créée en 2013, l'agence produit et communique des projets culturels liés à la diffusion du cinéma pour sa valeur culturelle.

[APTENT](#) fournit des services pour offrir un théâtre accessible qui est disponible pour tout théâtre et compagnie, afin que les personnes handicapées et les personnes âgées puissent accéder, dans des conditions égales, à la culture et à l'éducation.

Combien y a-t-il d'entreprises sociales en Espagne?

Selon le dernier rapport de la CEPES (Confédération espagnole des entreprises de l'économie sociale), en 2019, il y avait plus de 43 000 entreprises d'économie sociale en Espagne.

Le président du gouvernement espagnol, Pedro Sánchez, lors de la XXIIe Assemblée générale du CEPES qui s'est tenue le 29 avril 2021 à Madrid, a affirmé que « l'économie sociale jouera un rôle clé et décisif dans le plan de relance, de transformation et de résilience ». Il a également souligné que « l'économie sociale est un acteur clé et décisif dans la transformation sociale et économique de l'Espagne et de l'Europe. L'avenir passe par des directions partagées et coopératives qui travaillent dans une direction commune et qui n'oublent jamais le bien commun, en bref, en raison de nombreuses valeurs et principes de l'économie sociale ». En outre, il a souligné que « l'approche du CEPES est alignée sur les objectifs du gouvernement de l'Espagne et aussi de l'Europe ».

Entreprise sociale et art : le monde de l'entreprise sociale peut-il représenter une opportunité pour les artistes en Espagne ?

Dans la liste des exemples d'entreprises sociales ci-dessus, seules deux d'entre elles sont liées à l'art. Ce n'est pas une simple coïncidence. Il n'y a pas tant « entreprises sociales artistiques ». Si, d'un côté, le monde de l'économie sociale se développe, acquiert de plus en plus d'importance dans et pour la société et s'aligne totalement sur les objectifs européens, de l'autre, il y a des secteurs qui ne sont pas bien représentés dans ce monde. L'art est l'un d'entre eux.

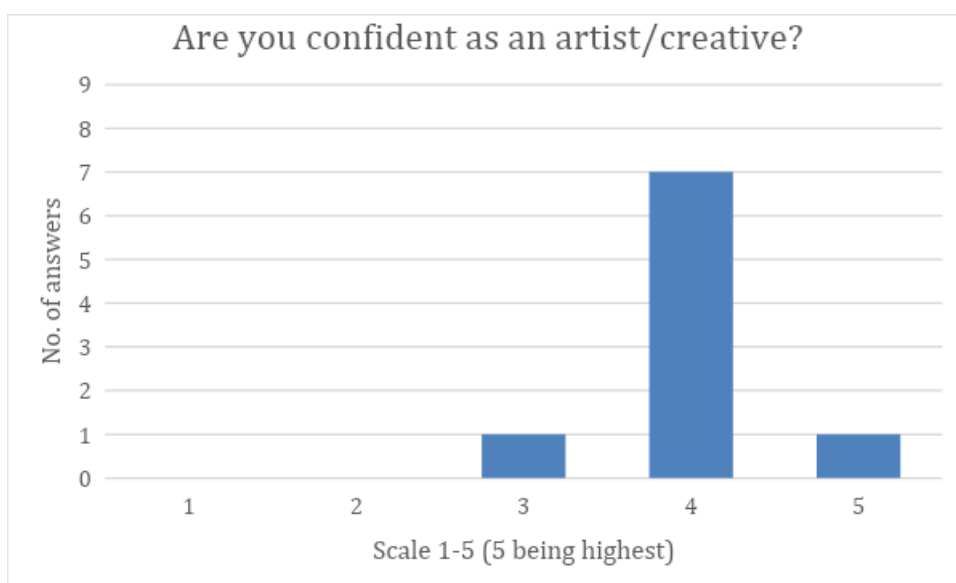
La pandémie due à la COVID-19 a eu (et elle se produit toujours) un impact important sur le secteur de l'art. La perte d'emplois, le manque d'aide économique et la précarité sont les plus grands problèmes auxquels les artistes sont confrontés en Espagne. Se pourrait-il représenter une opportunité de voir la lumière au bout de ce tunnel? Pourquoi pas! Mais comment? Rechercher des informations, élargir nos horizons, nous ouvrir à de nouvelles possibilités et suivre une formation adéquate sont les premières étapes. Appliquer les règles et les principes des entreprises sociales pour créer une entreprise à impact social dans le domaine de l'art n'est pas immédiat et facile, mais avec les bons instruments, c'est possible

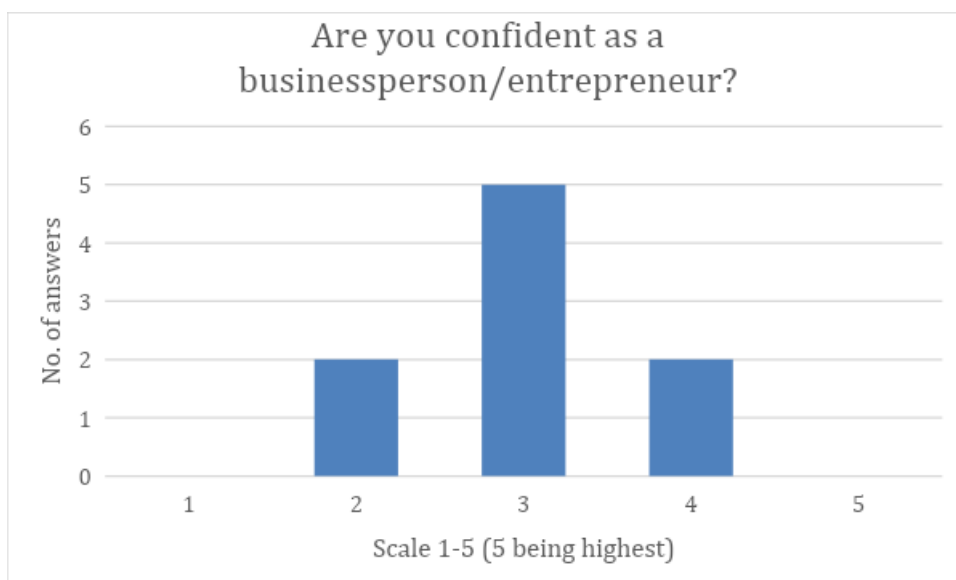
Retour d'expérience de l'enquête sur le GPL

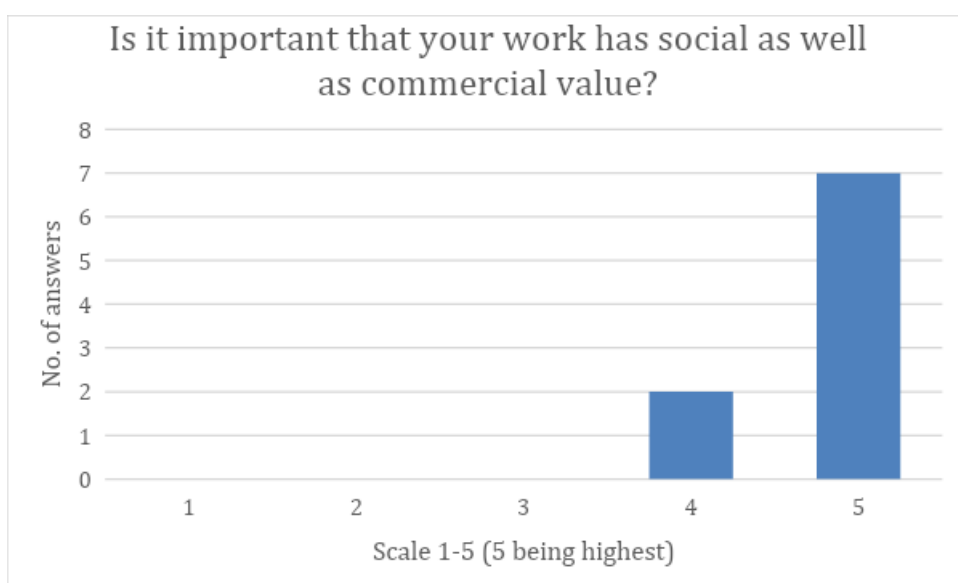
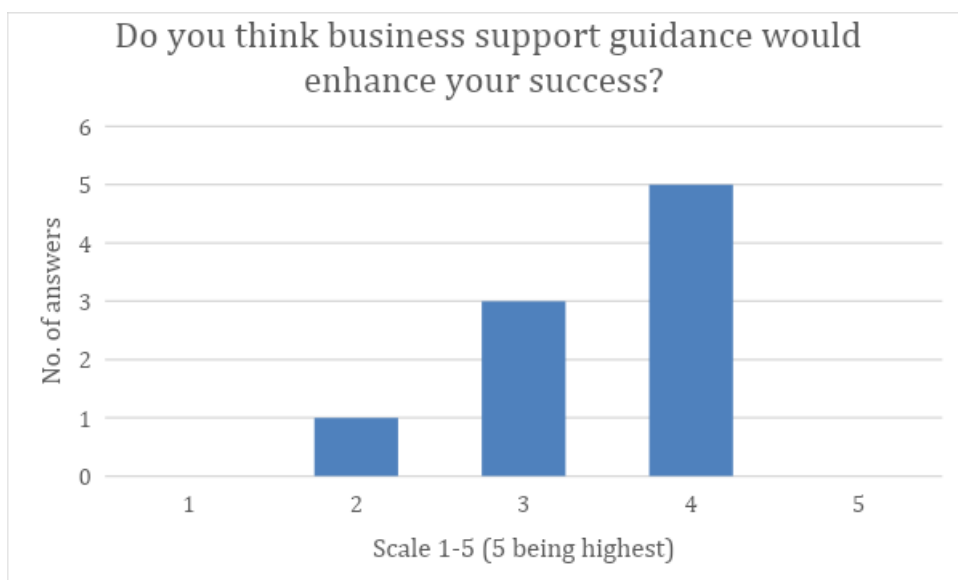
En raison de la situation d'urgence et des restrictions liées au Covid-19, LBP a décidé de mener des entretiens individuels avec les participants afin de faciliter leur participation en les ayant à différents moments de disponibilité.

9 artistes ont été interviewés; ils viennent d'horizons différents, d'âges et de compétences différents; ils sont employés ou sans emploi ou employés dans un secteur qui n'est pas de l'art ou qui ne travaille pas de façon continue.

Les participants ont été invités à noter quelques courtes questions et vous pouvez trouver un résumé ci-dessous:







Q1 Dans votre travail créatif - Êtes-vous prêt à faire des erreurs?

Tous les participants conviennent qu'il est courant de faire des erreurs et qu'ils vous aident à vous améliorer et à renforcer votre créativité. « Nous ne sommes jamais

préparés ou prêts à 100 %. Des erreurs sont toujours commises. Nous apprenons d'eux et de ces erreurs, nous ne pouvons que progresser ».

Q2 Selon vous, quels sont les principaux obstacles à la réussite de votre entreprise?

Les obstacles identifiés sont: le manque de visibilité, les charges de travail, le manque de droits dédiés, le financement, l'évaluation / le jugement de ce travail par l'ociety (sous-payé compte tenu de sa valeur réelle), le manque de soutien institutionnel, les contacts appropriés, la bureaucratie et les aspects juridiques.

D'autres commentaires ont porté sur le rôle des institutions publiques : le travail de certains artistes est strictement lié au budget consacré aux activités culturelles et la culture dépend de la politique.

De plus, il arrive souvent que les programmeurs choisissent de mettre en scène une pièce sur la base de la qualité de sa publicité, et non pour sa propre qualité. Ils accordent beaucoup d'importance à la scénographie. Cela signifie que l'argent attire l'argent: si vous avez l'argent pour construire une bonne scénographie, vous avez beaucoup plus de chances que les programmeurs achètent votre jeu.

Q3. Avez-vous une connaissance de ce qu'est une entreprise sociale et de ce que cela pourrait signifier pour votre entreprise créative?

Certains participants connaissent l'ES, mais la majorité n'a pas une idée claire de ce que cela signifie ou une compréhension claire de l'opportunité que l'ES pourrait représenter pour eux.

Q4. Êtes-vous ouvert à assister à des sessions de formation / soutien en affaires?

La majorité a répondu oui tout de suite, tandis que certains participants ont répondu que cela dépend de la disponibilité, de la façon dont elle est organisée et structurée et de qui dispense la formation.

Q5 Recherchez-vous l'innovation? c.-à-d. trouver de nouvelles façons de faire les choses, des changements / améliorations de processus pour satisfaire les besoins et les désirs de vos clients (produits et services)

Tous les participants ont donné une réponse affirmative. Ils ont dit qu'ils recherchent toujours l'innovation. Créer de nouvelles formes d'expression. Plus votre produit est innovant, plus il sera « en vogue ». En particulier, une actrice a déclaré: « Je ne suis pas une personne technologique, donc je ne mettrais pas de technologie dans mes spectacles. Je dois avouer que pendant la pandémie, nous avons dû nous réinventer encore plus avec des solutions numériques ».

Un autre artiste a déclaré : « La créativité artistique dépend aussi de l'expression subjective. Nous devons nous adapter au marché en tenant compte de nos propres désirs et attitudes ».

Q6 Consacrez-vous régulièrement du temps à la « numérisation de l'horizon » pour de nouveaux concepts créatifs, en regardant à l'extérieur de votre entreprise – par exemple, des expositions/ salons professionnels / séminaires d'intrants externes?

Tous sont d'accord en répondant qu'ils sont toujours à la recherche d'inspiration dans les livres, les articles, les expositions, la participation et la prestation de séminaires, etc.

Q7 Les gens autour de vous sont-ils des penseurs entrepreneuriaux curieux? Vous entourez-vous d'autres entrepreneurs et générez-vous des idées à filtrer, tester et sélectionner pour trouver la solution la plus innovante à un défi commercial?

Presque tous ont répondu qu'ils se réunissaient avec d'autres professionnels pour échanger des idées, des opinions et des besoins. Quelques participants admettent qu'ils n'entrent pas en contact avec d'autres entrepreneurs.

Q8 Avez-vous une caisse de résonance positivement perturbatrice, confidentielle et franche qui vous aide à sortir des sentiers battus?

Cette question a été jugée moins claire pour les participants. Quoi qu'il en soit, ils ont essayé d'interpréter et ont répondu à cela:

- s'il s'agit d'avoir un « cercle de personnes proches » où vous pouvez vous défouler, ce pourrait être vos collègues ou d'autres experts qui peuvent vous aider et vous guider. S'il s'agit de votre vie personnelle, ils croient que nous avons tous quelqu'un pour nous défouler;

- une autre personne a répondu qu'elle comptait sur son cerveau

- un autre a dit qu'il essayait de penser positivement, puis comment il/elle se comportait dépend du contexte ! Quoi qu'il en soit, tout n'est pas toujours positif donc...

Q9 Comment préférez-vous travailler? Êtes-vous un extraverti – générant vos meilleures idées par le biais de discussions de groupe? Ou un introverti – ayant besoin de temps et d'espace seuls pour créer?

Tous les participants ont répondu qu'ils essayaient de combiner les deux en étant un peu introvertis au début lorsqu'ils élaboraient une idée, puis en suivant avec une discussion de groupe et en échangeant des opinions, en l'enrichissant et en la complétant. Il y a la conviction que savoir comment gérer les deux capacités est d'une importance vitale pour une bonne exécution de leur travail.

Q10 Comment pouvez-vous explorer plus de potentiel sur le marché numérique? Et quel soutien serait nécessaire pour que vous puissiez livrer / fournir / en tant qu'artiste numériquement - marketing et promotions?

Les réponses ici sont divisées en deux groupes principaux:

- le premier, où l'importance de la formation, de la recherche active sur Internet, du chat avec des collègues, du marketing, de la communication, de la diffusion, de l'utilisation judicieuse des médias sociaux, des réseaux sociaux, des pages Web a été soulignée;

- le second qui s'est déclaré ne pas s'intéresser au marché numérique, au marketing et à la publicité.

Q11 Recherchez-vous des talents émergents et des technologies qui pourraient influencer votre planification d'entreprise future?

La majorité des participants ont répondu positivement à cette question en répondant qu'ils essaient toujours d'être à jour et informés même si pour quelqu'un n'est pas si facile et demandent de l'aide à ce sujet.

Un seul a confirmé que: « Je deviens chaque jour plus traditionnel, donc je ne recherche pas les talents émergents et la technologie ».

Q12 Comment l'art peut-il devenir artisan – créer pour les masses tout en restant fidèle à vos sensibilités artistiques? Comment pouvez-vous trouver votre public idéal?

Les participants ont répondu de différentes manières en exprimant différents points de vue.

L'art est quelque chose de plus éphémère, tandis que l'artisanat est quelque chose de plus durable. L'art peut devenir artisan par exemple en faisant des ateliers pour les masses. Par exemple, si nous offrons un atelier d'atelier de théâtre aux enfants / jeunes / adultes, nous enseignons des concepts clés du théâtre pour leur permettre de pratiquer. Dans ce cas, nous développerions « Artisan ». Il y a la croyance que si vous enseignez le théâtre à quelqu'un qui a la volonté d'apprendre, vous restez fidèle à votre sensibilité artistique.

En ce qui concerne le public, c'est une priorité à considérer. Nous devons réfléchir à ce que nous voulons transmettre avec notre art et à qui. Une fois défini, il est possible de vérifier où se trouve votre audience en fonction de la situation. Par exemple, si vous créez quelque chose pour les personnes âgées, vous devez vous référer aux centres de jour; si vous créez quelque chose pour les enfants, vous pouvez vous référer aux écoles, etc.

D'autres réponses sont liées à

- apporter une touche personnelle et essayer de fusionner les aspects fondamentaux de l'art avec de nouvelles innovations et ainsi créer au fur et à mesure que le secteur progresse et selon les goûts de chacun
- rester avec et se référer à des personnes appartenant au même secteur
- rendre l'œuvre visible et donner accès à plus de personnes pour la connaître et susciter de l'intérêt pour elle.

Un artiste a dit : Je me considère plus artisanal qu'artiste. Quand il fait des spectacles de masques et de marionnettes, il a très peu de cette conception de l'artiste comme un génie créatif qui est lié à une pensée supérieure et à la catharsis ... Ce n'est pas beaucoup plus un artisan, pensant à la tradition même sur scène. Je ne crois pas aux masses; Je suis un partisan du contact à petite échelle . Je suis un défenseur du petit-moyen format. Je ne pense pas qu'il y ait un public idéal. Je crois que dans mon cas, ce type de création, plus basé sur le fait scénique le plus élémentaire, fonctionne pour tout le monde.

Q13 Vous mettez-vous en avant? Sortir de sa zone de confort et s'autopromouvoir ? Réseau? Vous considérez-vous comme une marchandise ? Qu'est-ce qui vous arrête?

Oui, il y a un accord commun sur le fait que sortir de la zone de confort se produit tout le temps. Il est courant de se mettre en avant très souvent. L'autopromotion et le réseautage sont essentiels.

Ils ne se considèrent pas comme une marchandise, mais leur travail pourrait être dû au fait qu'ils vendent un « service culturel ».

Q14. L'une de ces questions vous a-t-elle fait penser différemment / spécifiquement à certains aspects de votre entreprise créative? Lequel?

Tous les participants ont déclaré que ce questionnaire les avait amenés à réfléchir et à réfléchir sur divers aspects de leur travail par rapport à la société. Il a souligné l'importance du réseautage ainsi que le rôle des artistes envers les gens. Certains d'entre eux se sentent une sorte d'obligation d'atteindre le public en rendant tangible ce qui est intangible. Une autre réflexion a émergé concernant le rôle des institutions.

Un autre point est qu'il y a une attention générale sur le réseautage et les médias sociaux et moins d'attention à l'accès au matériel, aux opportunités, à la formation des artisans, etc.

Conclusion

En Espagne, le concept d'entreprise sociale (SE) est assez récent et a commencé à être concrètement représenté dans la société après le début de la crise en 2008. Depuis lors, le nombre d'ET a augmenté avec la conscience sociale des populations. La consolidation de cette nouvelle façon de faire des affaires ayant des objectifs sociaux

spécifiques qui servent son objectif principal a accru la nécessité d'avoir un cadre juridique spécifique auquel se référer (qui fait toujours défaut).

Parmi les initiatives sociales, nous pouvons trouver des accélérateurs / incubateurs pour les entreprises sociales, les associations, les organisations et les fonds opérant dans une variété de secteurs tels que la durabilité, l'environnement, les groupes vulnérables, les zones rurales, la mode, etc. Il y a des secteurs dépourvus de SE, par exemple l'artiste. Les artistes espagnols sont très touchés par l'urgence réelle due au COVID-19, commencée en mars 2019. SE pourrait représenter une bonne occasion de se réinventer et d'avoir un nouveau rôle dans la société en lançant une façon innovante de faire des affaires avec un impact social positif.

Il existe une bonne quantité de littérature concernant le concept de SE et DE en Espagne. Cependant, il y a un manque de liens avec le monde de l'art. La raison pourrait-elle être liée au fait que l'art et les affaires sont une combinaison qui n'a pas été beaucoup explorée? Est-ce une question culturelle? Ou n'y a-t-il pas assez de formation à cet égard?

Références

RAPPORT NATIONAL SUR L'INNOVATION SOCIALE – ESPAGNE

<https://ideannovaship.eu/wp-content/uploads/Espagne.pdf>

CADRE JURIDIQUE - ESPAGNE

<https://www.boe.es/eli/es/l/2011/03/29/5/con>

RAPPORT PAR PAYS (Pour un avenir meilleur: les entreprises sociales en mouvement » (FAB-MOVE) H2020 Project

http://www.lasociedadcivil.org/wpcontent/uploads/2017/12/Pfeilstetter_GomezCarrasco.pdf

<https://fabmove.eu/project/>

La importancia del emprendimiento social en España

<https://www.apd.es/la-importancia-del-emprendimiento-social-espana/>

La Fundación Ashoka

<https://spain.ashoka.org/la-fundacion-ashoka/#>

Emprendedores sociales españoles

EL EMPRENDIMIENTO SOCIAL COMO VENTAJA COMPETITIVA

EJEMPLOS QUE TE VAN A INSPIRAR

<https://socialenterprise.es/emprendedores-sociales-espanoles-ejemplos/>

EL PRÓPOSITO EN LA EMPRESA ES RENTABLE

<https://socialenterprise.es/proposito-empresa/>

Liste des meilleurs accélérateurs / incubateurs d'Espagne, etc. pour les entrepreneurs sociaux en Espagne

<https://socialfintech.org/index.php/2021/05/06/spains-social-enterprise-ecosystem/>

Projet IDEANNOVASHIP ERASMUS PLUS

<https://ideannovaship.eu/the-project/>

INNOVATION SOCIALE

https://www.innobasque.eus/microsite/innovacion_social/

Comprendre les modèles de pays d'entreprise sociale : Espagne

Ramon Fisac-Garcia et Ana Moreno-Romero Groupe de recherche sur les organisations durables, Universidad Politécnica de Madrid, Madrid, Espagne

http://oa.upm.es/41201/1/INVE_MEM_2015_227727.pdf

IDEANNOVASHIP « Innover et imaginer pour l'entrepreneuriat social » Projet BG01-KA205-022771 ENTREPRENEURIAT SOCIAL EN ESPAGNE

<https://ideannovaship.eu/wp-content/uploads/Spain.pdf>

CEPES – Statistiques sur les entreprises sociales en Espagne

<https://www.cepes.es/social/estadisticas>

Rapport national – SAFE, Royaume-Uni

Objectif

Chaque partenaire a été chargé de mener une revue de la littérature pour faciliter la compréhension de la situation actuelle concernant les défis, les obstacles, les opportunités et les besoins du groupe cible dans son pays particulier. EGS et SAFE, tous deux basés au Royaume-Uni, ont travaillé en collaboration avec EGS pour produire un rapport axé sur l'économie sociale, différents aspects des initiatives d'entreprise sociale et la structure d'une entreprise sociale et SAFE fournissant un rapport d'étude de cas ethnographique du mouvement SAFE Community Arts.

Cette recherche constituera la base du rapport Pinolo Social Business Manual (PSBM) qui vise à fournir une compréhension claire du contexte et de la situation actuelle, afin d'aider les artistes au chômage à devenir des entrepreneurs sociaux.

À partir de ce programme, les partenaires du projet espèrent comprendre:

- Les organisations d'entreprises sociales et les différentes structures que l'Europe offre dans ce domaine.
- recherche en ligne d'articles et d'essais pertinents pour l'économie sociale et les initiatives d'entrepreneuriat social.
- Études de cas d'entreprises sociales réussies.
- Décrire les objectifs d'apprentissage du projet, en fonction des compétences nécessaires que les participants devraient posséder pour prendre des initiatives entrepreneuriales sociales.
- Développer les activités d'apprentissage essentielles, qui guideront les participants à s'aventurer dans le social business

Nos approches de recherche

L'équipe SAFE travaille en collaboration pour mener des recherches documentaires pertinentes et mener une enquête complète pour nos groupes participatifs locaux GPL sélectionnés.

SAFE - une étude de cas d'un carrefour artistique communautaire réussi.



Safe Regeneration est une organisation de centre artistique communautaire à Sefton, dans la région de Liverpool City, qui fonctionne avec une croissance constante depuis 20 ans, travaillant dans certaines des communautés les plus défavorisées d'Angleterre. Dix caractéristiques ont contribué à rendre la régénération sûre durable :

01. Opérer en tant qu'entreprise: à l'esprit commercial avec des valeurs sociales Il est communément admis que l'exploitation d'un centre artistique communautaire est une opération commerciale intégrant de fortes valeurs sociales dans les activités commerciales.

02. Adhérer aux principes Lean: la croissance organisationnelle a été limitée. L'équipe de base du personnel a été réduite et les frais généraux ont été maintenus à un faible niveau.

03. Exploitation d'un travail en réseau : Un réseau d'organisations créatives interdépendantes travaille ensemble comme les parties d'une roue. L'organisation du hub dirige le développement de projets et sous-traite aux artistes, un consortium d'organisations partenaires créatives complémentaires.

04. Se concentrer sur l'acquisition et la gestion d'actifs : L'acquisition d'actifs a créé des tournants, incitant à de nouvelles phases de durabilité.

05. Diversifié et entrepreneurial: Plus de 20 services sont offerts sur place, répondant aux besoins complexes et variés de la communauté locale.

06. Dirigée par la communauté : La stratégie est élaborée selon un flux bidirectionnel constant à travers trois niveaux de gouvernance – la communauté, les consortiums et les fiduciaires. Selon les indices de défavorisation, la zone dans laquelle se trouve Safe Regeneration fait partie des 0,2% des communautés les plus défavorisées d'Angleterre.

07. Se concentrer sur l'impact: l'impact externe est prioritaire par rapport au développement organisationnel.

08. Communiquer directement : Les médias sociaux et la vidéo en ligne attrayante permettent une large portée et un large contrôle sur le message et la livraison.

09. Exercer un leadership généreux : Les artistes sont en mesure de s'approprier leur rôle, leur travail et leur développement professionnel.

10. Soutenir le secteur: Les idées et les connaissances sont partagées librement avec d'autres acteurs du secteur créatif.

Cette étude de cas a adopté une approche ethnographique d'observation des participants, impliquant des entrevues avec 27 participants, dont huit employés et administrateurs de Safe Regeneration, sept membres du consortium et huit dirigeants

de carrefours communautaires d'ailleurs dans la région. Les événements et la pratique quotidienne ont été observés sur une période de six mois.

Ce rapport recommande la création d'un programme de développement du leadership des carrefours communautaires qui peuvent aider une nouvelle génération de dirigeants de carrefours communautaires créatifs à travailler ensemble pour faire croître le secteur. Il est également recommandé que les institutions d'ancrage tiennent compte du rôle de leadership que les carrefours communautaires peuvent jouer au sein du secteur des affaires communautaires créatives riches et diversifiés, et du rôle que les consortiums dirigés par des carrefours communautaires pourraient jouer dans la prestation de services du secteur public.

Le modèle opérationnel de Safe Regeneration est décrit comme un cadre « en étoile », ce qui signifie que l'organisation n'est pas un organe qui devient de plus en plus grand afin d'obtenir un impact plus important. Au contraire, conformément aux principes Lean, Safe a développé un réseau d'organisations interdépendantes travaillant ensemble comme les parties d'une roue. Le centre est l'équipe de base de Safe, les rayons représentent les membres créatifs du consortium et la jante de la roue représente les communautés de parties prenantes au sens large. Cette approche centrée sur la personne signifie que Safe lui-même constitue la plaque tournante centrale; un consortium créatif d'organisations partenaires complémentaires et partageant les mêmes idées, avec lesquelles il travaille en étroite collaboration, forme les rayons et les communautés de parties prenantes plus larges forment la jante de la roue. Le consortium créatif est un réseau fluide qui comprend un groupe central d'une vingtaine d'organisations qui ont des baux à long terme et des accords de partenariat avec Safe. Comme l'explique le site Web Safe, ce sont « des gens merveilleux, qui font tous des choses très cool individuellement et qui travaillent tous ensemble dans le cadre de la famille Safe ». Bien que ce ne soit pas exclusivement, la plupart des membres font partie des industries créatives et sont impliqués dans des activités telles que les arts visuels, les fabricants et les charpentiers, l'innovation numérique, la thérapie horticole, les studios de musique / enregistrement, le film / photographie, la gestion d'événements, le son / mise en scène, la céramique, les loisirs et le bien-être.

Les 20 membres du pôle sont liés par un ensemble de valeurs communes, dont la plus importante est « une éthique de pratique inclusive, axée sur la participation avec les communautés locales ». Un participant l'a décrit de la manière suivante :



« Si vous pouvez aider quelqu'un, vous l'aidez, n'est-ce pas ? C'est un bon réseau de personnes. Tout le monde est issu de la même philosophie. Nous essayons tous d'aider les gens. » Membre du consortium.



En tant que leader du consortium, Safe agit comme un intermédiaire entre les membres et les principales institutions d'ancrage telles que le conseil d'arrondissement de Sefton, le groupe local de mise en service clinique et les fiduciaires du NHS, les collèges et universités, les associations de logement et les organismes de régénération. À cet égard, Safe peut être considéré comme une organisation d'ancrage communautaire en réseau basée sur le lieu, au carrefour d'un certain nombre de partenariats ou de réseaux interdépendants - dont certains sont plus proches et plus durables que d'autres et qui traversent une gamme d'échelles spatiales. Ce modèle en étoile et le rôle de leadership de Safe au sein du consortium créatif sont la clé du succès et de la durabilité de Safe.

Être en sécurité - Safe offre un espace détendu et stimulant où les gens peuvent créer de belles mosaïques, potier dans les jardins, nourrir les poulets, récolter le miel et la cire des ruches, ou simplement prendre une tasse de thé et discuter. Les studios d'art et d'artisanat et les bureaux d'affaires communautaires donnent sur des lits de culture, une prairie de fleurs sauvages, des projets de restauration de bateaux. Une équipe de « Safe Rangers » – des apprentis rémunérés dans le cadre d'un programme de « retour au travail » offert par Safe – nettoie les déchets et les déversements de mouches dans la communauté, installe de nouvelles œuvres d'art public, apprend à diriger des ateliers d'arts participatifs ou des projets environnementaux, et apprend ce que signifie démarrer et gérer une entreprise communautaire. Dans la salle de réunion, le PDG et le président de Safe examinent les commentaires du comité de planification de l'autorité locale concernant la demande de pré-planification de l'organisation pour #DestinationBootle, un développement majeur de la capitale sur le terrain bordé par le hub, le pub et le canal. Il y a beaucoup de travail à faire; ils travailleront encore quelques heures. À travers la fenêtre ouverte, la musique dérive de la soirée micro ouvert du pub, où le groupe est en mesure d'obtenir une place au Bootle Music Festival de l'année prochaine.

En tant que plaque tournante de la roue, leader du consortium, Safe développe des relations et négocie avec un éventail d'institutions d'ancrage dans la région, telles que l'autorité combinée de la région urbaine, les conseils d'arrondissement, les prestataires de soins de santé, les établissements d'enseignement, les bailleurs de fonds et les entités supranationales telles que l'Union européenne. Au fur et à mesure que les antécédents et la capacité organisationnelle de Safe se sont accrus, elle a été en mesure d'obtenir un nombre croissant de contrats, de commissions et de subventions de plus en plus précieux. Les lots de travaux sont sous-traités à des organisations partenaires au sein du consortium créatif afin que le projet soit co-livré par un collectif flexible et fluide d'organisations qui, autrement, seraient en concurrence les unes avec les autres ou « exclues » de telles opportunités en raison de leur taille. Un membre créatif du consortium a décrit comment cette approche encourage la collaboration et

le travail conjoint entre partenaires : « Les gens ne peuvent plus se permettre de se cacher dans leurs petits coins. C'est une nécessité, par exemple, si vous voulez obtenir de l'argent pour soutenir la communauté, tous les CIC doivent abandonner leurs propres programmes et avoir un programme collectif. Les commissaires ne veulent pas mandater dix entreprises différentes, c'est trop gênant. Ainsi, au lieu de donner dix grands à dix personnes, ils donnent cent grands à une organisation comme Safe et ils administrent cela autour des neuf autres. Vous savez, ça marche. Membre du consortium.

Dans ce contexte, Safe en tant que consortium créatif ou « organisation en réseau » dispose de la masse critique collective et de l'étendue de l'expertise nécessaire pour accéder à des subventions substantielles et accepter des contrats et des commissions majeurs qui dépassent la capacité des petites organisations travaillant seules. Pour Safe, ce rôle de leader de consortium créatif est donc au cœur de sa durabilité.

Conclusion

Tout d'abord, il y a une compréhension commune que l'exploitation d'un carrefour communautaire créatif est une opération commerciale intégrant de fortes valeurs sociales dans les activités commerciales. Deuxièmement, l'organisation applique des principes Lean dans lesquels la croissance organisationnelle a été délibérément limitée, et les activités sont fournies par un réseau complémentaire d'organisations interdépendantes qui travaillent ensemble comme les parties d'une roue. L'organisation est entrepreneuriale et très diversifiée, offrant plus de 20 services créatifs sur place, aidant à répondre aux besoins complexes et variés de la communauté locale, y compris les préoccupations sociales, culturelles et environnementales. L'impact externe est prioritaire par rapport au développement organisationnel, et la stratégie est développée à travers un système bidirectionnel constant à travers trois niveaux de gouvernance – communauté, consortiums et fiduciaires. Cela a permis à l'organisation de renforcer la confiance nécessaire pour prendre des risques bien gérés afin d'acquérir et de gérer de multiples actifs générateurs de revenus qui améliorent l'environnement physique et offrent des avantages sociaux et économiques. Il utilise les médias sociaux et la vidéo pour atteindre une large portée et maintenir un contrôle fort sur le message et la livraison. Enfin, il pratique un leadership généreux au sein et au-delà de son propre réseau, partageant des connaissances et des idées avec d'autres acteurs du secteur et aidant le secteur à croître. Traynor, K. Simpson, G (2020)

1. Tâche IO1 3 - Commentaires sur le sondage auprès des groupes de participants locaux

Bien que notre événement ait eu lieu pendant les restrictions de confinement, nous avons pu organiser notre rassemblement de GPL en personne en utilisant l'espace de jardin extérieur de SAFE. L'événement a duré 2 heures et avait l'ordre du jour suivant:

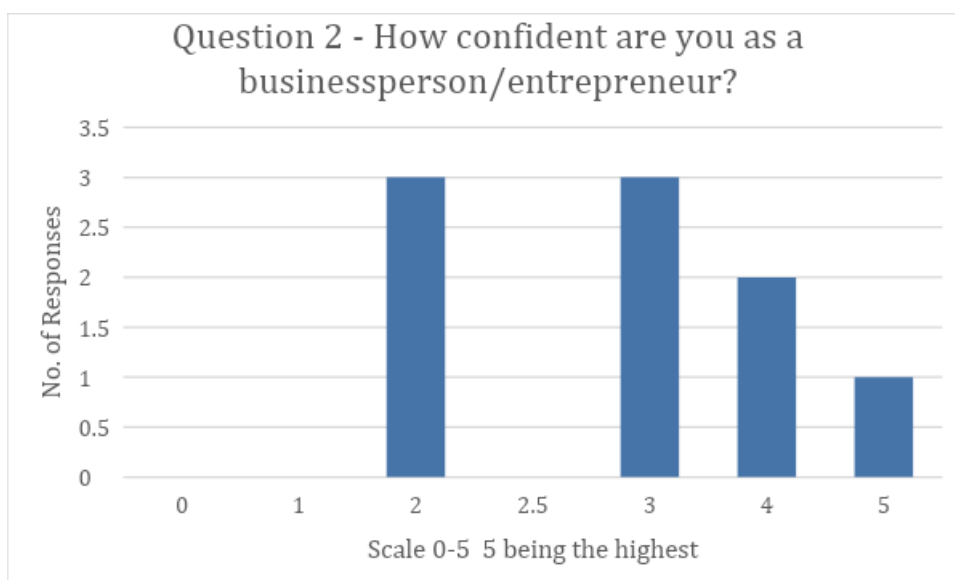
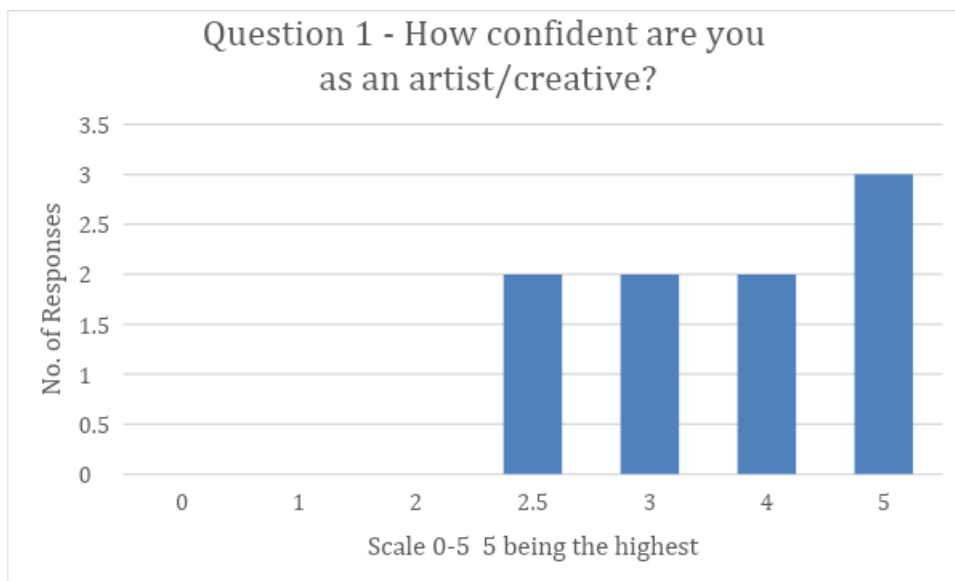
- 1) Accueil & Présentations (20 min)
- 2) Présentation de PINOLO. Expliquer ses objectifs et le rôle du GPL (10 min)
- 3) Questions de sondage et discussion des résultats (20 min)
- 4) Explication de l'objectif du corps principal des questions ouvertes (10 min)
- 5) Discussion de groupe (30 min)
- 6) Questions de remplissage (20 min)
- 7) Capture des commentaires et tour d'horizon de la session (10 min)

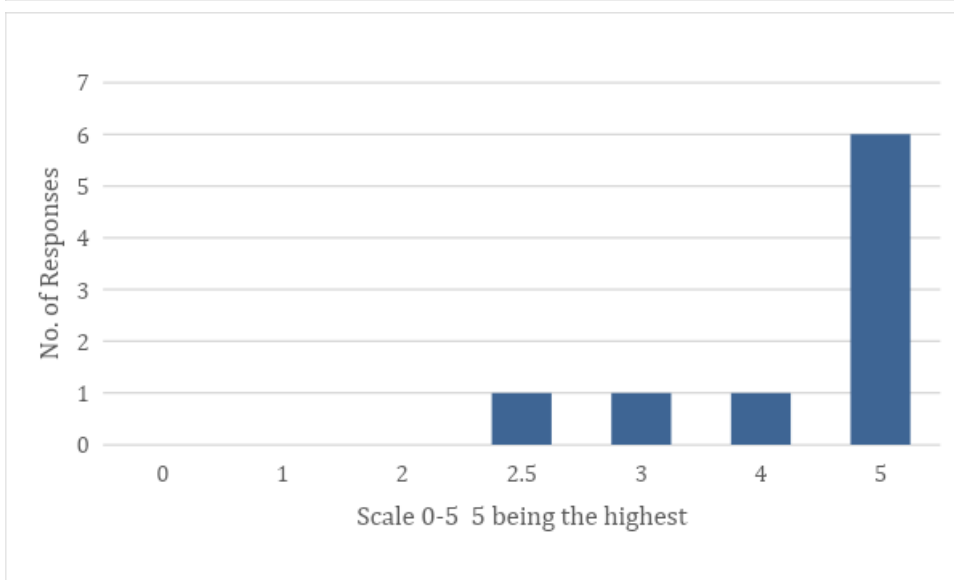
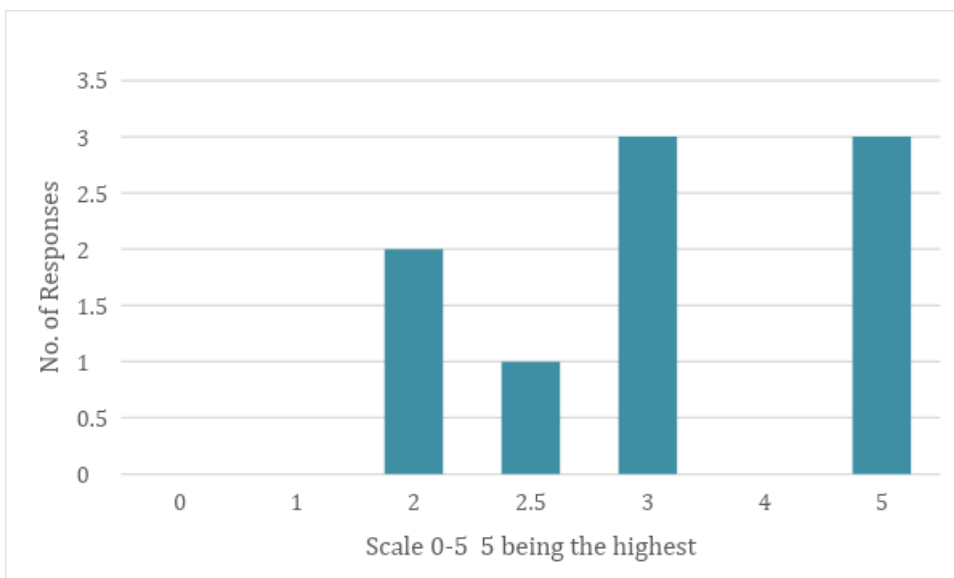
Huit participants ont été sélectionnés parmi nos réseaux créatifs, y compris le consortium SAFE arts hub . Certains membres du groupe ont déjà leur propre entreprise, d'autres n'avaient pas d'emploi régulier. Leurs genres créatifs couvraient de nombreux domaines, notamment les arts visuels, les créateurs, la danse, la musique, la mise en scène créative, le théâtre et la céramique. Le groupe dans le cadre détendu et formel des jardins de pub communautaires SAFE, permettant beaucoup d'espace et tout le monde pour se sentir en sécurité dans le climat difficile actuel. Certains se connaissaient mais pas tous, alors une série d'introductions a été faite, chaque participant donnant au groupe un aperçu de son domaine de créativité.

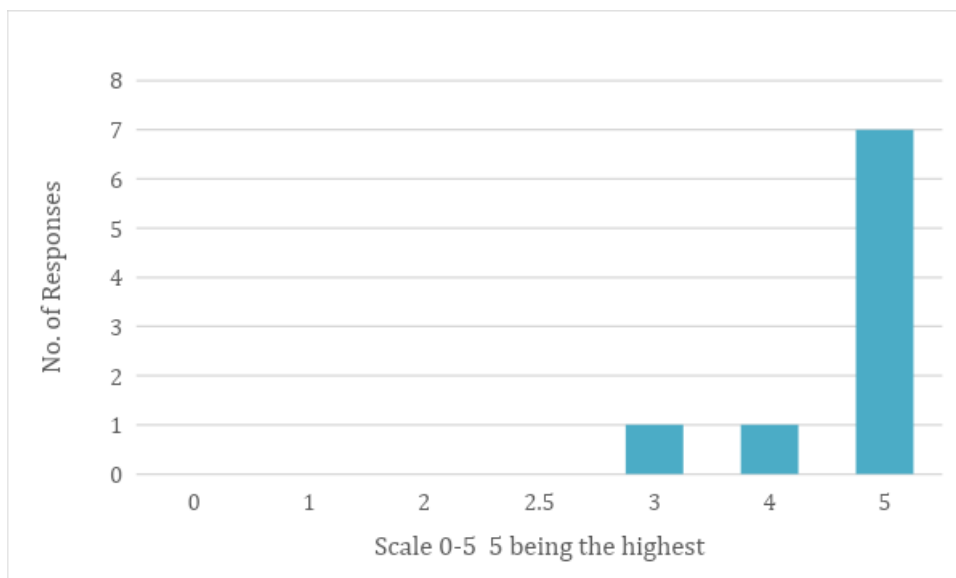
Après une introduction à PINOLO et au rôle du GPL créatif, les participants ont été invités à remplir la première série de questions du sondage comme un exercice pour déterminer où ils se considèrent comme des artistes créatifs et où ils sentent qu'ils manquent de compétences / formation, de soutien et d'orientation pour être plus entreprenants et exploiter leur potentiel commercial. Leurs réponses ont été consignées dans les tableaux graphiques ci-dessous. La deuxième série de questions, ouvertes et nécessitant des réponses plus approfondies, a été discutée conjointement par le groupe, les artistes se soutenant mutuellement pour comprendre correctement les questions et exprimer efficacement leurs réponses. Les participants ont été invités à répondre franchement à toutes les questions pour s'assurer que les objectifs du projet étaient atteints, c'est-à-dire en aidant les clients exploiter leurs compétences entrepreneuriales et à explorer les opportunités du point de vue de l'entreprise sociale créative.

La séance s'est terminée par des commentaires verbaux de tous les participants, qui ont été saisis, ainsi que leurs réponses écrites, dont un résumé est détaillé dans la section sous les résultats du sondage.

IO1 Tâche 3 Questionnaire GPL pt.1







Réunion sur le GPL (groupe d'échanges et de discussions)- résumé

Nous avons accueilli notre GPL d'artistes / créatifs dans les jardins communautaires



SAFE pour une session informelle afin de partager des réflexions et de se connecter ensemble.

8 créatifs ont participé à cette session qui consistait à remplir les questionnaires et à discuter ouvertement de leur situation actuelle.

Les questionnaires ont adopté une approche qualitative – conçue pour susciter des conversations et susciter des discussions au sein du groupe. Les participants se sont rencontrés dans un cadre non formel, pour les encourager à se sentir à l'aise et à être francs avec leurs contributions.

Parmi les points de discussion figuraient les suivants :

Isolement – travailler seul, covid a aggravé le sentiment d’être déconnecté, la santé mentale a suffi

Manque d’autopromotion – pas naturel de se mettre « dehors »

Creative Hub – tellement bon d’être de retour avec d’autres créatifs, de discuter d’idées et de partager ses peurs – se sentir moins seul. Tous veulent s’associer davantage, régulièrement et se sentir partie intégrante d’un collectif

Positif des confinements Covid - les gens se sont réengagés dans les achats localisés, soutenant les entreprises locales

Thèmes émergents de la discussion – ce dont le GPL estimait avoir besoin :

Centres créatifs – le besoin de soutien, d’amis critiques / caisses de résonance perturbatrices, de penseurs entrepreneuriaux, de collaboration régulière, de réseaux, pour se sentir moins isolé.

Soutien aux entreprises – comprendre les types d’entreprises communautaires / entreprises sociales, leurs structures de gouvernance, comment mettre en œuvre un plan d’action sociale créatif, comment accéder au financement, comment être durable.

Compétence numérique – comprendre et faire davantage confiance aux médias sociaux, savoir ce qui existe – différentes plateformes créatives, comment organiser virtuellement des ateliers créatifs, des films promotionnels.

Gestion du temps - recherche, planification et évolution plus créatives, « travailler moins, développer plus »

Auto-promotion – pour se voir / leur créativité comme une marchandise, sortir de leur zone de confort et être confiant pour faire connaître leur travail!

IO1 Tâche 3 Questionnaire GPL pt.2

Vous trouverez ci-dessous des réponses plus détaillées, y compris quelques citations directes, aux questions ouvertes, qui ont suscité une discussion et une réflexion parmi tous les créatifs.

Q Dans votre travail créatif - Êtes-vous prêt à faire des erreurs?

Résumé des réponses :

Tous ont convenu que faire des erreurs fait partie du processus créatif et améliore les meilleures pratiques.

« Tout cela fait partie de votre propre développement et de votre apprentissage en tant qu’artiste, de faire des erreurs et de trouver de nouvelles façons innovantes d’essayer à nouveau. »

Il y avait une certaine nervosité à l'idée de faire des erreurs en ligne – un sentiment que leur processus privé d'apprentissage serait enregistré et enregistré – « c'est ma réputation – un travail mis à nu en ligne pour que tout le monde puisse le commenter. »

Tous ont convenu que, généralement dans des situations de précarité financière, les erreurs qui entraînent une perte de revenu pourraient être dévastatrices et que le potentiel de cela les rendait plus réticents au risque. Les résultats présentés dans le tableau de la question 1 ont montré que 7 participants sur 8 se sont notés 4 ou 5 dans leur confiance en tant qu'artiste, comme l'un d'eux l'a déclaré: « Je suis très confiant dans ma capacité en tant que personne créative, mais la menace de perdre notre argent parce que j'ai gâché m'empêche de penser de manière trop divergente ... alors je suppose que je dirais que mon potentiel n'est pas réalisé. »

Q Selon vous, quels sont les principaux obstacles à la réussite de votre entreprise?

Résumé des réponses :

Les obstacles suivants ont été identifiés par le groupe comme ayant le plus d'impact sur leur succès :

Compétences en affaires – stratégie et planification d'entreprise, être confiant pour accéder au financement, comprendre les lois et les processus d'emploi

Compétences numériques – volonté de s'engager numériquement, de suivre la technologie actuelle, les innovations et les tendances, les compétences en médias sociaux, la vente / la promotion en ligne

Autopromotion – propositions de présentation/rédaction

Réseautage – Savoir comment, qui approcher, quand... etc.

Trading exclusif – isoler et décourager d'avoir la responsabilité exclusive de nombreuses tâches

Q. Avez-vous une connaissance de ce qu'est une entreprise sociale et de ce que cela pourrait signifier pour votre entreprise créative?

Résumé des réponses :

5 des 8 participants savaient à quel point il s'agissait d'une entreprise sociale, plusieurs ayant déjà exploité une société d'intérêt communautaire (CIC). Ces participants ont tous convenu qu'une entreprise communautaire serait toujours leur gouvernance de choix. Cependant, comme l'a dit un participant : « Les choses changent constamment et le

monde du financement est touché par toutes sortes de choses – comme la pandémie, les confinements et l’isolement des gens. »
Ceux qui n’étaient pas au courant du concept d’entreprise sociale étaient très positifs quant à la façon dont ils pouvaient avoir un impact sur leur communauté tout en gérant une entreprise.

Q. Êtes-vous ouvert à assister à des sessions de formation / soutien en affaires?

Résumé des réponses :

7 des 8 participants étaient ouverts à suivre une formation si cela était approprié à leurs besoins – l’artiste restant était désireux d’apprendre, mais avait un réel problème avec la prise en compte du temps pour le faire.
En général, le groupe a préféré apprendre par le biais d’une expérience de group en face à face, en prenant le soutien les uns des autres. Capitaliser sur la promotion numérique était un thème récurrent de tous les participants – le groupe accueillerait favorablement une formation et des conseils sur l’utilisation et le meilleur parti des différentes plateformes de médias sociaux ainsi que des compétences plus spécifiques telles que la création de vidéos promotionnelles courtes et créatives.

Q Recherchez-vous l’innovation? c.-à-d. trouver de nouvelles façons de faire les choses, des changements / améliorations de processus pour satisfaire les besoins et les désirs de vos clients (produits et services)

Résumé des réponses :

7 des 8 participants ont convenu qu’ils étaient actifs dans la recherche de nouvelles façons innovantes de faire les choses à la fois en relation avec leur art et leur entreprise. La plupart de ceux qui avaient une entreprise à l’heure actuelle étaient conscients de l’importance de la diversification et de la flexibilité afin de répondre aux besoins changeants de leurs clients / marché. Comme on l’a dit: « mon entreprise de création créative est devenue beaucoup plus occupée depuis que j’ai investi dans une machine de découpe laser CVC, ce qui me permet d’offrir plus de produits et de services à mes clients existants et potentiels. »

Q Consacrez-vous régulièrement du temps à la « numérisation de l’horizon » pour de nouveaux concepts créatifs, en regardant à l’extérieur de votre entreprise – p. ex., des expositions/ salons professionnels ou des séminaires d’intrants externes?

Résumé des réponses :

Cette question a divisé le groupe avec la moitié disant oui et l’autre moitié non. Le premier a déclaré que les expositions / performances du travail d’autres artistes étaient la clé de leur propre inspiration. Ceux qui ont dit non ont cité la raison principale comme n’ayant pas assez de temps, ou ne pas faire le temps. « Je dois réaliser que travailler sur mon entreprise en faisant des recherches est aussi important que d’être en studio en travaillant... Je sais que c’est le cas, mais je suis juste distrait par le vrai « faire des choses »...

Q Les gens autour de vous sont-ils des penseurs entrepreneuriaux curieux? Vous entourez-vous d’autres entrepreneurs et générez-vous des idées à filtrer, tester et sélectionner pour trouver la solution la plus innovante à un défi d’affaires?

Résumé des réponses

6 des 8 participants ont estimé que faire partie d’un consortium d’artistes dans un centre communautaire partagé suscitait automatiquement une réflexion plus entrepreneuriale. Même si certains n’étaient pas trop conscients de la signification du terme, une fois que la discussion autour de l’entrepreneuriat est entrée dans les détails, ils ont surtout réalisé qu’ils gravitaient automatiquement vers ce genre de penseurs. Tous ceux qui avaient fait partie d’un centre artistique ont convenu que le soutien d’autres artistes pour faire rebondir des idées et apprendre était une partie essentielle de leur processus créatif. « C’est ce qui m’a le plus manqué pendant le confinement... être avec d’autres personnes créatives pour partager des pensées et un café.

Q Avez-vous une caisse de résonance positivement perturbatrice, confidentielle et franche qui vous aide à sortir des sentiers battus?

Résumé des réponses

La plupart des membres du groupe ont déclaré que, bien qu'ils n'aient pas de caisse de résonance formelle qui soit « positivement perturbatrice », ils avaient des réseaux informels à la fois personnellement et professionnellement, où le niveau de confiance était tel que tous parlaient et se nourrissaient avec franchise. Ceux qui avaient fait partie d'un centre artistique avaient manqué ce soutien de leurs collègues pendant le confinement et tous estimaient qu'il était si précieux de le faire davantage.

Q Comment préférez-vous travailler? Êtes-vous un extraverti – générant vos meilleures idées par le biais de discussions de groupe? Ou un introverti – ayant besoin de temps et d'espace seuls pour créer?

Résumé des réponses

6 des 8 participants ont déclaré qu'ils étaient tous les deux
« Je suis un introverti extraverti – je travaille seul la plupart du temps, mais je travaille aussi avec des communautés. » Ceux qui ont l'habitude d'être seuls ont déclaré que même si un élément de leur processus créatif signifiait qu'ils avaient besoin de temps seul; ils aimeraient aussi travailler de manière plus collaborative sur des projets d'arts participatifs.

Q Comment pourriez-vous explorer plus de potentiel sur le marché numérique? Et quel soutien serait nécessaire pour que vous puissiez livrer / fournir / en tant qu'artiste numériquement - marketing et promotions?

Résumé des réponses

Tout le groupe était désireux d'explorer plus d'options numériques, bien que cette question illustre une réelle disparité entre les différents participants, car certains étaient beaucoup plus conscients de la technologie que d'autres. Par exemple, un artiste a travaillé à la mise sur une plateforme d'enseignement numérique, mais avait besoin d'un soutien commercial plus générique, auquel nous avons accès à partir du centre des arts. Un autre voulait des ateliers sur la façon de créer de courtes vidéos pour le contenu des médias sociaux – y compris les compétences de production / montage. Certains participants voulaient simplement mieux comprendre les médias sociaux et leur potentiel et la meilleure façon d'approcher les gens – quel contenu et quel ton utiliser. « Mes

compétences en PAO ont certainement besoin d'être mises à niveau! Les choses changent si vite! "

Le commerce en ligne de produits était quelque chose que tous les participants voulaient explorer davantage –

« Ce qui serait génial si nous avions accès à des équipes de distribution locales/ hubs numériques pour nous donner des conseils, mais à qui demander et où aller? »

Q Recherchez-vous des talents émergents et des technologies qui pourraient influencer votre planification d'entreprise future?

Résumé des réponses

6 sur 8 ont dit oui, ils ont fait des recherches régulièrement et pendant le confinement, ils ont eu plus de temps que jamais pour examiner les talents émergents et la technologie. La plupart étaient d'accord pour dire que beaucoup de recherches visaient à vérifier le concours et que toutes les recherches étaient à nouveau consacrées au temps qu'ils devaient y consacrer.

Q Comment l'art peut-il devenir artisan – créer pour les masses tout en restant fidèle à vos sensibilités artistiques? Comment pouvez-vous trouver votre public idéal?

Résumé des réponses

Tout le groupe voulait trouver son public idéal, développer sa production tout en ne se sentant pas compromis artistiquement. La co-crédation collective et le partage de compétences et d'expériences ont été mentionnés par 2 artistes qui ont estimé que travailler de manière collaborative permettait à la fois la créativité individuelle et la production à plus grande échelle. Un artiste, un danseur, a dit que
« Se produire lors de différents types d'événements était un très bon moyen de trouver votre place, votre créneau, puis de l'exploiter pour avoir plus de succès, plus de demande. »

De bons réseaux numériques ont de nouveau été mentionnés en mettant l'accent sur la production numérique qui ne compromettrait pas la qualité de leur travail – c'est-à-dire l'impression numérique, la production en série de marchandises.

Un artiste a déclaré qu'il avait investi dans les machines dont il avait besoin pour produire des œuvres vendables, mais qu'il avait besoin de développer sa stratégie de vente.

Q Vous mettez-vous en avant? Sortir de sa zone de confort et s'autopromouvoir ? Réseau? Vous considérez-vous comme une marchandise ? Qu'est-ce qui vous arrête?

Résumé des réponses

Seulement 3 personnes sur les 8 ont déclaré qu'elles avaient l'impression de sortir de leur zone de confort et de faire de la promotion par le biais des médias sociaux et des réseaux d'affaires. Le temps était encore une fois un problème courant –

« Mon travail a tendance à venir du bouche à oreille, il est stable peut-être parce qu'il est assez varié, donc mon temps est limité. »

Bien que tous les participants aient eu confiance en leur créativité et en leur art, ils ont tous eu du mal à transmettre cela aux autres dans toute forme d'autopromotion.

« J'ai du mal avec ça. Je ne suis pas un auto-promoteur.

Tous ont dit qu'ils considéraient leur art comme une marchandise, mais pas eux-mêmes comme tel.

Q. L'une de ces questions vous a-t-elle fait penser différemment / spécifiquement à certains aspects de votre entreprise créative? Lequel?

Résumé des réponses

Tous les membres du groupe ont déclaré que discuter de ces questions ensemble a été si rafraîchissant et révélateur, leur permettant d'envisager de nouvelles possibilités et opportunités et de réfléchir à leur pratique actuelle et future. Tous ont convenu que les principaux aspects qu'ils en tireraient étaient les suivants:

Travailler moins, développer plus

Entreprise sociale – relier leurs compétences aux résultats sociaux et collaborer à des projets

Collaboration – les caisses de résonance critiques sont si précieuses

Compétences numériques – être meilleur dans la promotion et l'évolution – être moins résistant aux SM
Réseautage – Soyez plus audacieux et sautez plus! Découvrez à qui vous devriez parler et faites-le!
Soutien du hub – « Les discussions autour de ces questions ont été inspirantes et motivantes et je réalise à quel point cette connexion est importante pour moi en tant qu'artiste et en tant qu'humain. »

Références

Traynor, K. Simpson, G. (2020) Community Hubs: ten strategies for sustainability. Le pouvoir de changer. Disponible sur <https://www.saferegeneration.org.uk/Handlers/Download.ashx?IDMF=974676db-a075-475b-b8eb-ddb63a8408ec>. Consulté le 10.01.2022

Rapport national - ETP, Pologne

Objectif

Chaque partenaire a été chargé de mener une revue de la littérature pour faciliter la compréhension de la situation actuelle concernant les défis, les obstacles, les opportunités et les besoins du groupe cible dans son pays particulier, en ce qui

concerne l'économie sociale et les différents aspects des initiatives d'entreprise sociale. Il devrait évaluer l'état actuel de la recherche et démontrer une connaissance des débats savants autour du sujet.

Ce rapport sur l'état de l'art couvre le Royaume-Uni et présente des recherches sur la société sociale et les différents aspects des initiatives d'entreprise sociale. Cette recherche se concentrera sur la structure d'une entreprise sociale et sur les différentes voies et opportunités qu'offre l'Europe dans ce domaine.

Cette recherche constituera la base du rapport Pinolo Social Business Manual (PSBM) qui vise à fournir une compréhension claire du contexte et de la situation actuelle, afin d'aider les artistes sans emploi à devenir des entrepreneurs sociaux.

À partir de ce rapport, les partenaires du projet espèrent comprendre :

- Les organisations sociales et les différentes structures que l'Europe offre dans ce domaine.
- recherche en ligne d'articles et d'essais pertinents pour l'économie sociale et les initiatives d'entrepreneuriat social.
- Études de cas d'entreprises sociales réussies.
- Décrire les objectifs d'apprentissage du projet, en fonction des compétences nécessaires que les participants devraient posséder pour prendre des initiatives entrepreneuriales sociales.
- Développer les activités d'apprentissage essentielles, qui guideront les participants à s'aventurer dans le social business

Nos approches de recherche

Notre équipe travaille en collaboration pour mener des recherches documentaires pertinentes et mener une enquête complète pour notre groupe participatif local LPG sélectionné.

Introduction

ÉCONOMIE SOCIALE

L'économie sociale est composée d'une diversité d'entreprises et d'organisations telles que les coopératives, les mutuelles, les associations, les fondations et les entreprises sociales, entre autres formes qui peuvent être spécifiques à chaque pays.

Ils sont unis autour des valeurs de :

- la primauté du peuple et de l'objectif social sur le capital;

- la gouvernance démocratique;
- la solidarité et le réinvestissement de la plupart des bénéfices pour atteindre les objectifs de développement durable.

L'économie sociale est un acteur socio-économique majeur de l'économie sociale de marché européenne. Il existe 2,8 millions d'entreprises et d'organisations d'économie sociale, allant des PME aux grands groupes de l'UE.

L'économie sociale est présente dans tous les secteurs et emploie 13,6 millions de personnes et représente 8 % du PIB de l'UE.

L'économie sociale est composée d'une diversité d'entreprises et d'organisations telles que les coopératives, les mutuelles, les associations, les fondations, les banques éthiques, les entreprises sociales, entre autres formes spécifiques à chaque pays.

Ce qui les fait faire partie de l'économie sociale, ce sont les valeurs et les caractéristiques partagées qui les unissent, par exemple ils placent les gens au-dessus des profits, ils sont gouvernés démocratiquement et ils réinvestissent la plupart des profits.

L'ÉCONOMIE SOCIALE EN TANT QUE MOUVEMENT MONDIAL

Selon le rapport du Secrétaire général des Nations Unies sur les coopératives dans le développement social (2017), l'économie sociale contribue à hauteur d'environ 7 % au produit intérieur (PIB) mondial.

Comme le souligne le document de réflexion de la Commission européenne « Pour une Europe durable d'ici 2030 », l'économie sociale est une opportunité et un moteur pour la mise en œuvre du programme à l'horizon 2030 et de ses 17 objectifs de développement durable (ODD) aux niveaux européen et mondial, en particulier pour la réalisation de l'objectif 8 « promouvoir une croissance économique soutenue, inclusive et durable, le plein emploi productif et le travail décent ».



Source : <https://www.socialeconomy.eu.org/>

L'ÉCONOMIE SOCIALE DE L'UE

L'économie sociale a gagné de plus en plus de visibilité politique ces dernières années en tant que modèle générant des résultats positifs, notamment en termes d'emploi et de cohésion sociale en Europe. Étant donné que l'économie sociale est enracinée dans la société civile et a un fort engagement social, ces entreprises et organisations offrent des solutions innovantes aux principaux défis économiques, sociaux et environnementaux de notre époque. Ils sont de solides alliés, car ils contribuent à la réalisation des principaux objectifs de l'UE.

Selon l'étude du Comité économique et social européen sur les évolutions récentes de l'économie sociale dans l'Union européenne, l'Union européenne compte 2,8 millions d'entreprises et d'organisations d'économie sociale qui emploient 13,6 millions de personnes et représentent 8 % du PIB de l'UE. Ils travaillent avec les institutions européennes pour façonner l'économie de l'UE sur la base du développement durable à travers une Union européenne qui défend la coopération, la démocratie, la solidarité, le respect de la diversité, l'innovation et la citoyenneté active.



Source : <https://www.socialeconomy.eu.org/>
LA CHARTE DE L'ÉCONOMIE SOCIALE

Le 10 avril 2002, les principaux acteurs européens de l'économie sociale, représentés par la CEP-CMAF (European Standing Conference of Co-operatives, Mutuals, Associations and Foundations), auprès du Social Economy Europe, ont adopté la Charte de l'économie sociale, révisée en 2015, définissant l'identité, les valeurs fondamentales et les caractéristiques partagées par tous les acteurs de l'économie sociale.

La Charte sociale européenne est un traité du Conseil de l'Europe qui garantit les droits sociaux et économiques fondamentaux en contrepartie de la Convention européenne des droits de l'homme, qui fait référence aux droits civils et politiques. Il garantit un large éventail de droits de l'homme quotidiens liés à l'emploi, au logement, à la santé, à l'éducation, à la protection sociale et au bien-être.

La Charte met particulièrement l'accent sur la protection des personnes vulnérables telles que les personnes âgées, les enfants, les personnes handicapées et les migrants. Elle exige que la jouissance des droits susmentionnés soit garantie sans discrimination. Aucun autre instrument juridique au niveau paneuropéen ne peut assurer une protection aussi étendue et complète des droits sociaux que celle prévue par la Charte, qui sert également de point de référence dans le droit de l'Union européenne; la plupart des droits sociaux dans l'UE sont fondés sur les articles pertinents de la Charte. La Charte est donc considérée comme la Constitution sociale de l'Europe et représente une composante essentielle de l'architecture des droits de l'homme du continent.

La [7ème édition des Textes Collectés](#) fournit un compte rendu actualisé de tous les instruments pertinents de la Charte, et du fonctionnement des différents organes qui participent aux procédures de suivi.

La Charte de l'économie sociale CEP-CMAF a été d'une importance capitale pour définir l'économie sociale en Europe et dans le monde.

Économie sociale en Pologne

HISTOIRE DE L'ÉCONOMIE SOCIALE EN POLOGNE

La Pologne a une longue tradition d'économie sociale, bien que perturbée par des événements historiques majeurs. Les racines de l'économie sociale polonaise se trouvent dans le développement d'un troisième secteur composé de coopératives et de

mutuelles au cours du 19ème et du début du 20ème siècle. Ce secteur émergeait en réaction aux changements sociétaux et à l'intégration du capitalisme de laissez-faire.

Ces organisations concentraient à l'époque leurs activités sur des domaines spécifiques tels que la philanthropie, le patriotisme ou l'auto-help. Leur développement a été facilité par le décret du 3 janvier 1919 sur les associations, leur accordant un statut juridique, qui a été renforcé plus tard en 1932 par la « Loi sur les associations », et par conséquent, à la fin des années 1930, il y avait plus de 10 000 associations enregistrées en Pologne.

Cet « âge d'or » du troisième secteur a été perturbé par la Seconde Guerre mondiale et brusquement interrompu pendant la période communiste. En 1947, le régime socialiste de la République populaire de Pologne s'est occupé de la dissolution ou de la privatisation d'institutions sociales indépendantes et, en 1953, les fondations ont été fermées et leurs biens ont été transférés à l'État. Il fallait attendre les années 1980 pour assister au renouveau de la société civile polonaise avec la création du syndicat Solidarność comme point de départ important. L'ouverture progressive à la résurgence du troisième secteur se traduit progressivement par des actes législatifs. La première a été la loi sur les coopératives en 1982, ce qui peut expliquer que le nombre de coopératives n'a cessé d'augmenter entre les années 1980 et le début des années 1990. Ensuite, la loi réglementant les fondations à partir de 1984 et les associations à partir de 1989 a conforté cette régularisation de la société civile polonaise (même si chacune de ces lois a été modifiée dans les années 1990).

Cependant, le communisme a laissé un lourd fardeau sur l'économie sociale polonaise. Cette image négative peut expliquer en partie la chute constante de la création de coopératives depuis le milieu des années 1990, ainsi que la création de nouvelles formes et structures d'économie sociale, se différenciant des anciennes formes traditionnelles du 19ème siècle (comprenant les formes traditionnelles d'associations, de coopératives, de fondations et de mutuelles) avec son ombre socialiste, qui n'étaient pas considérées comme suffisamment modernes pour répondre aux nouveaux défis de la crise de l'État-providence des années 1990. La profonde transformation socio-économique qui a suivi la chute du régime communiste et le passage d'une économie centralisée à une économie de marché ont conduit à la privatisation ou à la fermeture de nombreux employeurs publics.

Par conséquent, la « nouvelle » économie sociale concentre ses activités sur

l'intégration des personnes menacées d'exclusion sociale sur le marché du travail par le biais de formations et d'autres activités pertinentes pour atteindre cet objectif au niveau local. La nouvelle économie sociale se compose principalement de formes d'organisation hybrides car elle repose fortement sur la tentative de relier différentes sphères, à savoir commerciale et publique, ou commerciale et non gouvernementale.

L'ÉCONOMIE SOCIALE DE NOS JOURS

Le véritable développement de la nouvelle économie sociale en Pologne a été lancé avec l'entrée du pays dans l'Union européenne en 2004, ce qui a créé de nouvelles opportunités, notamment en termes de financement (fonds structurels) et notamment grâce à l'initiative communautaire EQUAL.

Ce programme, mis en œuvre depuis 2001 dans 25 pays de l'UE et financé par le FSE et les États membres participants, a permis aux partenariats intersectoriels d'explorer de nouvelles façons de soutenir les groupes sociaux les plus vulnérables sur le marché du travail par la recherche, l'échange d'informations et les études entre les États membres de l'UE.

L'orientation du développement du modèle d'économie sociale polonais a sans aucun doute été façonnée par des initiatives financées par le programme EQUAL, qui se caractérisent par :

- l'accent mis sur l'investissement dans le capital humain tout en sous-appréciant le capital social; une préférence pour « l'inclusion verticale » au détriment du renforcement des liens horizontaux fondés sur la réciprocité (« inclusion horizontale »);

une préférence pour les programmes actifs du marché du travail, mais avec une mise en œuvre plus difficile des programmes d'activation sociale;

le phénomène d'une convergence de certains éléments des organisations non gouvernementales impliquées dans l'économie sociale: de la forme à but non lucratif, à l'organisation à but non lucratif et enfin à l'organisation à but non lucratif privé.

En conclusion, alors que les anciennes organisations d'économie sociale semblent lutter contre l'héritage communiste et moderniser leurs activités en fonction des besoins sociaux les plus récents, elles offrent toujours un potentiel énorme mais largement inexploité car, par exemple, les coopératives fournissent un marché du travail important pour les groupes défavorisés. En ce qui concerne les organisations des dernières vagues de développement de l'économie sociale, il est évident que le rôle du

secteur en tant que réponse aux besoins d'emploi des personnes défavorisées doit être mis en évidence pour reconnaître que l'économie sociale peut être un complément utile à la fourniture de biens et de services par le marché et par l'État, ainsi qu'un moyen de résoudre des problèmes sociaux dans de nombreux secteurs différents.

Différents aspects des initiatives d'entrepreneuriat social

Les entreprises sociales combinent des objectifs sociétaux avec un esprit d'entreprise. Ces organisations se concentrent sur la réalisation d'objectifs sociaux, environnementaux ou communautaires plus larges. La Commission européenne vise à créer un environnement financier, administratif et juridique favorable à ces entreprises afin qu'elles puissent fonctionner sur un pied d'égalité avec d'autres types d'entreprises du même secteur. L'Initiative pour l'entrepreneuriat social, lancée en 2011, a identifié des actions visant à faire une réelle différence et à améliorer la situation sur le terrain pour les entreprises sociales.

LES ENTREPRISES SOCIALES

Une entreprise sociale est un opérateur de l'économie sociale dont l'objectif principal est d'avoir un impact social plutôt que de réaliser un profit pour ses propriétaires ou actionnaires. Elle opère en fournissant des biens et des services pour le marché d'une manière entrepreneuriale et innovante et utilise ses bénéfices principalement pour atteindre des objectifs sociaux. Elle est gérée de manière ouverte et responsable et, en particulier, implique les employés, les consommateurs et les parties prenantes concernées par ses activités commerciales.

La Commission utilise le terme « entreprise sociale » pour couvrir les types d'entreprises suivants:

Ceux pour qui l'objectif social ou sociétal du bien commun est la raison de l'activité commerciale, souvent sous la forme d'un haut niveau d'innovation sociale;

Ceux dont les bénéfices sont principalement réinvestis pour atteindre cet objectif social;

Il s'agissait de la méthode d'organisation ou du système de propriété qui reflète la mission de l'entreprise, en utilisant des principes démocratiques ou participatifs ou en s'attaquant à la justice sociale.

Il n'existe pas de forme juridique unique pour les entreprises sociales. De nombreuses entreprises sociales opèrent sous la forme de coopératives sociales, certaines sont enregistrées en tant que sociétés privées à responsabilité limitée par garantie, d'autres sont mutuelles et beaucoup d'entre elles sont des organisations non-distributrices de

fonds telles que des sociétés de prévoyance, des associations, des organisations bénévoles, des organisations caritatives ou des fondations.

Malgré leur diversité, les entreprises sociales opèrent principalement dans les 4 domaines suivants :

- Insertion professionnelle - formation et intégration des personnes handicapées et des chômeurs;
- Services sociaux personnels - santé, bien-être et soins médicaux, formation professionnelle, éducation, services de santé, services de garde d'enfants, services aux personnes âgées ou aide aux personnes défavorisées
- Développement local des zones défavorisées - entreprises sociales dans les zones rurales reculées, programmes de développement/réhabilitation des quartiers dans les zones urbaines, aide au développement et coopération au développement avec les pays tiers;
- Autres - y compris le recyclage, la protection de l'environnement, les sports, les arts, la culture ou la préservation historique, la science, la recherche et l'innovation, la protection des consommateurs et les sports amateurs.

Structure des entreprises sociales en Pologne

L'entreprise sociale est définie comme un profit dans le but de répartir le profit entre les communautés (par exemple, communauté malvoyante, développement local, etc.). Il est généralement local. Les entreprises sociales ouvrent de nouvelles voies, se différenciant à la fois des entreprises classiques à but lucratif et de celles à but non lucratif. Ils le font en se concentrant sur la production et en générant des profits à la fois pour la redistribution vers des objectifs sociaux et, dans certains cas, vers les partenaires.

La définition la plus complète d'une entreprise sociale semble être celle de Wygnanski & Franczek (2006): L'entreprise sociale est une organisation privée et autonome fournissant des produits ou des services à la communauté largement comprise, qui ont été fondées par un groupe de citoyens et dont le profit est limité. L'entreprise sociale attache de l'importance à son autonomie et est prête à assumer un risque économique lié à sa continuité de l'activité socio-économique .

LE DÉVELOPPEMENT DES ENTREPRISES SOCIALES PL

Après 1989, il y a eu une éruption d'initiatives économiques et sociales. Cela a été soutenu par la nouvelle Constitution polonaise (valable depuis 1997) qui a fortement

souligné l'importance de l'économie sociale. En Pologne, la grande majorité des organisations sociales (ONG) sont enregistrées soit en tant qu'associations, soit en tant que fondations; Initialement à peine axés sur la mission, ils sont de plus en plus impliqués dans le renforcement de leur viabilité financière (Rapport, 2012).

Selon la base de données nationale (bazy.ngo.pl), il y a 157 191 ONG enregistrées en Pologne. Plus de 80% des ONG n'emploient pas de travailleurs, s'appuyant principalement sur des bénévoles. Seuls 7% d'entre eux exercent une activité économique. Les statistiques de 2013 révèlent que 11 000 ONG sur 82500 (soit 13%) fournissaient, à l'époque, des activités commerciales à but non lucratif. En outre, il existe environ 600 coopératives enregistrées, dont la moitié sont actives. Il existe également environ 80 ateliers d'activation professionnelle. L'acte juridique instituant les coopératives sociales a été mis en œuvre en avril 2004 et modifié en avril 2006.

L'avantage de la réglementation polonaise est qu'elle donne la possibilité de choisir entre de nombreuses formes d'organisation en fonction des activités prévues. Les entreprises sociales les plus populaires sont: les coopératives sociales, les ONG, les entreprises à but non lucratif, les associations et les fondations.

La diversité des formes organisationnelles et juridiques est considérée par beaucoup comme un côté fort de l'entrepreneuriat polonais qui garantit la flexibilité et la possibilité de choisir celui qui convient le mieux aux besoins des entrepreneurs sociaux. D'autre part, il y a un désir d'une approche plus unifiée, qui aboutirait à une loi générale sur les entreprises sociales.

Commentaires issus de l'enquête

Fundacja Tale Euro Est a décidé d'organiser l'enquête en ligne. Nous avons décidé d'organiser la recherche en ligne en raison des contraintes liées au Covid-19.

La rencontre en ligne avec 10 artistes a eu lieu le mercredi 25 août 2021 à 18h00, avec le bref ordre du jour suivant :

1. Introduction par ETP sur le projet PINOLO EU (10 min);
2. Introduction sur IO.1 et le rôle du GPL (10 min);
3. Comment utiliser Survio.com questionnaire (5 min);
4. Remplir les questionnaires (25 min);

5. Résumé des résultats (10 min);
6. Discussion et saisie de commentaires de tout le groupe(30 min);
7. Réflexion (10 min);
8. Tour d'horizon (5 min).

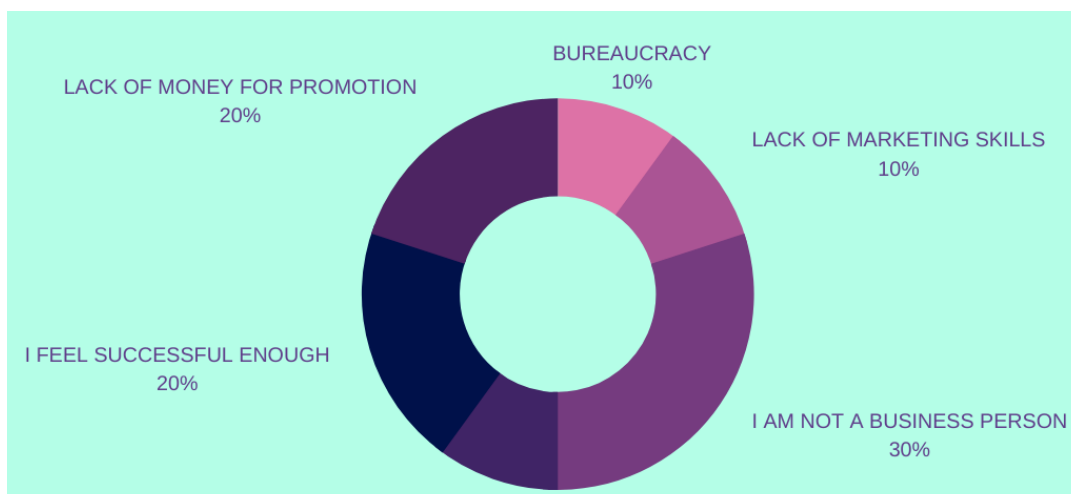
Les 10 participants étaient tous des artistes ou des employés du secteur artistique : 5 femmes et 5 hommes. Parmi les répondants, 6 sont des artistes indépendants (sculpteur, musicien, graphiste, écrivain, créateur de bijoux et sculpteur), 4 sont des employés de petites entreprises du secteur.

RÉSUMÉ : Presque tous les répondants se sentent pleinement confiants en tant qu'artistes/créatifs. Un seul d'entre eux se sent assez confiant en tant qu'homme d'affaires / entrepreneur (la plupart du temps, ils ne se sentent pas confiants dans ce domaine). Habituellement, ils confirment qu'ils ressentent un manque de compétences en affaires. La plupart du temps, ils pensent que les conseils de soutien aux entreprises amélioreraient leur succès, même si deux représentants ont de sérieux doutes. Presque tous ont dit que leur travail avait une valeur sociale et commerciale (une personne a des doutes).

Question 1: Dans votre travail créatif - Êtes-vous prêt à faire des erreurs?

RÉSUMÉ: La plupart du temps oui, mais ils ne se sentent pas à l'aise avec ça. Une personne a dit qu'il était perfectionniste et que cela le rendait difficile à accepter les erreurs.

Question 2 : Selon vous, quels sont les principaux obstacles à la réussite de votre entreprise?



RÉSUMÉ : La majorité des répondants ont répondu qu'ils ne sont pas des gens d'affaires (30 %), que l'obstacle est le manque d'argent pour la promotion (20 %), qu'ils se sentent assez performants (20 %). 10% voient l'obstacle dans la bureaucratie, le manque de compétences en marketing ou le manque de temps.

Question 3: Avez-vous une connaissance de ce qu'est une entreprise sociale et de ce que cela pourrait signifier pour votre entreprise créative?

Résumé: La plupart du temps, ils en ont entendu parler, mais ils l'associent généralement à l'ancienne période politique en Pologne. La majorité affirme qu'ils ne savent pas comment le combiner avec l'industrie de l'art .

Question 4 : Êtes-vous prêt à assister à des séances de formation et de soutien en affaires?

RÉSUMÉ: La plupart du temps, ils aimeraient suivre une formation en affaires, mais souvent la condition était qu'il ne s'agisse pas d'une activité en ligne.

Question 5 : Recherchez-vous l'innovation ? c.-à-d. trouver de nouvelles façons de faire les choses, des changements / améliorations de processus pour satisfaire les besoins et les désirs de vos clients (produits et services)?

Résumé: Ils sont à la recherche d'innovations, mais ils se concentrent généralement sur les innovations dans leur industrie. Ils ne sont pas très intéressés par le commerce électronique ou le marketing, généralement ils veulent développer leurs compétences artistiques.

Question 6: Consacrez-vous régulièrement du temps à la « numérisation de l'horizon » pour de nouveaux concepts créatifs, en regardant en dehors de votre activité – par exemple, des contributions externes, des expositions / salons professionnels / séminaires?

RÉSUMÉ: La plupart du temps, ils aiment se développer, en particulier les répondants qui sont proches de l'artisanat (créateur de mode et créateur de bijoux). Certains d'entre eux sont consacrés à l'art seulement, donc s'ils participent à certains événements, ils sont généralement liés à leur industrie, pas au marketing ou au commerce électronique.

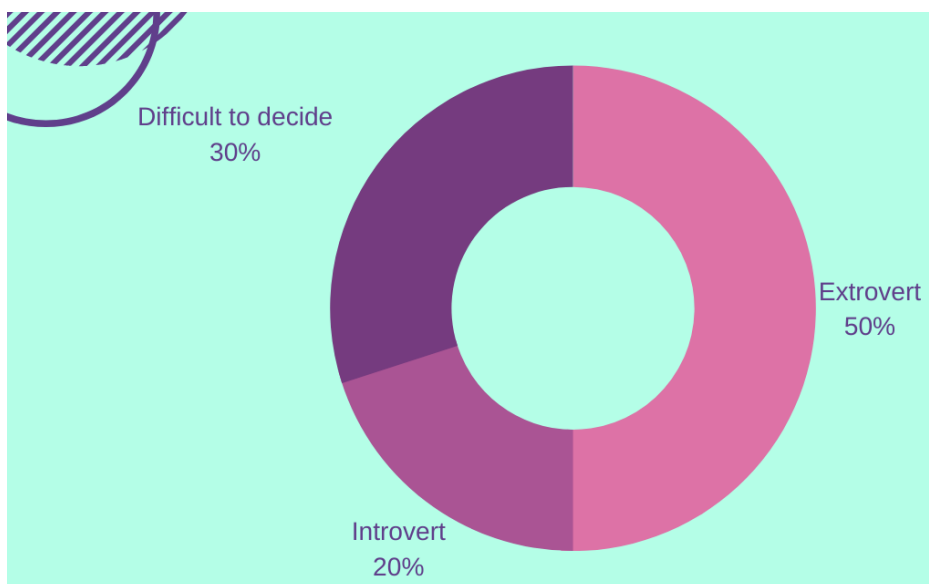
Question 7 : Les gens autour de vous sont-ils des penseurs entrepreneuriaux curieux ? Vous entourez-vous d'autres entrepreneurs et générez-vous des idées à filtrer, tester et sélectionner pour trouver la solution la plus innovante à un défi d'affaires?

Résumé: Habituellement, ils ne trouvent pas les gens comme des penseurs entrepreneuriaux curieux, mais ils prétendent qu'ils sont entourés de personnes intelligentes et créatives et qu'ils utilisent des idées innovantes dans leurs propres entreprises.

Question 8: Avez-vous un conseil d'administration positivement perturbateur, confidentiel et franc qui vous aide à sortir des sentiers battus?

RÉSUMÉ: La plupart du temps, ils prétendent qu'ils sont les gens qui sortent habituellement des sentiers battus. Le problème est de le convertir en succès commercial.

Question 9 : Comment préférez-vous travailler ? Êtes-vous un extraverti – évaluez vos meilleures idées par le biais d'une discussion de groupe? Ou un introverti – ayant besoin de temps et d'espace seuls pour créer?



RÉSUMÉ: 50% des répondants ont répondu qu'ils sont extravertis, 20% se disent introvertis, pour 30% il est difficile de décider (en ce qui concerne la situation et l'environnement, ils changent leur comportement).

QUESTION 10 : Comment pourriez-vous explorer plus de potentiel sur le marché numérique ? Et quel soutien serait nécessaire pour que vous puissiez livrer / fournir / en tant qu'artiste numériquement - marketing et promotions?

RÉSUMÉ: La plupart des répondants connaissent le potentiel du marché numérique, mais ils admettent généralement qu'ils ont besoin d'une formation professionnelle à ce sujet pour savoir comment l'utiliser correctement.

QUESTION 11: Recherchez-vous des talents et des technologies qui pourraient influencer votre future planification d'entreprise?

RÉSUMÉ: La plupart du temps, ils suivent les tendances et les technologies, mais généralement en raison de leur secteur d'activité, et non en ce qui concerne les compétences en marketing ou en affaires.

QUESTION 12 : Comment l'art peut-il devenir artisan – créer pour les masses tout en restant fidèle à vos sensibilités artistiques ? Comment pouvez-vous trouver votre public idéal?

RÉSUMÉ: La plupart du temps, ils admettent que leurs œuvres d'art sont à la fois: l'art et l'artisanat en même temps. La frontière est très fluide et ils savent que l'art doit être utile pour gagner en popularité. Une idée intéressante sur la façon dont l'art peut devenir artisan est d'embaucher des artistes pour concevoir l'environnement et les choses que les gens utilisent dans la vie quotidienne comme le verre, les meubles, etc.

QUESTION 13 : Mettez-vous votre avatar dehors ? Sortir de sa zone de confort et s'autopromouvoir ? Réseau? Vous considérez-vous comme une marchandise ? Qu'est-ce qui vous arrête?

RÉSUMÉ: La plupart du temps, ils sont prêts à sortir de leur zone de confort, mais généralement à avoir un lien direct avec le public. Les répondants admettent que la voix du public est la plus importante pour eux.

QUESTION 14 : Est-ce que l'une de ces questions vous a amené à penser différemment/spécifiquement à certains aspects de votre entreprise créative ? Lequel?

RÉSUMÉ: La plupart du temps, ils ont dit que la question était inspirante, en particulier en ce qui concerne le commerce électronique.

Conclusion

Avec les restrictions causées par la pandémie de Covid-19, le secteur des arts en Pologne a été durement touché. En plus des artistes, le chômage a également touché d'autres professions associées aux arts, comme les ingénieurs en éclairage, les ingénieurs du son, les gestionnaires et les travailleurs culturels.

Les restrictions à l'organisation de réunions, de concerts, d'expositions, etc. ont des conséquences profondes. Le gouvernement polonais a mis en place des programmes de soutien aux agriculteurs, mais tous n'ont pas rempli les conditions requises, les laissant sans revenu pendant de nombreux mois.

Nous avons interrogé 10 artistes sur leurs expériences avec cette situation difficile: 5 femmes et 5 hommes, associés à différentes industries telles que les arts visuels, l'infographie, la conception de bijoux, le théâtre, la musique, l'écriture, la sculpture, le design de mode. Il s'agit d'artistes indépendants (sculpteur, musicien, graphiste, écrivain, créateur de bijoux) et de travailleurs du secteur, employés dans de petites entreprises (actrice et accompagnatrice, musicienne, créatrice de mode).

Le problème pour les artistes, malgré les contraintes du Covid-19, est un manque de compétences en affaires, qu'ils admettent. Dans le même temps, beaucoup d'entre eux aimeraient développer leurs connaissances dans ce domaine, par exemple, suivre une formation professionnelle.

L'obstacle à leur développement commercial n'est pas seulement le manque de connaissances, mais aussi le manque de temps et d'engagement dans le domaine du marketing. Certains d'entre eux ne sont pas intéressés par le sujet de la promotion, tandis que deux d'entre eux se sentent pleinement satisfaits de ce qu'ils ont accompli.

Une question inspirante et stimulante concernait les opportunités numériques que le marketing en ligne apporte aux entreprises. Il s'avère que la plupart des répondants sont conscients des opportunités, mais ils manquent de connaissances détaillées sur le commerce électronique moderne, d'autant plus que cette industrie se développe très rapidement.

Ils perçoivent également leur incapacité à dissimuler les connaissances qu'ils possèdent dans le développement réel de leur entreprise, c'est-à-dire à traduire la théorie en pratique.

Références

PAGES WEB :

1.

<https://ashoka-cee.org/poland/wp-content/uploads/sites/4/2017/03/EF-ESEIIS-National-Report-Poland.pdf>

2.<http://ceson.pl/index.php?page=ogolnopolski-zwiazek-pracodawcow-z-akladowaktywnosci-zawodowej-i-innych-przedsiębiorstw-spoecznych>

3.<https://www.coe.int/en/web/european-social-charter>

4.<https://www.ess-europe.eu/sites/default/files/read-more.pdf>

5.<https://www.socialeconomy.eu.org/>

6.<http://www.spoldzielniesocjalne.org/>

LITTÉRATURE:

1. Hubrich D.K., Bund E., Schitz B., Mildenerberger G., « Comparative case study report on the state of the social economy », livrable du projet « the theoretical empirical and policy foundation for building social innovation in Europe (TEPSIE), Commission européenne, 7e programme-cadre, Bruxelles, 2012
2. Mendell, M. et al. (2009), « Improving Social Inclusion at the Local Level Through the Social Economy: Report for Poland », Documents de travail de l'OCDE sur le développement économique et de l'emploi local (LEED), 2009/01, OCDE.
3. L'économie sociale en Pologne », <http://www.ekonomiaspoleczna.pl/x/433523>, mis à jour le 25/07/2012

Rapport national – ITG, France

Objectif

Chaque partenaire a été chargé de procéder à une analyse documentaire pour faciliter la compréhension de la situation actuelle concernant les défis, les obstacles, les opportunités et les besoins du groupe cible dans son pays, en ce qui concerne l'économie sociale et les différents aspects des initiatives d'entreprise sociale. Il devrait évaluer l'état actuel de la recherche et démontrer une connaissance des débats savants autour du sujet.

Ce rapport sur l'état de l'art couvre le Royaume-Uni et présente des recherches sur l'économie sociale et les différents aspects des initiatives d'entreprise sociale. Cette recherche se concentrera sur la structure d'une entreprise sociale et sur les différentes voies et opportunités qu'offre l'Europe dans ce domaine.

Cette recherche constituera la base du rapport Pinolo Social Business (PSBM) qui vise à fournir une compréhension claire du contexte et de la situation actuelle, afin d'aider les artistes au chômage à devenir des entrepreneurs sociaux.

À partir de ce rapport, les partenaires du projet espèrent comprendre :

- Les organisations d'entreprises sociales et les différentes structures que l'Europe offre dans ce domaine.
- recherche en ligne d'articles et d'essais pertinents pour l'économie sociale et les initiatives d'entrepreneuriat social.
- Études de cas d'entreprises sociales réussies.
- Décrire les objectifs d'apprentissage du projet, en fonction des compétences nécessaires que les participants devraient posséder pour prendre des initiatives entrepreneuriales sociales.
- Développer les activités d'apprentissage essentielles, qui guideront les participants à s'aventurer dans le social business

Nos approches de recherche

L'équipe d'ITG travaille en collaboration pour mener des recherches documentaires pertinentes et mener une enquête complète pour notre groupe participatif local sélectionné.

Introduction

Le concept d'économie sociale et solidaire (ESS) désigne un groupe d'entreprises organisées sous forme de coopératives, de mutuelles, d'associations ou de fondations, dont le fonctionnement et les activités internes reposent sur un principe de solidarité et d'utilité sociale.

Ces entreprises adoptent des méthodes de gestion démocratiques et participatives. Ils réglementent strictement l'utilisation des profits qu'ils réalisent; le profit individuel est interdit et les résultats sont réinvestis. Leurs ressources financières sont généralement en partie publiques. Le ESS regroupe diverses entreprises et organisations ([coopératives](#), [OBNL](#), [associations](#), [mutuelles](#) ou [fondations](#)) qui cherchent à concilier activité économique et équité sociale. Du commerce équitable aux fonds de solidarité, en passant par les innovations sociales dans le domaine de la protection de l'environnement, de la lutte contre l'exclusion, de la santé ou de l'égalité des chances, le ESS apporte une réponse à de nombreux défis sociétaux contemporains.

Les organisations d'économie sociale adhèrent à des principes fondateurs, notamment: la recherche de l'utilité collective, la non-rentabilité ou la rentabilité limitée (profits réinvestis au service du projet collectif), la gouvernance démocratique (primauté du peuple sur le capital: « 1 personne = 1 vote », implication des parties prenantes).

Le terme « économie sociale » stricto sensu désigne l'approche qui délimite historiquement le secteur en fonction du statut juridique des organisations: dans cette approche, l'économie sociale désigne les associations, les coopératives, les mutuelles, les fondations, les fonds de dotation, quels que soient leur objet social ou leurs activités.

Plus vaguement, « l'économie de la solidarité » peut être considérée comme le résultat d'un mouvement qui s'est affirmé dans les années 1990, défini davantage par la finalité de l'organisation, parfois ses activités et sa gouvernance, quel que soit son statut : commerce équitable, intégration par l'activité économique, etc. Le terme solidarité tend à caractériser une forme de réciprocité, qui prime sur les principes du marché et

de la distribution. Elle se définit de manière politique, comme l'ensemble des activités de production, d'échange, d'épargne et de consommation contribuant à la démocratisation de l'économie sur la base d'engagements citoyens.

Economie sociale en France

Définition simple de l'économie sociale et solidaire (ESS)

L'économie sociale et solidaire regroupe toutes les structures économiques dont le statut, l'organisation, le fonctionnement et l'activité sont fondés sur les principes de solidarité, d'équité et d'utilité sociale. L'un des objectifs de ces structures est de promouvoir la création d'emplois en vue de l'intégration et/ou de la réinsertion, ainsi que d'une plus grande cohésion sociale. Constituées principalement d'associations, de mutuelles, de coopératives ou de fondations, les sociétés de l'ESS adoptent des mécanismes de gestion et de prise de décision particulièrement éthiques et démocratiques, avec un contrôle strict de l'utilisation des résultats financiers (pas de profit personnel, réinvestissement des bénéfices). Sous réserve d'approbation, ils ont accès, pour une partie de leurs ressources, à des fonds publics dédiés.

Le concept de ESS est également similaire à celui de « l'économie circulaire » consiste à produire des biens et des services de manière durable en limitant la consommation et le gaspillage des ressources et la production de déchets. Il s'agit de passer d'une société disposant à un modèle d'affaires circulaire.

Les acteurs de l'économie sociale et solidaire (ESS)

Le développement de l'ESS et son soutien dépendent essentiellement de sa reconnaissance par les pouvoirs publics (des plus hautes autorités politiques aux décideurs locaux) et par le monde économique dans son ensemble. Les différents acteurs de l'économie sociale et solidaire se sont donc progressivement structurés, de manière à travailler en complémentarité pour défendre et promouvoir les valeurs de l'ESS et encourager son financement par la mise en place de partenariats tant publics que privés.

Le poids économique et quelques constats clés de l'ESS (Économie sociale et solidaire)

Dans le cadre de sa stratégie Europe 2020, l'Union européenne élabore un ensemble de mesures en faveur de l'ESS, tant pour des raisons de croissance économique que de

cohésion sociale. Le poids relatif de l'ESS dans l'économie dans son ensemble est en effet de plus en plus important (voir notre article : « [L'économie sociale et solidaire en pleine croissance](#) »).

Pour le seul territoire Français, les chiffres pour 2015 sont les suivants :

2,5 millions d'employés
221 325 structures étiquetées ESS
10,5 % de l'emploi total
13,9% de l'emploi privé
15 % de l'emploi des femmes
+ 25% des salariés depuis 2000
600 000 postes disponibles d'ici 2020 (création et remplacement de retraités)
730 000 associations, soit 170 000 employeurs pour 1 780 000 employés;
21 000 entreprises coopératives pour plus de 900 000 employés;
38 millions de membres et 55 000 employés dans les mutuelles de santé;
21,4 millions de membres et 33 000 employés dans les mutuelles;
près de 2 000 fondations;
31 700 employés dans les 546 entreprises d'intégration

Différents aspects des initiatives d'entrepreneuriat social

L'économie sociale et solidaire : un nouveau modèle entrepreneurial au service de l'intérêt général ?

L'économie sociale et solidaire étant en plein développement, elle suscite l'intérêt de nombreuses entreprises. L'entrepreneuriat social et l'intrapreneuriat social font désormais partie des problématiques les plus remises en question par les entreprises. La coopération entre l'ESS et l'économie traditionnelle se multiplie et se diversifie, au point que certains voient dans l'ESS l'émergence d'un nouveau modèle d'entrepreneuriat, capable de changer durablement la façon dont les entreprises (y compris les plus grandes) font des affaires.

L'économie sociale et solidaire est, dans la France contemporaine, la transposition de la solidarité de la fin du XIXe siècle. C'est l'Etat qui donne l'impulsion et coordonne l'action des mutuelles et des associations fournissant une grande partie de l'ESS tout en organisant un secteur semi-commercial.

Législation / réglementation

En France, le gouvernement Jospin a nommé en 2000 le premier secrétaire d'État à l'Économie solidaire, l'écologiste Guy Hascoët, qui est resté en fonction jusqu'en 2002. Son secrétariat est notamment à l'origine d'un nouveau statut coopératif, celui de la SCIC (Cooperative Society of Collective Interest). En 2012, le gouvernement de Jean-Marc Ayrault nomme à son tour un ministre en charge de ce secteur (Benoît Hamon, ministre délégué au ministre de l'Économie et des Finances, chargé de l'Économie sociale et solidaire et de la Consommation)²¹.

L'ESSa fait l'objet en France de la loi n° 2014-856, promulguée en juillet 2014 et complétée en septembre 2016. Cette loi vise à fixer et à consolider les règles et la gouvernance de l'économie sociale et solidaire, ainsi que ses modes de financement. En particulier, elle impose à l'ESS des structures à statut commercial qui optent pour ses principes et intègrent des objectifs d'utilité sociale. La loi prévoit également un système d'agrément actualisé connu sous le nom d'ESUS (« Entreprise solidaire d'utilité sociale »). Cette approbation est nécessaire pour obtenir un certain nombre de soutiens et de financements dédiés.

La loi n° 2014-856 du 31 juillet 2014 relative à l'économie sociale et solidaire, dans son article 1er, donne pour la première fois une définition législative de l'ESS en France, qu'elle définit comme un « mode d'entreprise et de développement économique ».

La loi de 2014 élargit le champ historique de l'économie sociale (associations, coopératives, mutuelles et fondations) en permettant aux sociétés commerciales non coopératives de faire partie de l'ESS. Le décret en vigueur depuis 2016 précise les critères que ces « sociétés commerciales de l'ESS » doivent remplir : avoir un objectif autre que le partage des bénéfices, la gestion démocratique ou participative et consacrer la plupart de leurs bénéfices au maintien ou au développement de leur activité.

Comme expliqué précédemment, l'ESS rassemble donc des organisations très diverses, et la définition de sa portée exacte fait encore parfois l'objet de débats. Ils bénéficient d'un cadre juridique renforcé par la loi n° 2014-856 du 31 juillet 2014, telle que modifiée, sur l'économie sociale et solidaire.

Un décret du 25 mars 2021 ajoute aux missions de la Direction générale du Trésor la promotion du développement de l'économie sociale, solidaire et responsable et supprime la fonction de Haut-Commissaire à l'économie sociale et solidaire et à l'innovation sociale.

En France, une question très débattue est celle de la fiscalité des activités comme pour la TVA (exonération totale ou partielle, pour quels secteurs), l'impôt sur les sociétés (exonération, 24%, 33%, secteurs). C'est sur cet aspect fiscal et financier que s'en mêle l'avenir de l'E.S.S. accordant par exemple à certains mouvements. En effet, la question se pose de la taxation de certaines activités de marché exercées par des associations se réclamant de l'ESS dans des conditions tarifaires et des services très similaires à ceux du secteur privé : tourisme pour les jeunes, pratiques sportives.

La loi PACTE (« Plan d'action pour la croissance et la transformation des entreprises » : PACTE) adoptée par le Parlement le 11 avril 2019, sous la direction de Bruno Le Maire, confirme la création d'un nouveau statut de société qui fait craindre un élargissement du champ d'application des entreprises susceptibles de bénéficier d'avantages fiscaux au nom de l'économie sociale et solidaire, ce qui inquiète les acteurs de l'ESS, qui voient un risque de distorsion³⁰. C'est le statut d'une entreprise avec une mission.

Poids de l'ESS en France

En France, ce secteur représente plus de 10% des emplois salariés, cette part augmentant dans le temps (9,6% en 2005, 10,5% en 2013 et 14% en 2019).

En 2019, l'économie sociale, avec 2,5 millions de salariés, représentait près de 14% de l'emploi salarié total en France.

Le secteur d'activité « action sociale » est le plus important avec 44% de la main-d'œuvre de l'économie sociale, suivi de l'éducation avec 15%.

Les associations emploient 78 % des salariés de l'économie sociale, les coopératives 13 %, les mutuelles 6 % et les fondations 3 %. Les coopératives sont principalement présentes dans le secteur de la finance et des assurances (les associations sont absentes de ce secteur) ainsi que dans les commerces et les transports. Les mutuelles sont principalement présentes dans le secteur de la finance et des assurances. Les fondations sont principalement présentes dans 3 secteurs : la santé humaine, l'action sociale et l'action sociétale/environnementale (« économie circulaire »).

Nombre de salariés dans l'économie sociale par famille d'économie sociale et secteur d'activité

secteur	nombre total d'employés	Dont coopérative s	Dont mutuel les	De quelles association s	De quelles fondations
Agriculture, sylviculture et pêche	11 216	6 588	0	c	c
Industrie et construction	51 879	46 334	0	4 753	c
dont produits alimentaires, boissons, tabac	24 614	c	c	c	c
Commerce, transport, hébergement et nourriture	93 573	60 863	4 696	27 333	691
dont commerce	59 648	53 808	4 501	1 159	0
Activités financières et d'assurance	266 337	167 297	86 531	c	c
Information et communication, activités immobilières, soutien aux entreprises	161 581	21 317	1 463	122 229	6 552
Administration publique, éducation, santé humaine et action sociale	1 499 722	0	0	1 378 792	73 283
dont enseignement	361 222	c	c	340 605	8 420
dont santé humaine	179 762	c	c	130 578	26 878
dont action sociale	868 768	c	c	907 609	37 985
Animation socioculturelle	310 914	c	c	305 326	2 453
dont arts, spectacles, activités récréatives	128 162	c	0	126 363	c
Total	2 372 812	308 632	136 723	1 844 647	83 010

Les données pour l'année 2019 ne couvrent, comme les années précédentes, que les quatre familles traditionnelles de l'économie sociale : les coopératives, les mutuelles, les associations et les fondations pour l'emploi. Elle exclut les administrations publiques, les organisations patronales et consulaires, les syndicats de salariés et les organisations politiques ou religieuses. Ce périmètre est généralement suivi sous le nom « économie sociale » tandis que « économie solidaire » désigne les entreprises commerciales de l'ESS (sociétés d'intégration, commerce équitable...).

Sources : Chiffres de l'ESS | Portail des acteurs de l'Économie Sociale et Solidaire (esspace.fr) <http://www.esspace.fr/chiffres-de-l-ess.html>

Le dispositif spécifique pour les intermittents de l'industrie du divertissement en France:

Un interprète intermittent (IDS) est en France un artiste ou technicien professionnel qui travaille pour des entreprises des arts de la scène, du cinéma et de l'audiovisuel et qui bénéficie, selon des critères de nombre d'heures travaillées, et après une cotisation supplémentaire appliquée uniquement à ce segment socio-professionnel, d'allocations de chômage. Il y avait 9 060 bénéficiaires en 1984, 41 038 en 1991, 106 000 en 2013, 117 000 en 2016 et 130 000 en 2019. Ce régime d'allocations de chômage permet à l'artiste ou au technicien d'être indemnisé lorsqu'il n'est pas sous contrat d'emploi. Le travailleur intermittent – à ne pas confondre avec un travailleur temporaire – est un employé engagé dans le cadre d'un contrat à durée déterminée dit habituel (CDDU). A ce titre, il est rémunéré par son employeur à l'heure ou au timbre pour les répétitions et les représentations correspondant à la nature de son travail ou de sa profession.

Entre deux périodes sous contrat de travail, il perçoit depuis octobre 2014 et comme les salariés du régime général une allocation de reprise de l'emploi basée sur le nombre de jours indemnisables calculé mensuellement par Pôle emploi. Il peut ainsi cumuler son indemnité et son salaire chaque mois, dans des conditions particulières.

En mars 2020, avec la pandémie de Covid-19 en France, le gouvernement a décidé d'annuler les rassemblements sur l'ensemble du territoire. Par conséquent, les annulations en cascade de festivals et de spectacles d'été fermés sans date officielle de réouverture, le secteur culturel est très fortement touché par la crise sanitaire. La conséquence en est généralement une très longue période de travail pour les intermittents, de sorte qu'ils craignent de se retrouver dans l'incapacité de travailler et de cotiser suffisamment pour être couverts par l'assurance chômage.

À la fin du mois de juillet 2020, le gouvernement a décidé de maintenir la rémunération des travailleurs intermittents dans l'industrie du divertissement jusqu'au 31 août 2021.

Toutefois, en l'absence de contrats en raison de la cessation de l'activité des employeurs du secteur culturel pendant les périodes de couvre-feu et de confinement, les prestations de chômage ne sont plus un complément au revenu de l'emploi, mais parfois le seul revenu des intermittents de l'industrie du divertissement.

Perspectives

Le rapport sur les perspectives de l'économie solidaire et sociale en 2017 de la Chambre de l'ESS (ESS France) évoque plusieurs dynamiques : une concurrence plus difficile dans les secteurs historiques de l'ESS et des perspectives positives dans des secteurs où elle n'est pas historiquement présente. Le contexte décrit est celui des « vents contraires », l'ESS ayant du mal à attribuer sa spécificité à une tendance à la baisse des prix et des soutiens publics, à des rapprochements entre acteurs de toutes sortes.

Impact du Covid-19 sur l'ESS

Le confinement national en France en mars 2020 dû à la pandémie de Covid-19 a posé des problèmes à de nombreux acteurs. Quelques initiatives nationales ont été mises en œuvre, parmi lesquelles:

- Le guichet unique UrgencESS pour les structures de moins de 10 salariés est ouvert depuis le 22 janvier 2021. Il bénéficie d'un fonds d'urgence de 30 millions d'euros, que le réseau France Active est chargé de déployer sur toute la France.
- Le guichet unique UrgencESS pour les structures de moins de 10 salariés.
- Les principales mesures de soutien aux structures de l'ESS, sur le site de la Banque des territoires- France Relance: 15 premiers appels à projets en faveur de l'économie sociale et solidaire, dans tous les territoires, 1er décembre 2020.
- Les mesures de soutien aux structures de l'ESS au niveau national et régional, avec points de contact par région, 30 octobre 2020.

Différents aspects des initiatives d'entrepreneuriat social

Les entreprises sociales visent à réaliser des bénéfices comme les entreprises traditionnelles, mais ce qui les distingue, c'est la façon dont elles réinvestissent ou donnent des bénéfices pour créer un changement social positif. Cette mission supplémentaire en fait une structure proche des associations ou des fondations. Il y a

aussi un esprit coopératif (donnant-donnant), une approche partenariale et collective, assez éloignée des entreprises individualistes.

L'acteur dans ses structures ESS a besoin d'être rentable et d'être accompagné dans l'accomplissement de sa mission quelle que soit la forme juridique de l'entreprise (société, association...) ou quelle que soit l'activité exercée.

Les acteurs ont besoin d'une représentation réelle et active pour exister, pour se promouvoir et gagner le soutien des pouvoirs publics et territoriaux.

En France, parmi les organisations les plus représentatives figurent :

- Le Conseil national des chambres régionales de l'économie sociale (CNCRES) ou le Conseil national des chambres régionales de l'économie sociale ;
- Le Mouvement associatif ;
- Coop FR (coopératives) ou Coopératives ;
- Le Mouvement des entrepreneurs sociaux (Mouves) ou le Mouvement des entrepreneurs sociaux ;
- La Fédération nationale de la mutualité française (FNMF) ;
- Le Mouvement pour l'économie solidaire (MEE)
- La Fédération des entreprises intégrées.

Structure des entreprises sociales en France

En France, il existe plusieurs options différentes pour structurer une entreprise sociale et le choix de la structure est important car il peut avoir un impact significatif sur la gouvernance et la flexibilité future de l'entreprise. Parmi les principaux acteurs¹, on peut citer :

Généralistes

- ESS France (fusionné avec cncresS en 2020) assure la représentation et la promotion de l'ESS auprès des pouvoirs publics au niveau national.
www.ess-france.org >

¹ Source: [Acteurs représentatifs en France](https://www.avise.org/decouvrir/ess/acteurs-representatifs-en-france) | [Avise.org](https://www.avise.org/decouvrir/ess/acteurs-representatifs-en-france) :
<https://www.avise.org/decouvrir/ess/acteurs-representatifs-en-france>

- Mouvement Impact France réunit les entrepreneurs sociaux autour d'une communauté active et ouverte et apporte leurs attentes et solutions dans le débat public et les politiques publiques.
> www.impactfrance.eco
- Mouvement pour l'économie solidaire (MES) promeut l'économie solidaire et favorise la coopération et la mise en réseau de ses acteurs.
> www.le-mes.org/spip.php
- L'Union des employeurs de l'économie sociale et solidaire (UDES) regroupe 23 groupements et syndicats d'employeurs (associations, mutuelles, coopératives) et 16 branches et secteurs professionnels. C'est la seule organisation multi professionnelle de l'économie sociale et solidaire. Il apporte à 80% des employeurs fédérés dans l'économie sociale et solidaire.
> www.udes.fr
- Le Réseau des collectivités territoriales pour une Economie Solidaire (RTES) regroupe plus de 140 autorités locales et régionales, dans le but de promouvoir, valoriser et développer l'économie sociale et solidaire (SSE) sur leur territoire.
www.rtes.fr >

Associations

Le Mouvement Associatif est la voix de la dynamique associative. Son rôle est de promouvoir les associations, de faire entendre la voix des associations (employeurs et non-employeurs, c'est-à-dire composées uniquement de bénévoles) dans le débat public et de permettre aux associations de « bouger ».

> mentassociatif.org de le mouve

Coopératives

- CoopFR est une organisation membre de l'Alliance coopérative internationale, représentant le mouvement coopératif Français, défendant et promouvant leurs intérêts.
www.entreprises.coop >
- Coopérer pour entreprendre est un réseau qui regroupe 75 coopératives d'activité et d'emploi (CAE) et qui a pour ambition de positionner l'entrepreneuriat collectif et coopératif comme une forme essentielle

d'entrepreneuriat en France.

> cooperer.coop

- Copea est un réseau de coopératives d'activités axées sur la mise en commun des connaissances, des outils, le partage d'expériences et de savoir-faire pour développer et soutenir les activités des entrepreneurs à long terme.

> www.copea.fr

- La Confédération générale des Scop (CG Scop) est le porte-parole du mouvement des sociétés coopératives de production (Scop) et des sociétés coopératives d'intérêt collectif (Scic) avec les pouvoirs publics et les acteurs politiques, économiques et sociaux.

www.les-scop.coop >

Fondations

- Le Centre français des fonds et des fondations de France (CFF) regroupe plus de 300 membres pour promouvoir et défendre les intérêts des initiatives philanthropiques auprès des pouvoirs publics et du grand public.

www.centre-francais-fondations.org >

Mutuelles

- La Fédération nationale de la Mutualité Française regroupe la quasi-totalité des mutuelles de santé en France. Il représente le mouvement mutualiste, promeut leurs activités et leurs intérêts auprès des pouvoirs publics et des acteurs de la santé et de la protection sociale. La fédération est représentée localement par 17 unions régionales présentes sur le territoire.

> www.mutualite.fr

L'intégration par l'activité économique

Les Structures d'insertion par l'Activité Economique (SIAE) peuvent choisir de rejoindre différents réseaux qui les représentent auprès des pouvoirs publics et de leur fournir des outils pour favoriser leur professionnalisation, leur développement et leurs connaissances.

- Le COORACE est une fédération réunissant plus de 500 entreprises de l'ESS au service de l'emploi, de l'insertion et du développement de territoires solidaires. Ses adhérents sont notamment des structures d'insertion par l'activité économique (environ 400), des groupes économiques solidaires et des

organises de services à la personne (OSP) regroupés sous la marque Proxim'Services.

www.coorace.org >

- Fédération des entreprises d'insertion rassemble des plus de 600 entrepreneurs, entreprises d'insertion (EI) et des entreprises de travail temporaire d'insertion (ETTI), qui ont en commun de mettre leur projet économique au service d'une finalité sociale.

www.lesentreprisesdinsertion.org >

Les structures qui permettent aux personnes en situation de handicap d'accéder à l'emploi dans des conditions adaptées à leurs capacités disposent également de réseaux dédiés pour les représenter devant les pouvoirs publics, bénéficier d'outils favorisant leur professionnalisation, leur développement et leurs connaissances.

- Union Nationale des Entreprises Adaptées (UNEA) est une association professionnelle qui fédère les Entreprises Adaptées (EA) et les représente auprès des acteurs publics et privés
> www.unea.fr
- Réseau GESAT est un expert de la mise en relation économique entre les prestataires du secteur du travail protégé et adapté (ESAT et EA), et les entreprises clientes (privées/publiques, PME/grands groupes)
> www.reseau-gesat.com

Représentation de l'ESS au niveau régional

Un certain nombre d'acteurs (comme la Mutualité Française, le Mouvement Associatif, coorace, les Udes, la CGSCOP, etc.) ont des branches territoriales avec des antennes régionales. Tous ces acteurs se retrouvent dans les Chambres Régionales de l'Economie Sociale et Solidaire (CRESS).

- Les Chambres Régionales de l'Economie Sociale et Solidaire (CRESS) présentes dans chaque région, regroupent les entreprises et les réseaux du SSE présents sur le territoire. Ils jouent le rôle de représentation, de coordination et de structuration du SSE dans leur région. Ils soutiennent également le développement et la consolidation des entreprises du SSE et favorisent la mise

en réseau avec l'écosystème régional du SSE m.

> www.ess-france.org/fr/les-cress

Acteurs qui informent et soutiennent le développement du SSE au niveau national français

- Avise a pour mission de développer l'économie sociale et solidaire (SSE) et l'innovation sociale en France, en soutenant les porteurs de projets et en contribuant à structurer un écosystème favorable à leur développement.
www.avise.org >
- La Fonda est une plateforme d'intelligence collective, elle coproduit des insights pour nourrir les choix stratégiques des acteurs du monde associatif.
www.fonda.asso.fr >
- Le Labo de l'ESS est un think tank qui construit, à travers un travail collaboratif, des axes structurants de l'économie sociale et solidaire, à partir d'initiatives concrètes, innovantes et inspirantes des territoires.
www.lelabo-ess.org >
- Social Value France est un réseau français de débat et de partage, porté par Avise, réunissant praticiens et organisations impliquées dans la problématique de l'évaluation de l'impact social.
www.avise.org >

Commentaires issus de l'enquête

ITG a décidé d'organiser l'enquête sur le GPL en ligne; cela était dû aux contraintes dans le contexte du Covid-19 avec moins de réunions en face à face et plus de réunions en ligne.

La réunion en ligne a eu lieu le lundi 21 juin 2021 à 17h30, avec le bref ordre du jour suivant:

- Introduction par ITG (10 min) sur le projet PINOLO EU
- Introduction sur IO.1 et le rôle du GPL (10 min)

- Comment utiliser le questionnaire EvalandGo (5 min)
- Remplir les questionnaires (20 min)
- Résumé des résultats (10 min)
- Discussion de groupe entier et capture de commentaires (25 min)
- Tour d'horizon (5 min)

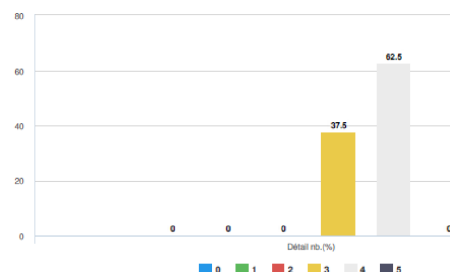
Les 8 participants étaient tous des artistes ou des personnes employées dans le secteur artistique: parmi eux 5 femmes. Parmi les répondants, 2 sont des artistes indépendants (dont un réalisateur et un chanteur); 6 sont des employés de petites entreprises du secteur (y compris un gestionnaire)..

Voici les commentaires :

Question 1 :

#	Question	Nb.	Min.	Moyenne	Max.
1	How confident do you feel right know as an artist/ creative?	8	3	3.63	4

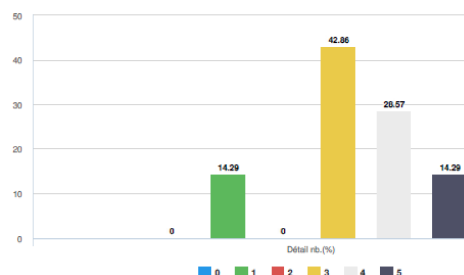
#	Question	Détail nb.(%)
1	How confident do you feel right know as an artist/ creative?	8 (100%)
0		0 (0%)
1		0 (0%)
2		0 (0%)
3		3 (37.5%)
4		5 (62.5%)
5		0 (0%)



Question 2 :

#	Question	Nb.	Min.	Moyenne	Max.
2	How confident do you feel you are as a businessperson/ entrepreneur?	7	1	3.29	5

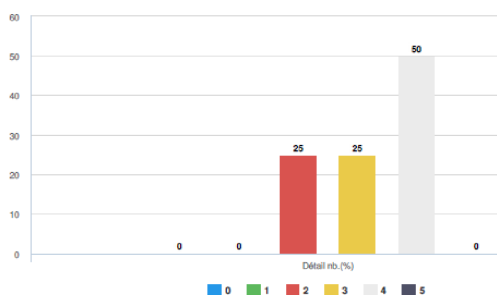
#	Question	Détail nb.(%)
2	How confident do you feel you are as a businessperson/ entrepreneur?	7 (100%)
0		0 (0%)
1		1 (14.29%)
2		0 (0%)
3		3 (42.86%)
4		2 (28.57%)
5		1 (14.29%)



Question 3 :

#	Question	Nb.	Min.	Moyenne	Max.
3	How confident do you feel right know about your business skills?	8	2	3.25	4

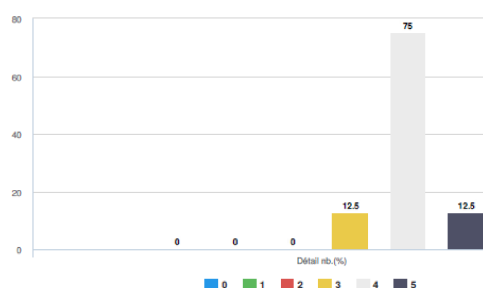
#	Question	Détail nb.(%)
3	How confident do you feel right know about your business skills?	8 (100%)
0		0 (0%)
1		0 (0%)
2		2 (25%)
3		2 (25%)
4		4 (50%)
5		0 (0%)



Question 4 :

#	Question	Nb.	Min.	Moyenne	Max.
4	To what extent would your success be enhanced if you had business support and guidance?	8	3	4	5

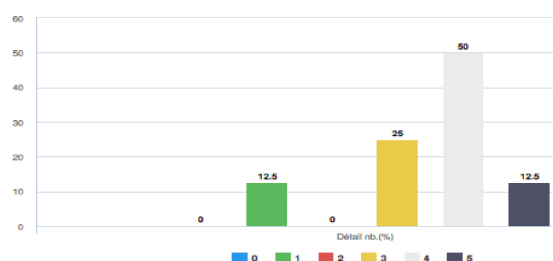
#	Question	Détail nb. (%)
4	To what extent would your success be enhanced if you had business support and guidance?	8 (100%)
	0	0 (0%)
	1	0 (0%)
	2	0 (0%)
	3	1 (12.5%)
	4	6 (75%)
	5	1 (12.5%)



Question n° 5 :

#	Question	Nb.	Min.	Moyenne	Max.
5	How important is it to you that you work has social as well as commercial value?	8	1	3.5	5

#	Question	Détail nb. (%)
5	How important is it to you that you work has social as well as commercial value?	8 (100%)
	0	0 (0%)
	1	1 (12.5%)
	2	0 (0%)
	3	2 (25%)
	4	4 (50%)
	5	1 (12.5%)



Ce sont des questions qui ont suscité discussion et réflexion :

Q6 - Dans votre travail créatif - Êtes-vous prêt à faire des erreurs?

#	Question	Texte
6	In your creative work - Are you prepared to make mistakes?	- Not really. Mistakes can be dangerous for my activity - Sometimes as a film creator I may miss the objective. It happened. - Yes - no - yes - Yes - Yes - Yes very often, as a creator it is from my mistakes error that i get my best success.

Résumé des réponses :

La plupart des créatifs ont convenu qu'ils étaient prêts à faire des erreurs dans leur travail. Mais pas tous, certains pensent fermement qu'ils ont toujours raison.

Q7- Selon vous, quels sont les principaux obstacles à la réussite de votre entreprise?

#	Question	Texte
7	What do you feel are the main barriers to your business being more successful?	- I need to be creative and I need my creativity met a real demand - Employment of skilled people, lack of financing in Covid-19, health destructions... - no money - financial and IT - lack of money, lack of time, lack of best practices and successful examples - lack of innovation, new ideas... - Covid-19 restrictions - Not to have a significant audience (potential customers). To be too small, although I think it give me my freedom...

Résumé des réponses :

La plupart des obstacles : manque d'argent, manque de temps, manque de pratiques exemplaires et de connaissances, insécurité de l'emploi.

Q8. Avez-vous une connaissance de ce qu'est une entreprise sociale et de ce que cela pourrait signifier pour votre entreprise créative?

#	Question	Texte
8	Do you have any knowledge of what a social enterprise is what that could mean for your creative business?	- Not at all - not really - no - yes, but limited - no - no - no - Not really

Résumé des réponses: Bien sûr, personne ne connaît le concept.

Q9. Êtes-vous ouvert à assister à des sessions de formation / soutien en affaires?

#	Question	Texte
9	Are you open to attending business training/ support sessions?	- Why not - yes - yes - yes for sure - yes - yes - Yes why not but i have not a lot of Time.

Résumé des réponses : Oui pour tous.

Q10 - Recherchez-vous l'innovation? c.-à-d. trouver de nouvelles façons de faire les choses, des changements / améliorations de processus pour satisfaire les besoins et les désirs de vos clients (produits et services)

#	Question	Texte
10	Do you seek out innovation? i.e finding new ways of doing things, process change/ improvement to satisfying your customer needs and wants (both products and service)	- I am open to change. It could be good to further in some points - I am in favour of innovation (IT, social media...). - Innovation is ok for me, but I have no customer. I am just employed by an artist. - i like changing process and new methodologies. - innovation is positive, but not always - yes - yes - All the Time

Résumé des réponses : Oui pour tous.

Q11 - Consacrez-vous régulièrement du temps à la « numérisation de l'horizon » pour de nouveaux concepts créatifs, en regardant à l'extérieur de votre entreprise – par exemple, des expositions/ salons professionnels / séminaires d'intrants externes?

#	Question	Texte
11	Do you regularly devote time to "horizon-scanning" for new creative concepts, looking outside your business - e.g. external inputs exhibitions/ trade shows/ seminars?	- All the time - Not really, lack of time and lack of information of this kind of events... - no - sometimes, but in the context of Covid-19 I have more time to do so. It is not on a regular basis. - no - sometimes - yes - The same i do it all time

Résumé des réponses : Mixte, très différent selon les participants.

Q12- Les gens autour de vous sont-ils des penseurs entrepreneuriaux curieux? Vous entourez-vous d'autres entrepreneurs et générez-vous des idées à filtrer, tester et sélectionner pour trouver la solution la plus innovante à un défi d'affaires?

#	Question	Texte
12	Are the people around you inquisitive entrepreneurial thinkers? Do you surround yourself with other entrepreneurs and generate ideas to filter, test and select to find the most innovative solution to a business challenge?	- I test things among my family - I don't know. - not really - Yes I try - only a few - yes - yes - No but i think it is an error

Résumé des réponses : Réponses mitigées entre Oui et Je ne sais pas. Des efforts d'explication doivent être faits.

Q13- Avez-vous une caisse de résonance positivement perturbatrice, confidentielle et franche qui vous aide à sortir des sentiers battus?

#	Question	Texte
13	Do you have a positively disruptive, confidential, and candid sounding board that help you think outside of the box?	- It is difficult to explain but I get the point and think yes. An artist must always think out of the box - yes - yes of course - Yes - yes - yes - yes of course - Yes my friends are my best evaluator. If they don't like means what i made is not good.

Résumé des réponses : oui pour la plupart des répondants.

Q14 Comment préférez-vous travailler? Êtes-vous un extraverti – générant vos meilleures idées par le biais de discussions de groupe? Ou un introverti – ayant besoin de temps et d'espace seuls pour créer?

#	Question	Texte
14	How you prefer to work? Are you an Extrovert - generating your best ideas through group discussion? Or an introvert - needing time & space alone to create?	- I am only sharing with a small group of friends or member of my family - As an introvert - extrovert - As an Extrovert - as introvert - both - as an extrovert - I create post of the Time alone

Résumé des réponses: comme précédemment, diviser 50% / 50%.

Q15- Comment pourriez-vous explorer plus de potentiel sur le marché numérique? Et quel soutien serait nécessaire pour que vous puissiez livrer / fournir / en tant qu'artiste numériquement - marketing et promotions?

#	Question	Texte
15	How could you explore more potential in the Digital market? And what support would be needed for you to digitally deliver/ supply/ as an artist - marketing & promotions?	- I am willing to learn. During covid crise we were without any opportunities - yes, for marketing and promotion - Social network is what I see. - Connexion means and better methodologies. Some best practices would be helpful/ - no idea - yes - need for training and best practices - I am quite bad at for sure i need some help in this area

Résumé des réponses: positif et oui la plupart du temps.

Q16- Recherchez-vous des talents émergents et des technologies qui pourraient influencer votre planification d'entreprise future?

#	Question	Texte
16	Do you research emerging talent and technology wich could influence your future business planning?	- Yes but I don't fell confident with technology - yes - not yet - yes but I have no time - I do not feel the need to do so for now. - yes - yes - All the time, checking what is trendy

Résumé des réponses : Oui.

Q17- Comment l'art peut-il devenir artisan – créer pour les masses tout en restant fidèle à vos sensibilités artistiques? Comment pouvez-vous trouver votre public idéal?

#	Question	Texte
17	How can Art become Artisan - creating for the masses whilst remaining true to your artistic sensibilities? How can you find ideal audience?	- To give your soul to the devil. This is the point to remain yourself but as well develop your activity. This is not always easy to cope with this. Sometimes man's need to eat. - no idea - I do not know. - These is no easy way to find audience in our sector. - I do not understand this question. Too confusing for me. But after explanations, I need some examples and best practices. - being open to new ideas - he / she has to be trained to do so - I have not found any answer for now to this crucial question. Ideal audience would means celebrity

Résumé des réponses : très difficile de répondre à cette question, pas du tout compris par les répondants.

Q18- Vous mettez-vous en avant? Sortir de sa zone de confort et s'autopromouvoir ? Réseau? Vous considérez-vous comme une marchandise ? Qu'est-ce qui vous arrête?

#	Question	Texte
18	Do you put yourself out there? Go out of your confort zone and self-promote? Network? Do you think of yourself commodity? What is stopping you?	- I let my creativity leading me. There is no confort zone when you want to develop your creativity - Yes, in terms of creation, I have no limits. - Yes - yes - yes - yes, but not enough - yes - Being creative means for me to be always outside from your confort zone

Résumé des réponses : oui.

Q19. L'une de ces questions vous a-t-elle fait penser différemment / spécifiquement à certains aspects de votre entreprise créative? Lequel?

#	Question	Texte
19	Have you any of these questions made you think different/ specifically about some aspect of your creative business? Which	- Business and technologies are far from my way of me seeing me as an artist. But those questions make me think I should think about it. - no - No - no - - - no - how a training will happen ? - Yes i think it should work more on certain important topic about my marketing plan for instance.

Résumé des réponses : quelques questions sur l'informatique, les affaires et le marketing.

Conclusion

Avec le Covid-19, le secteur créatif et artistique a été affaibli par la difficulté de poursuivre et de préparer ses activités, soit par des mesures drastiques de confinement, qui ont pu empêcher la création, soit par la difficulté de se réunir et de se produire.

Bien que les mesures gouvernementales d'urgence en France aient pu soutenir les artistes et tous les professionnels du secteur, il n'en reste pas moins qu'un retour à la vie normale n'est pas en place.

S'il n'y avait pas eu le covid-19, les professionnels de ce secteur sont déjà fragilisés par une forme de solitude, un manque de financement et de besoins d'échanges, des besoins de formation en lien avec les évolutions disruptives de la société (informatique, médias sociaux...), l'évolution « circulaire » de l'économie (rôle social) et aux compétences entrepreneuriales, pour réussir.

Lors de la réunion d'enquête organisée par ITG, les 8 participants étaient des artistes ou des employés du secteur artistique : dont 5 femmes. Parmi les répondants, 2 sont des artistes indépendants (dont un réalisateur et un chanteur); 6 sont des employés de petites entreprises du secteur (y compris un gestionnaire).

La plupart (7 sur 8) ont subi les effets de Covid-19 sur leurs activités créatives (impossibilité de se faire en face à face, ou de se rencontrer, mais un peu de retard dans tous leurs projets, même si les moyens de communication mis en place depuis lors ont pu compenser ces retards). Les répondants reconnaissent que les Français système social et les pouvoirs publics ont grandement contribué à la survie temporaire de toutes leurs activités, grâce au système de soutien aux intermittents de l'industrie du divertissement, dont ils bénéficient dans 6 cas sur 8. Cependant, les répondants soulignent également que, comme toutes les autres professions, ils sortent fatigués et ébranlés du contexte de la pandémie, qui est toujours en cours.

Ils ont pleinement confirmé leur volonté de s'ouvrir à l'innovation, qui est déjà dans leur ADN, mais aussi à l'entrepreneuriat qu'ils pratiquent déjà, mais seraient également disposés à s'ouvrir à l'entrepreneuriat social (SSE) et ils attendent clairement des informations, des formations, des bonnes pratiques et des exemples qui puissent être transposés à leur propre niveau.

Références :

https://fr.wikipedia.org/wiki/%C3%89conomie_sociale#En_France

<https://www.economie.gouv.fr/cedef/economie-sociale-et-solidaire>

<http://www.esspace.fr/chiffres-de-l-ess.html>

<https://www.avise.org/decouvrir/ess/acteurs-representatifs-en-france>

Rapport national – IASIS, Grèce.

Introduction

La COVID-19 a apporté de nombreux obstacles sur le patrimoine artistique et culturel (galeries, bibliothèques, collections d'archives et musées). La crise sanitaire mondiale, ainsi que l'incertitude qui en a résulté, ont eu un impact considérable sur les opérations de ces organisations et de leurs personnes à charge (travailleurs et associés). Le secteur des arts et de la culture a tenté de maintenir ses efforts (souvent parrainés par l'État) pour fournir au public un accès aux biens culturels, protéger la sécurité des travailleurs, des collectionneurs et du grand public et répondre aux changements imprévus qui se sont produits, en termes de modèle d'affaires (Apostolopoulos et al., 2020).

Les suspensions devraient entraîner des pertes financières importantes pour les institutions culturelles qui dépendent de la vente de billets pour leurs revenus. En conséquence, cette évolution est susceptible d'avoir un impact sur le lien entre le personnel et les artistes ou scientifiques coopérants. Cela est principalement dû au taux élevé de travail indépendant dans les domaines des arts et de la culture.

Ainsi, pendant ce temps, car à la crise de la pandémie de COVID-19, l'économie sociale et ses acteurs peuvent contribuer à la création d'emplois, au soutien des groupes sociaux vulnérables tels que les artistes qui ont perdu leur emploi et au renforcement de la cohésion sociale globale.

L'Économie sociale et entreprise sociale en Grèce

Comme l'a déclaré le Comité économique et social européen dans « Coopératives et restructurations », les coopératives en Europe « sont plus résilientes et stables que les autres formes d'entreprise en période de crise, car elles sont en mesure de développer de nouvelles initiatives commerciales », grâce à leur approche à long terme, à leurs racines profondes et à la protection des intérêts de leurs membres. « Un opérateur de l'économie sociale dont l'objectif principal est de créer un impact social plutôt que de créer un profit pour ses propriétaires ou actionnaires », selon la Commission européenne. Il fonctionne en fournissant des biens et des services marchands de manière entrepreneuriale et inventive, les revenus allant principalement à des objectifs sociaux. Il est géré de manière ouverte et comptable, avec des employés, des clients et d'autres parties prenantes qui sont touchés par son activité commerciale tous impliqués » (Commission européenne, 2011).

Entre les secteurs public et privé de l'économie, des piliers de l'économie sociale ont émergé (Defourny et Kuan, 2011), capables d'apporter des réponses et des solutions aux demandes auxquelles les secteurs public et privé ne peuvent ou ne veulent pas répondre (Defourny et Kuan, 2011). (Amin, 2009). Surtout en période de crise économique, les acteurs de l'économie sociale ont démontré la résilience, rejeté l'exclusion sociale et réduit les inégalités sociales et géographiques (Apostolopoulos et al., 2019). Ce n'est pas un hasard si les pays qui ont rejoint les mécanismes d'assistance pendant la crise financière de 2008, y compris la Grèce, ont été obligés d'institutionnaliser l'économie sociale comme moyen de lutter contre la hausse du chômage et de la pauvreté.

La loi 4019/2011 sur « l'économie sociale et l'entrepreneuriat social et autres dispositions » a été la première à institutionnaliser l'économie sociale en Grèce. Les acteurs de l'économie sociale étaient divisés en trois catégories: dans les entreprises d'intégration coopérative sociale, les coopératives sociales pour les entreprises de protection sociale et les entreprises coopératives sociales communales et productives (Apostolopoulos et al., 2020).

La Grèce suit l'un des modèles spécifiques d'économie sociale lancés par l'Union européenne, appelé le modèle de l'Europe du Sud. Ce modèle inclut des pays méditerranéens tels que la Grèce, l'Italie, l'Espagne et le Portugal. Dans ces pays, l'économie sociale s'est développée dans des domaines sans intérêt public ou secteur privé avec des caractéristiques communes de soutien mutuel et d'entraide et d'homogénéité en général. Les institutions ici comme la famille ont joué et jouent encore un rôle important. Les coopératives qui évoluaient principalement dans ces pays dépendaient souvent de l'État, ce qui entravait leurs opérations. Ces pays sont en retard lorsqu'il s'agit d'institutionnaliser l'économie sociale et les institutions. Les impacts de la crise économique de 2008 ont conduit les pays à utiliser ce modèle pour institutionnaliser l'économie sociale afin que ses acteurs survivent à la crise, afin que ses acteurs améliorent les conséquences de la crise, en particulier sur les groupes sociaux vulnérables et ceux qui ont été isolés et marginalisés à la suite de la crise (Apostolopoulos et al., 2020).

Études de cas d'entreprises sociales prospères dans le domaine culturel en Grèce

3.1. ART THREAD

Art Thread est une entreprise coopérative sociale innovante à Athènes qui vise à promouvoir et à développer des idées artistiques innovantes. Il a été créé afin de renforcer la société par des activités éducatives et des interventions artistiques.



3.2. CENTRE INSPIRAL

Social Cooperative Inspiral Center a été fondé en 2014 à Athènes (Zografou) et est actif dans le domaine de l'éducation artistique en fournissant des cours de danse aux enfants et aux adultes. Leur vision est de créer un centre de croissance, de joie et de création pour les personnes de tous âges où elles peuvent cultiver leurs talents spéciaux, former et créer dans le but d'une meilleure qualité de vie.



3.3. EDUCALTOUR

La coopérative sociale EDUCALTOUR mène des activités qui favorisent l'accessibilité à la culture des individus de différents groupes sociaux par la mise en œuvre d'activités culturelles de nature expérientielle, souvent par le biais de synergies avec des organismes privés et publics. L'équipe expérimentée utilise les activités artistiques comme raison pédagogique pour aborder les questions sociales contemporaines afin de cultiver une conscience sociale basée sur l'égalité et le respect social mutuel.



3.4. 5ENTE

L'entreprise sociale 5ENTE est basée à Ano Doliana, Arcadia, Grèce et opère dans la région plus large de Parnonas offrant des services éducatifs, principalement artistiques, des activités de plein air pour les individus ou les grands groupes, les écoles et les entreprises.



3.5. L'oracle des Arts

L'entreprise sociale « L'Oracle des Arts » est un corps essentiel d'artistes qui expriment l'esthétique et la culture à travers l'artisanat de toutes sortes, offrant joie, beauté et beauté. Offrant des leçons d'humeur agréable, il offre un emploi aux personnes de tous âges et rappelle aux gens des raisons de sourire et de surmonter les difficultés.



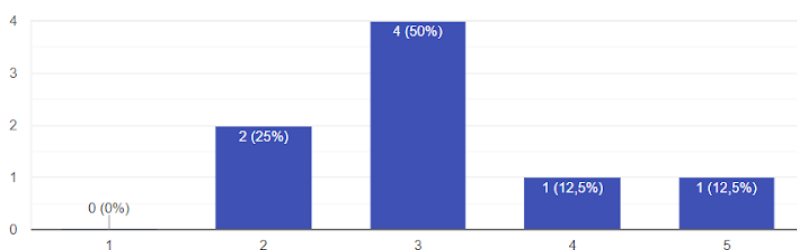
Commentaires du groupe de discussion des artistes Recherche en ligne/Analyse des besoins

Méthodologie

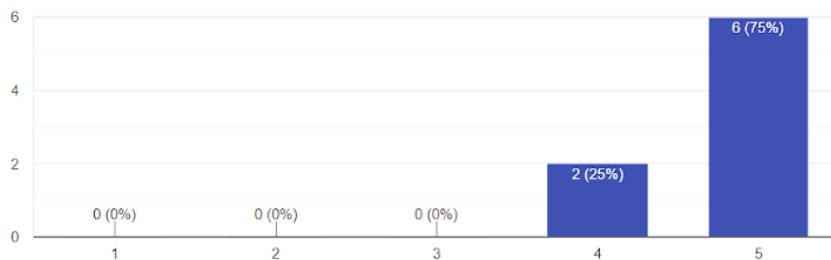
La séance en ligne du groupe de discussion local PINOLO s'est déroulée sous la forme d'un questionnaire en ligne ouvert. IASIS a approché les participants par le biais de plusieurs organisations artistiques avec lesquelles nous coopérons, ainsi que via des pages de médias sociaux spécifiques.

Réponses:

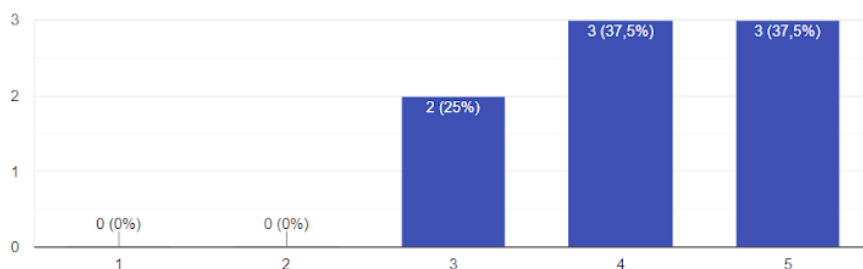
1. Êtes-vous confiant en tant qu'artiste / créatif?



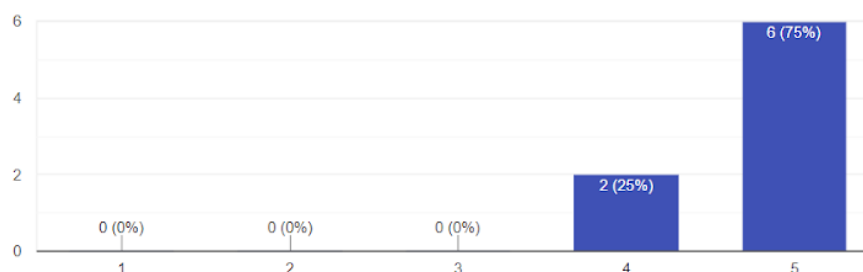
2. Êtes-vous confiant en tant qu'homme d'affaires / entrepreneur?



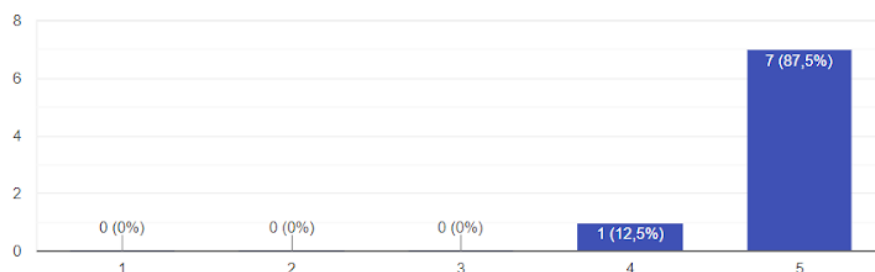
3. Avez-vous l'impression de manquer de compétences en affaires?



4. Pensez-vous que les conseils en matière de soutien aux entreprises amélioreraient votre succès?



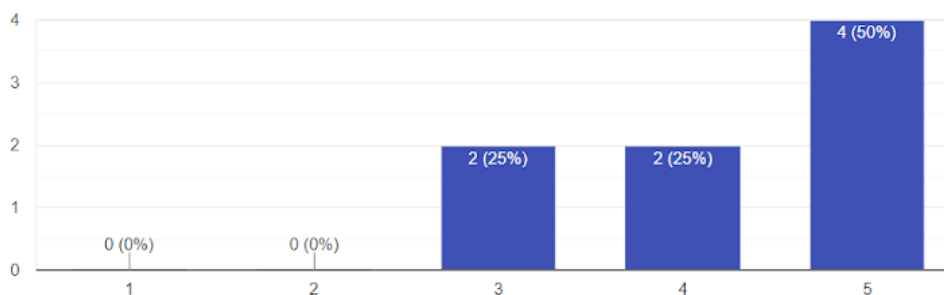
5. Est-il important que votre travail ait une valeur sociale et commerciale?



Questions générales

Voici le résumé des questions.

Q1: Dans votre travail créatif - Êtes-vous prêt à faire des erreurs?



Comme le montre le diagramme, la majorité des participants ont mentionné qu'ils sont assez prêts à faire des erreurs.

Q2 : Selon vous, quels sont les principaux obstacles à la réussite de votre entreprise?

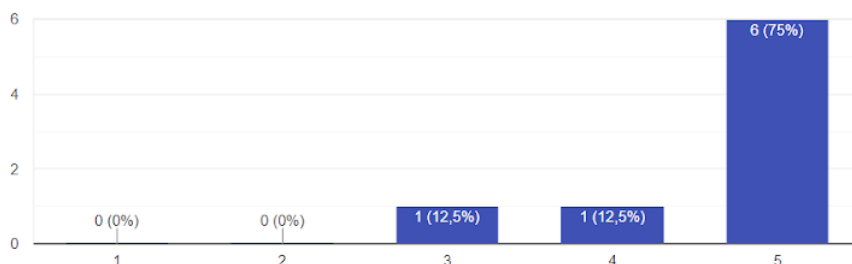
Les participants ont déclaré que l'un des principaux obstacles est de pouvoir soutenir financièrement l'entreprise, car l'argent nécessaire au maintien d'une telle entreprise est trop important. Donc, la plupart des gens quittent simplement la profession et cherchent du travail dans d'autres domaines, en le gardant comme passe-temps. En d'autres termes, les participants ont l'impression qu'il est difficile de trouver des ressources et des fonds pour maintenir l'entreprise en activité. Deux participants ont également mentionné qu'il n'y a plus d'innovation dans ce domaine, ce qui rend difficile pour le public de ne pas s'ennuyer. Ainsi, les entreprises ne fonctionnent pas facilement sur une base financière, à cause de cela. Un participant a également mentionné qu'il n'y a pas d'opportunités données puisque les gens de même obtiennent toujours les emplois et « dirigent le jeu ».

Q3: Avez-vous une connaissance de ce qu'est une entreprise sociale et de ce que cela pourrait signifier pour votre entreprise créative?

Seuls deux participants ont mentionné qu'ils savent ce qu'est une entreprise sociale. Cependant, les deux ont déclaré qu'ils ne savaient pas comment cela peut être lié au monde des affaires artistiques. Le reste des participants n'en avaient aucune idée.

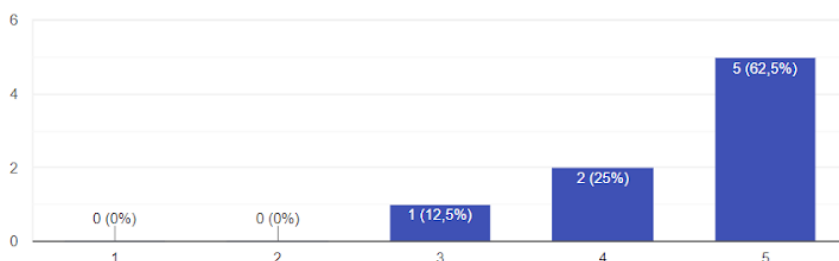
Q4 : Êtes-vous prêt à assister à des séances de formation et de soutien en affaires?

Comme on le voit sur l'image ci-dessous, la très forte majorité des partenaires a mentionné qu'ils sont vraiment désireux de suivre une telle formation.



Q5 : Recherchez-vous l'innovation? c'est-à-dire trouver de nouvelles façons de faire les choses, des changements / améliorations de processus pour satisfaire les besoins et les désirs de vos clients (produits et services).

Encore une fois, la majorité des participants ont mentionné qu'il est vraiment important pour eux d'inclure des éléments novateurs dans leur travail créatif. C'est aussi ce qu'ils pensent qui a manqué ces derniers temps dans le secteur de la création, comme mentionné ci-dessus dans une autre question.



Q6 : Consacrez-vous régulièrement du temps à la « numérisation de l’horizon » pour de nouveaux concepts créatifs, en regardant à l’extérieur de votre entreprise – par exemple, des expositions/ salons professionnels / séminaires externes ?

En général, les participants ont déclaré que les professionnels de tout secteur artistique préfèrent avoir une vision plus holistique et plus complète de leur travail, et ils sont intéressés par les développements dans des disciplines artistiques autres que la leur, afin d’élargir leurs connaissances et leurs horizons.

Q7 : Les gens autour de vous sont-ils des penseurs curieux et entrepreneurs ? Vous entourez-vous d’autres entrepreneurs et générez-vous des idées à filtrer, tester et sélectionner pour trouver la solution la plus innovante à un défi d’affaires?

Tous les participants ont mentionné qu’ils ont du mal à trouver des gens pour s’en inspirer. Cependant, ils essaient vraiment de créer des réseaux et d’apprendre à connaître des gens qui les aideront et seront à leurs côtés, tout en essayant de s’inspirer des artistes à travers les médias sociaux. Comme indiqué, la COVID-19 a aggravé la situation des artistes, tout en éliminant les déplacements au minimum, ce qui était l’un des principaux moyens pour les artistes de se réunir avec des collègues du monde entier, d’échanger des idées, de visiter des galeries, des théâtres, etc., et donc de trouver des moyens nouveaux et innovants de créer de l’art et des idées commerciales créatives.

Q8 : Avez-vous une caisse de résonance positivement perturbatrice, confidentielle et franche qui vous aide à sortir des sentiers battus?

Tous les participants ont mentionné que pour sortir des sentiers battus, Internet et les médias sociaux sont tout ce dont ils ont besoin. Les comptes de médias sociaux aident les artistes à s’inspirer de nouvelles idées et de nouveaux projets du monde entier. Ils ont également souligné l’importance de l’innovation, qui a généralement été soulignée à plusieurs reprises et sous différents aspects, car ils estiment qu’il s’agit de l’un des principaux moyens d’éliminer l’ennui avec l’œuvre d’art et d’améliorer l’attraction et la connexion émotionnelle à celle-ci. L’importance des médias sociaux dans la promotion des entreprises et des œuvres créatives sera également soulignée ci-dessous.

Q9: Comment préférez-vous travailler? Êtes-vous un extraverti – générant vos meilleures idées par le biais de discussions de groupe? Ou un introverti dans le temps et l'espace pour créer?

La majorité des participants (6) ont déclaré préférer leur temps et leur espace pour créer et travailler.

Q10 : Comment pourriez-vous explorer plus de potentiel sur le marché numérique ? Et quel soutien serait nécessaire pour que vous puissiez livrer / fournir / en tant qu'artiste numériquement - marketing et promotions?

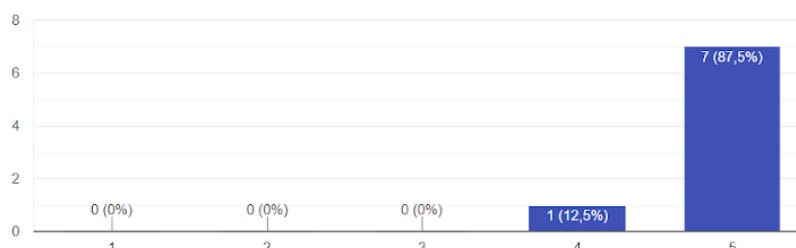
Les participants ont mentionné qu'il serait vraiment bénéfique pour eux de suivre des séminaires et des formations sur l'utilisation des médias sociaux comme moyen de marketing et sur le marketing numérique en particulier. Un participant a également mentionné qu'il aimerait explorer davantage le marché numérique et le marketing des médias sociaux, car il pense que c'est l'un des meilleurs moyens pour les artistes de promouvoir leur œuvre d'art d'une manière plus influente. Ainsi, les sessions de marketing numérique semblent être d'une grande importance pour les participants.

Q11 : Recherchez-vous des talents émergents et des technologies qui pourraient influencer la planification de vos futures entreprises?

Les participants se sont à nouveau concentrés sur l'importance de la technologie, en particulier des moyens numériques de promotion tels que les médias sociaux. L'accent mis sur les médias sociaux a probablement été mis en évidence en raison de la pandémie, car les seuls moyens de promouvoir les œuvres statistiques étaient les comptes de médias sociaux des artistes.

Q12: Comment l'art peut-il devenir artisan – créer pour les masses tout en restant fidèle à vos sensibilités artistiques? Comment pouvez-vous trouver votre public idéal?

Comme mentionné ci-dessus, tous les participants ont souligné qu'il est de la plus haute importance pour leur travail d'avoir un impact social. Ainsi, la qualité est vraiment importante pour eux, comme souligné. Comme l'a mentionné un participant, la promotion de leur travail n'est qu'un moyen de faire leurs propres efforts pour changer la société à leur manière.



Q13 : Est-ce que vous vous mettez en avant? Sortir de sa zone de confort et s'autopromouvoir ? Réseau? Vous considérez-vous comme une marchandise ? Qu'est-ce qui vous arrête?

La plupart des participants ont mentionné qu'ils ne sont pas vraiment satisfaits du niveau de promotion et de réseautage, même s'ils reconnaissent que le réseautage est l'une des compétences les plus importantes pour un artiste pour promouvoir son travail. Les participants ont de nouveau mentionné qu'ils aimeraient être meilleurs sur la gestion des médias sociaux, le marketing et le réseautage, tout en ayant l'impression qu'ils auraient besoin de l'aide d'un professionnel pour construire leur profil. En outre, deux participants ont mentionné qu'ils essayaient de se promouvoir et de réseauter, mais qu'il restait encore du travail à faire pour réussir.

Q14: Est-ce que l'une de ces questions vous a amené à penser différemment / spécifiquement à certains aspects de votre entreprise créative? Quel?

Les participants ont mentionné qu'ils aimeraient en savoir plus sur la façon de créer des opportunités sur les médias sociaux, afin de promouvoir leur travail.

RÉFÉRENCES

Amin, A., (2009). *Extraordinairement ordinaire : Travailler dans l'économie sociale*, Social Enterprise Journal, 5 (1), pp. 30-49.

Apostolopoulos, N., Newbery, R. et Gkartzios, M. (2019). *Social enterprise and community resilience: Examining a Greek response to turbulent times*, Journal of Rural studies, 70, pp. 215-224.

Apostolopoulos, N. et Liargovas P. (2020). *Social Economy in Greece: Convergences and Divergences with the EU*, Université de Neapolis, Pafos, Chypre. Téléchargé à partir du référentiel HEPHAESTUS. DOI: 11728/11514.

Defourny, J. et Kuan, Y.Y. (2011). *Éditorial invité: Existe-t-il des modèles spécifiques d'entreprise sociale dans l'Est de l'Asie?*, Social Enterprise Journal, 7 (1), pp. 5-8.

Commission européenne, 2011, *Social Business Initiative, Creating a favorable climate for social enterprises, key stakeholders in the social economy and innovation*, disponible à l'adresse suivante: http://ec.europa.eu/internal_market/social_business/docs/COM2011_682_en.pdf

Rapport national – EGS, Royaume-Uni

Objectif

Chaque partenaire a été chargé de mener une revue de la littérature pour faciliter la compréhension de la situation actuelle concernant les défis, les obstacles, les opportunités et les besoins du groupe cible dans son pays particulier, en ce qui concerne l'économie sociale et les différents aspects des initiatives d'entreprise sociale. Il devrait évaluer l'état actuel de la recherche et démontrer une connaissance des débats savants autour du sujet.

Ce rapport sur l'état de l'art couvre le Royaume-Uni et présente des recherches sur la société sociale et les différents aspects des initiatives d'entreprise sociale. Cette recherche se concentrera sur la structure d'une entreprise sociale et sur les différentes voies et opportunités qu'offre l'Europe dans ce domaine.

Cette recherche constituera la base du Pinolo Social Business Manual (PSBM) qui vise à fournir une compréhension claire du contexte et de la situation actuelle, afin d'aider les artistes sans emploi à devenir des entrepreneurs sociaux.

À partir de ce rapport, les partenaires du projet espèrent comprendre :

- Les organisations sociales et les différentes structures que l'Europe offre dans ce domaine.
- recherche en ligne d'articles et d'essais pertinents pour l'économie sociale et les initiatives d'entrepreneuriat social.
- Études de cas d'entreprises sociales réussies.
- Décrire les objectifs de base du projet, en fonction des compétences nécessaires que les participants doivent posséder pour prendre des initiatives entrepreneuriales sociales.
- Développer les activités d'apprentissage essentielles, qui guideront les participants à s'aventurer dans l'entreprise sociale

Nos approches de recherche

L'équipe EGS travaille en collaboration pour mener des recherches documentaires pertinentes et mener une enquête complète pour notre groupe de participants locaux sélectionnés pour le GPL.

Introduction

L'économie sociale est formée par une riche diversité d'entreprises et d'organisations, telles que les coopératives, les mutuelles, les associations, les fondations, les entreprises sociales qui partagent toutes des valeurs et des caractéristiques communes telles que:

- Primauté de l'individu et de l'objectif social sur le capital
- Adhésion volontaire et ouverte
- Gouvernance démocratique
- Combinaison des intérêts des membres/utilisateurs et/ou de l'intérêt général
- Défense et application des principes de solidarité et de responsabilité
- Gestion autonome et indépendance vis-à-vis des autorités publiques, bien que la collaboration intersectorielle soit courante^[1]
- Réinvestissement d'au moins la plupart des bénéfices pour réaliser des objectifs de développement durable, des services d'intérêt pour les membres ou d'intérêt général

Une économie sociale se développe en raison d'un besoin de nouvelles solutions à des problèmes (sociaux, économiques ou environnementaux) et de satisfaire des besoins qui ont été ignorés (ou insuffisamment satisfaits) par les secteurs privé ou public. En utilisant des solutions pour atteindre des objectifs sans but lucratif, une économie sociale a un rôle unique à jouer dans la création d'une société forte, durable, prospère et inclusive. Il est important que les entreprises puissent mettre en œuvre de manière indépendante leurs propres initiatives de RSE, car des études ont montré que celles-ci ont généralement beaucoup plus d'impact.

Les organisations d'économie sociale qui réussissent jouent un rôle dans la mise en œuvre des politiques gouvernementales en :

- Contribuer à la création de richesse socialement inclusive
- Permettre aux individus et aux communautés de renouveler les quartiers locaux
- Démontrer de nouvelles façons de fournir des services publics
- Développer une société inclusive et une citoyenneté active
- Embrasser les concurrents, car la concurrence peut indiquer une plus grande productivité globale du marché dans la réalisation des objectifs sociaux
- Définir les limites d'un secteur de l'économie sociale est difficile en raison de l'évolution de la politique et de l'économie; à tout moment, les organisations peuvent être « en partie dans, en partie dehors », se déplaçant entre les sous-secteurs de l'économie sociale

Économie sociale du Royaume-Uni

Il existe plus de 100 000 entreprises sociales au Royaume-Uni, employant deux millions de personnes et contribuant à hauteur de 60 milliards de livres sterling à l'économie.

La direction de la société civile et de la jeunesse (CSY) est responsable de la mise en œuvre du programme de bienfaisance, d'entreprise sociale, de jeunesse et de volontariat du gouvernement britannique. CSY siège au Département du numérique, de la culture, des médias et du sport (DCMS). Il était connu sous le nom de Bureau de la société civile (OCS) jusqu'à un changement de nom au début de 2021. Le changement de nom faisait suite à l'annonce d'une réduction du financement de l'OCS lors de l'examen des dépenses du gouvernement de novembre 2020, lorsqu'il a été annoncé que des « gains d'efficacité » seraient réalisés en « rationalisant les travaux visant à mieux réaliser les priorités du gouvernement pour le secteur ».

L'OCS était connu sous le nom de Bureau du troisième secteur jusqu'en 2010. À cette époque, il faisait partie du Bureau du Cabinet jusqu'à ce qu'il soit transféré au DCMS par le Premier ministre Theresa May en 2016, une décision qui a fait craindre qu'il ne perde une partie de son influence.

Social Enterprise UK (SEUK) est l'organisme national du Royaume-Uni pour l'entreprise sociale et travaille comme un partenaire stratégique du gouvernement. Il dirige les politiques publiques en matière d'entreprise sociale depuis 15 ans et prétend être la principale autorité mondiale dans le secteur.

SEUK travaille avec une gamme d'entreprises sociales et d'entreprises commerciales, allant de fournisseurs de soins de santé et de services publics de plusieurs millions de livres sterling à des organisations communautaires et à des entreprises de vente au détail. Il croit que l'entreprise sociale est l'avenir des affaires et existe pour s'assurer que l'entreprise sociale est sur le radar des décideurs de tous les secteurs.

SEUK a joué un rôle déterminant dans l'entrée en vigueur de la loi sur la valeur sociale en janvier 2013. Elle exige que les organismes publics, y compris les conseils, envisagent de choisir les fournisseurs en fonction de la valeur sociale créée dans une région et non en fonction des seuls coûts.

En influençant les politiciens et les partis politiques qui façonnent l'élaboration des politiques, SEUK vise à éliminer les obstacles aux entreprises sociales et à créer un environnement commercial qui encourage leur croissance et leur succès. Il a toujours fait pression pour que le dossier d'entreprise sociale soit transféré de l'OCS (maintenant CSY) au ministère des Affaires, de l'Énergie et de la Stratégie industrielle.

En plus de faire campagne et de faire du lobbying au nom du secteur des entreprises sociales, SEUK mène également des recherches pour en savoir plus sur l'entreprise sociale au Royaume-Uni. Le rapport sur l'état de l'entreprise sociale est un guide complet sur l'état du secteur des entreprises sociales contenant des données sur le chiffre d'affaires, l'échelle, les personnes employées par les entreprises sociales, l'endroit où elles opèrent, les personnes avec lesquelles elles commercent, les ratios de rémunération et plus encore. Il est publié tous les deux ans et l'enquête 2021 est compilée au moment de la rédaction du présent rapport. Le dernier rapport d'impact publié a été publié en 2019.

Ses principales conclusions étaient les suivantes :

- 42% des entreprises sociales ont moins de 5 ans, soit trois fois la proportion des petites et moyennes entreprises (PME).
- Trois entreprises sociales sur dix ont trois ans ou moins, ce qui confirme l'augmentation du nombre de start-ups identifiée lors de la précédente recherche SEUK.
- 52% des entreprises sociales ont augmenté leur chiffre d'affaires au cours des 12 mois précédents. C'est plus élevé qu'en 2017 et beaucoup plus élevé que les 34 % de PME qui ont connu une augmentation.
- Les entreprises sociales sont des entreprises qui tirent leur revenu du commerce, en concurrence sur le marché – 77% des entreprises sociales tirent plus de 75% de leurs revenus du commerce, en hausse par rapport à l'enquête de 2017.
- La proportion d'entreprises sociales introduisant un nouveau produit ou service était de 56 % en 2019, ce qui est encore plus élevé que les années précédentes et dépasse de loin les PME, à 36 %.
- 48% des entreprises sociales ont réalisé un bénéfice au cours de l'année précédente, avec 27% atteignant le seuil de rentabilité et un pourcentage plus faible perdant de l'argent que dans les recherches précédentes. Plus une entreprise sociale existe depuis longtemps, plus elle a de chances de réaliser un profit.

Le rapport d'impact s'est également concentré sur la valeur créée par les entreprises sociales et a utilisé des données pour montrer qu'elles profitent non seulement aux communautés, mais répondent également à bon nombre des principaux défis de la société, tels que les impacts environnementaux et la lutte contre les inégalités entre les sexes et les races grâce au leadership des femmes et des dirigeants des minorités noires et ethniques (BAME). L'enquête a révélé :

- 40 % des entreprises sociales sont dirigées par des femmes, soit plus de deux fois plus que les PME (17 %).
- Deux sur cinq (42%) ont une main-d'œuvre majoritairement féminine et pour 13%, ils représentent l'ensemble de la main-d'œuvre.

- 34 % des entreprises sociales dirigées par des femmes ont moins de trois ans, contre 28 % d'hommes.
- 13% des entreprises sociales sont dirigées par BAME et 35% ont des administrateurs BAME.
- 42 % des entreprises sociales dirigées par BAME ont moins de trois ans.
- 73% des répondants ont déclaré que leur organisation travaillait avec des personnes désavantagées, également en hausse par rapport aux années précédentes, tandis que 42% ont déclaré que leur organisation cherchait à les employer.
- 76 % des répondants ont déclaré qu'ils étaient un employeur à salaire décent.
- 65% des entreprises sociales s'attendaient à ce que l'accent mis sur des processus durables et respectueux de l'environnement au sein de leur organisation augmente au cours des deux à trois prochaines années. C'est nettement plus élevé que les PME plus largement (49%).
- Seulement un cinquième (22 %) des entreprises sociales considèrent que le coût est plus important que l'impact environnemental lorsqu'il s'agit de se procurer des produits, contre 76 % des PME.

Le confinement national au Royaume-Uni en mars 2019 en raison de la pandémie de Covid-19 a causé des problèmes à de nombreuses entreprises sociales et la moitié d'entre elles devraient manquer de liquidités d'ici la fin du mois de juin, mettant en péril un million d'emplois. À la suite du lobbying d'organismes tels que SEUK et l'École des entrepreneurs sociaux, le gouvernement a annoncé le déblocage de 85 millions de livres sterling, dont 45 millions de livres sterling de prêts d'urgence pour les entreprises sociales et les organisations caritatives, 30 millions de livres sterling de soutien supplémentaire pour les entreprises sociales et 10 millions de livres sterling disponibles pour un soutien d'urgence par l'intermédiaire de prêteurs sociaux. Le régime des subventions d'urgence a pris fin en septembre 2020.

Le National Lottery Community Fund propose toujours une gamme de programmes de financement Covid-19 pour des projets axés sur l'impact à travers le Royaume-Uni. La School for Social Entrepreneurs offre des programmes d'apprentissage et de soutien gratuits (certains incluant des subventions) à travers le Royaume-Uni, ainsi que dans des régions spécifiques. Il soutient les entrepreneurs sociaux et les projets communautaires à toutes les étapes.

L'organisation caritative UnLtd trouve, finance et soutient également des entrepreneurs sociaux et distribue des prix de démarrage et de développement de base financés par les revenus générés par une dotation de la Commission du millénaire.

Différents aspects des initiatives d'entrepreneuriat social

SEUK définit les entreprises sociales comme des entreprises qui :

- avoir une mission sociale ou environnementale claire qui est énoncée dans les documents constitutifs.
- sont indépendants et gagnent plus de la moitié de leurs revenus grâce au trading (ou travaillent dans ce sens).
- sont contrôlés ou détenus dans l'intérêt de la mission sociale de l'entreprise.
- réinvestir ou donner au moins 50% des bénéfices ou des excédents à l'objectif social de l'entreprise.
- sont transparents sur la façon dont ils fonctionnent et l'impact qu'ils ont.

Les entreprises sociales visent à faire des profits comme les entreprises traditionnelles, mais ce qui les distingue, c'est la façon dont elles réinvestissent ou donnent des bénéfices pour créer un changement social positif.

Les entreprises sociales existent sous de nombreuses formes différentes. On les trouve dans presque tous les secteurs, des biens de consommation aux soins de santé, de l'énergie communautaire aux agences créatives, des restaurants à la gestion des installations. Des exemples bien connus incluent The Big Issue, Divine Chocolate et l'Eden Project, mais ce ne sont là que quelques-uns des noms les plus connus parmi plus de 100 000 entreprises sociales au Royaume-Uni.

Reform Radio, basée à Manchester, est un exemple d'entreprise sociale plus petite et prospère. La station de radio et organisation artistique primée 24 heures sur 24, 7 jours sur 7, propose des cours, des ateliers et un soutien aux jeunes, leur donnant les compétences, la confiance, les connexions et la formation nécessaires pour obtenir un emploi dans l'industrie audio.

La station donne aux jeunes la possibilité de créer des émissions de radio créatives, y compris des podcasts, des drames, de la musique, des talk-shows et des appels téléphoniques. En conséquence, plus de 80 % des jeunes participant au programme poursuivent leurs études ou suivent une formation continue.

Comme beaucoup d'entreprises sociales florissantes, Reform Radio s'est développée, par exemple, elle a lancé une nouvelle initiative appelée « Podcasting with Purpose », louant les compétences de son personnel pour produire des podcasts pour les autres. Cela ajoute une autre source de revenus et aide les jeunes à se lancer dans l'industrie dynamique du podcast. La station élargit également les possibilités et la formation dans d'autres secteurs de l'audio et de la radio, comme le marketing et la promotion.

Gérer avec succès une entreprise en expansion tout en maintenant son objectif social initial est un problème auquel sont confrontés de nombreux entrepreneurs sociaux. Au fur et à mesure

qu'une organisation se développe, la bureaucratie augmente et il y a un besoin de plus de gestionnaires, de processus et de systèmes compliqués. C'était certainement un problème pour l'entreprise sociale Chiltern Music Therapy, qui est passée d'une organisation locale exploitant le pouvoir de la musique à une organisation qui soutient plus de 2 500 enfants et adultes chaque année à travers l'Angleterre.

L'organisation était consciente qu'elle devait soutenir et prendre soin de ses 50 thérapeutes, musiciens, créatifs et professionnels et a conçu un nouveau système basé sur des « cercles » pour s'éloigner du concept d'« équipes ». L'entreprise a lentement développé son nouveau modèle d'autogestion en adoptant une approche flexible d'écoute et de réponse aux besoins de l'entreprise.

La nouvelle structure a permis à Chiltern Music Therapy de responsabiliser son équipe, en leur offrant confiance et responsabilité pour s'assurer que les histoires humaines et les voix des clients occupent une place centrale dans son développement continu.

Structure de l'entreprise sociale au Royaume-Uni

Au Royaume-Uni, il existe plusieurs options différentes pour structurer une entreprise sociale et le choix de la structure est important car il peut avoir un impact significatif sur la gouvernance et la flexibilité future de l'entreprise. Une structure inappropriée peut avoir un impact négatif sur des questions telles que la gestion des risques, la fiscalité et l'accès au financement. Il est donc important de choisir la bonne structure dès le départ. Les structures des entreprises sociales peuvent être largement classées en trois catégories:

- Associations non constituées en société
- Responsabilité limitée
- Organismes de bienfaisance

Les associations non constituées en société n'ont pas de structure juridique formelle. Ils sont généralement régis par une constitution qui énonce les règles et sont gérés par un comité élu parmi les membres. Il est possible qu'une association non constituée en société soit constituée d'un particulier exerçant une activité individuelle ou une société de personnes. Les avantages des associations non constituées en société sont qu'elles sont plus faciles à administrer et soumises à une réglementation plus légère, ce qui peut être utile pour les petites entreprises. Un inconvénient est que la direction est soumise à une responsabilité personnelle illimitée lorsque les choses tournent mal. Il est également possible pour une association non constituée en société de s'inscrire en tant qu'organisme de bienfaisance (voir ci-dessous).

Il existe plusieurs options pour les entreprises sociales qui cherchent à opter pour une structure à **responsabilité limitée**. En plus de la responsabilité limitée pour les personnes impliquées, ils ont plusieurs avantages par rapport aux associations non constituées en société, y compris la possibilité d'énoncer les objectifs de l'entreprise sociale dans une constitution contraignante. Il y a cependant un niveau accru de réglementation.

Une option consiste à constituer une société anonyme dans laquelle les actionnaires sont émis avec des actions pour représenter leur « part » de la société et la responsabilité est limitée au montant de l'investissement de chaque actionnaire. Les actions peuvent être émis aux actionnaires de la société (y compris les investisseurs), ce qui permet à la société d'accéder à des prises de participation. Les sociétés à responsabilité limitée sont gérées par des administrateurs, responsables devant les actionnaires. Les administrateurs exploiteront la société au jour le jour, les actionnaires détenant certains droits et pouvoirs énoncés dans les documents constitutionnels de la société, connus sous le nom de statuts. Celles-ci définissent la manière dont l'entreprise fonctionnera, par exemple, la manière dont elle organisera des réunions, distribuera les bénéfices et nommera ou révoquera les administrateurs.

Une autre option consiste à former une société **à responsabilité limitée par garantie**. La différence est qu'au lieu d'actionnaires, il y a des « membres » qui donnent une garantie nominale à la société à laquelle leur responsabilité est limitée (généralement 1 £). Comme elles n'émettent pas d'actions, les sociétés à responsabilité limitée par garantie ne distribuent pas de bénéfices et peuvent donc également devenir des organismes de bienfaisance enregistrés. Cela peut les rendre utiles à quelqu'un qui veut gérer une organisation à but non lucratif.

Il est également possible de constituer une **société d'intérêt commun** (CIC), qui peut être constituée en société anonyme ou par garantie. Il offre des protections supplémentaires pour la mission sociale particulière de l'entreprise, y compris le fait qu'elle doit remplir un « objectif communautaire » et avoir un verrou d'actifs pour empêcher la distribution d'actifs ou de bénéfices aux membres ou aux actionnaires. Les CCI sont une structure populaire pour les entreprises sociales, permettant aux administrateurs d'être payés et de garder le contrôle de l'entreprise tout en veillant à ce que les actifs et les bénéfices soient appliqués au bénéfice de la communauté desservie. La réglementation est similaire à celle d'une société anonyme et un rapport d'intérêt communautaire doit être publié chaque année. Il y a aussi des exigences supplémentaires sur l'incorporation, y compris que le futur CIC doit indiquer sa mission sociale à Companies House.

D'autres options à responsabilité limitée comprennent la création d'une **coopérative** (coopérative) ou d'une **société d'avantages communautaires** (SCS). Les sociétés d'avantages communautaires existent depuis de nombreuses années et étaient auparavant connues sous le nom **de sociétés industrielles et de prévoyance** avant que les changements de 2010 n'exigent qu'elles soient enregistrées en tant que coopératives ou CBS. Les coopératives et les CBS sont réglementées et enregistrées auprès de la Financial Conduct Authority (FCA) et donnent à un large éventail de membres une participation égale et une voix égale dans la gestion. Une coopérative profite à ses membres, tandis qu'une SCS profite à la collectivité. Les SEC peuvent émettre un capital social allant jusqu'à 100 000 £ à n'importe quel membre et peuvent autoriser des actions rachetables (retirables), ce qui peut être un moyen utile d'accéder à un financement peu coûteux de la part des membres sans toutes les exigences réglementaires de l'émission d'actions au public. De bons exemples d'entreprises sociales utilisant une structure

coopérative ou CBS comprennent les organisations qui possèdent leur pub local en tant qu'actif communautaire.

Une autre option consiste à former **une société de capitaux à responsabilité limitée (LLP)**. Ceux-ci sont utiles dans certaines circonstances, en particulier lorsque deux entités ou plus cherchent à travailler ensemble. L'accord LLP entre les parties peut être utilisé pour définir et protéger les objectifs sociaux des parties, tandis que les parties d'origine conservent leur identité.

Il existe de nombreux types de **structures caritatives**, qui sont toutes réglementées par la Charity Commission. Un organisme de bienfaisance fait face à un niveau de transparence et de gouvernance plus élevé qu'une société à responsabilité limitée, mais bénéficie également d'un régime fiscal plus favorable. Il est nécessaire que tous les bénéfices soient réinvestis dans l'organisme de bienfaisance. Si un organisme de bienfaisance est également une société à responsabilité limitée, il doit être enregistré auprès de Companies House. Les organismes de bienfaisance sont gérés par des fiduciaires, qui ont des obligations fiduciaires envers l'organisme de bienfaisance et sont tenus de respecter des normes de conduite plus élevées que les administrateurs de sociétés à responsabilité limitée. On s'attend également à ce qu'ils agissent de bonne foi, dans l'intérêt public et dans la promotion des fins de bienfaisance de l'organisme de bienfaisance.

Il est important de se rappeler qu'un organisme de bienfaisance ne peut pas être « à but lucratif » et ne pourra avoir accès à aucun financement par actions. Les organismes de bienfaisance ne peuvent également commercer que dans la réalisation de leur objectif principal, ce qui peut aller à l'encontre des objectifs de certaines entreprises sociales, qui peuvent souhaiter croître, se développer et se diversifier.

Les organisations caritatives incorporées (DSI) sont une structure juridique similaire à une société à responsabilité limitée, mais réglementée par la Charity Commission. Les DSI ont une responsabilité limitée et sont des entités juridiques distinctes, mais sont soumis aux mêmes restrictions que celles qui s'appliquent aux organismes de bienfaisance.

Le choix de la structure d'une entreprise sociale peut avoir des effets durables sur l'entreprise. Alors que les fondateurs se concentreront à juste titre sur la manière dont l'entreprise peut se développer et atteindre au mieux son objectif social, prendre le temps d'examiner la structure la plus appropriée et de prendre des conseils juridiques tôt peut aider l'entreprise à mieux réussir à long terme.

Commentaires de l'enquête sur le GPL

En raison des contraintes imposées par notre confinement et de la situation géographique étendue de nos artistes GPL, EGS a adopté l'approche d'un événement virtuel. L'événement a duré 1 heure et 45 minutes. L'ordre du jour était le suivant :

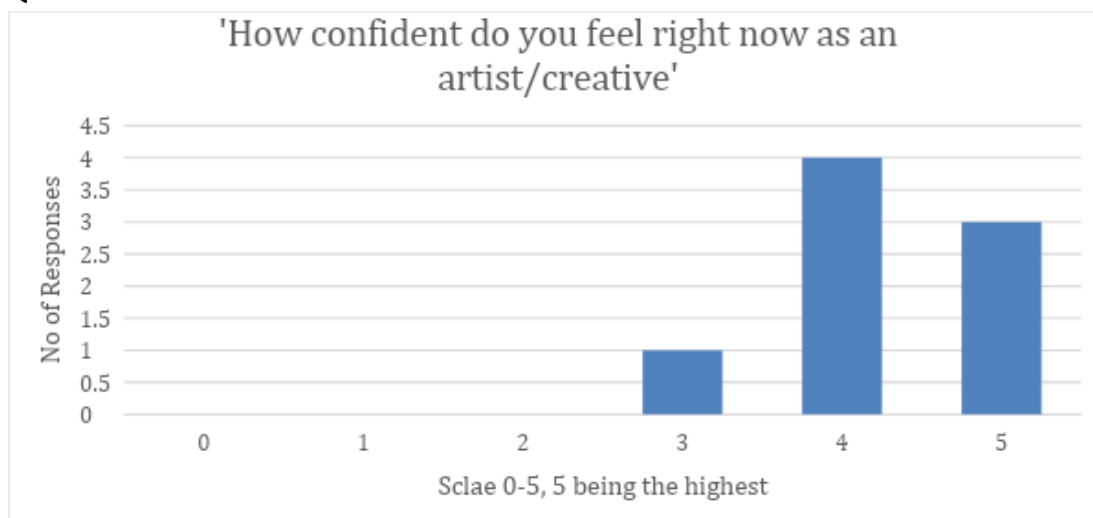
Ordre du jour:

- 1) Présentations (10 min)
- 2) Activité Art & Bien-être (15 min) dirigée par Rebecca Loweth, Associate Teaching Fellow et UCL Wellbeing Champion à l'University College London
- 3) Mise en contexte et présentation des projets et compréhension du rôle du GPL (5 min)
- 4) Sondage et discussion des résultats (10 min)
- 5) Expliquer le but des questions principales (5 min)
- 6) Discussion en salle d'atelier (30 min)
- 7) Discussion de groupe entier et capture de commentaires (25 min)
- 8) Tour d'horizon (5 min)

Tous les participants se sont présentés et ont présenté leur espace artistique, après quoi l'une des participantes qui travaille à l'UCL nous a tous emmenés à travers un exercice de dessin qu'elle a développé pour être utilisé comme approche de bien-être. Cette approche est utilisée par le personnel de l'UCL. During l'exercice que nous devons sélectionner un objet, on nous a donné 2 minutes pour étudier l'objet. Après cela, on nous a demandé de fermer les yeux et de dessiner l'objet de mémoire. Nous avons ensuite regardé nos dessins et les avons partagés les uns avec les autres à l'écran. On nous a demandé de dessiner à nouveau l'objet mais cette fois de ne regarder que l'objet et non notre papier, de suivre les lignes de l'objet avec nos yeux et de laisser nos mains dessiner! Encore une fois, nous avons montré nos dessins, et nous avons comparé les deux. Tous ont dit qu'ils se sentaient détendus et qu'ils n'avaient jamais participé à quelque chose comme ça auparavant.

Nous avons ensuite demandé aux individus de remplir la première série de questions via un sondage zoom, les résultats ont été capturés ci-dessous. Nous avons pensé que les questions restantes seraient mieux répondues dans les groupes de discussion, alors nous avons donné à notre GPL l'ensemble complet des questions, les avons divisées en 2 salles de discussion pendant 30 minutes pour passer en revue et réfléchir aux questions posées. Chaque groupe a préparé quelques notes. Nous avons sélectionné des artistes créatifs parmi nos réseaux. Notre GPL est un mélange d'artistes employés et sans emploi, dont certains dirigent leur propre entreprise. Nous en avons un total de 8. Ce qui suit capture leurs commentaires.

Question 1 :



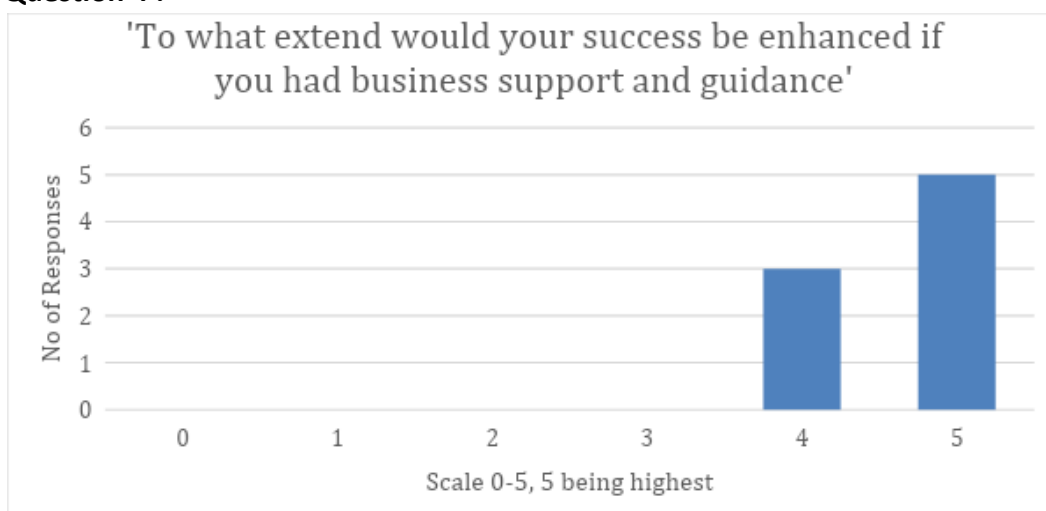
Question 2 :



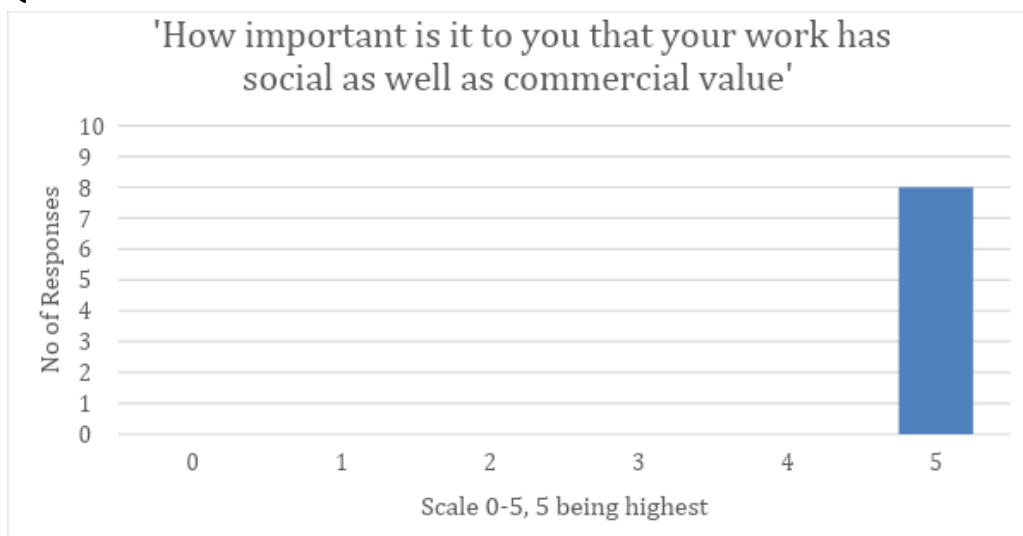
Question 3 :



Question 4 :



Question n° 5 :



Ce sont des questions qui ont suscité la discussion et la réflexion.

Dans votre travail créatif - Êtes-vous prêt à faire des erreurs?

Résumé des réponses :

Les créatifs étaient tout à fait d'accord pour dire qu'ils étaient prêts à faire des erreurs dans leur travail, c'est-à-dire que dans leur métier, ils étaient habitués à expérimenter ou à sentir que le résultat final n'était pas correct d'une manière ou d'une autre, et qu'ils étaient préparés et censés recommencer. Quand on pensait à leur art, c'était la norme parmi tous ceux à qui nous avons parlé. Cependant, lorsqu'ils ont été encouragés à parler d'erreurs dans les affaires, les réponses ont été mélangées avec un certain sentiment qu'ils étaient prêts à prendre des risques, mais tous ont dit qu'ils s'inquiétaient parfois de faire des erreurs car les erreurs étaient considérées comme coûteuses et ce groupe estimait que leur revenu était assez inégal dans le meilleur des cas et que, par conséquent, les erreurs qui entraînent une perte de revenu peuvent être extrêmement préjudiciables. Une personne a parlé d'erreurs qui pourraient nuire à la réputation et que le rétablissement après un préjudice à la réputation était beaucoup plus important. Lorsqu'on lui a demandé de fournir des détails détaillés, cette personne a fait des remarques sur des questions telles que les commentaires sur les médias sociaux et les critiques.

Les résultats présentés dans le tableau intitulé question 1 ci-dessus ont montré des scores à 3 pour la confiance. Nous avons profité de l'occasion pour parler des erreurs et de la confiance et nous avons demandé si elles étaient interdépendantes. Dans l'ensemble, le groupe a estimé que oui, une faible confiance est un facteur contributif et que lorsqu'ils se sentaient

peu confiants, ils étaient moins disposés à prendre des risques et moins disposés (également moins capables) à faire face aux conséquences des erreurs.

Q Selon vous, quels sont les principaux obstacles à la réussite de votre entreprise?

Résumé des réponses :

Après quelques discussions, nous avons demandé à nos membres GPL de sélectionner chacun 3 barrières clés. Ceux-ci ont ensuite été rassemblés en 5:

- 1) Accès au financement et aux conseils financiers
- 2) Obtenir de l'aide, comme employer des gens. Les obstacles ici concernaient les coûts de l'emploi et la responsabilité d'employer des personnes, mais en reconnaissant qu'une personne ne peut pas tout faire seule.
- 3) Pas expérimenté dans la réalisation de pitches / propositions de travail / recherche de travail et de clients
- 4) Orientation, planification et stratégie
- 5) Confiance – ils estimaient que cela s'améliorerait si les barrières existantes étaient soutenues d'une manière ou d'une autre. Certains ont parlé des mentors et de la façon dont le soutien au mentorat et une personne « à contacter » seraient utiles

Q. Avez-vous une connaissance de ce qu'est une entreprise sociale et de ce que cela pourrait signifier pour votre entreprise créative?

Résumé des réponses :

Personne n'était sûr de ce qu'était une entreprise sociale jusqu'à ce que nous l'expliquions, puis qu'ils reconnaissent le concept et connaissent des projets qui étaient des entreprises sociales. Ils n'avaient pas envisagé comment les entreprises sociales pouvaient soutenir leurs activités créatives. Ayant compris le concept, tous les créatifs étaient désireux de s'impliquer dans l'entreprise sociale.

Q. Êtes-vous ouvert à assister à des sessions de formation / soutien à l'entreprise?

Résumé des réponses :

Oui, tous sont ouverts à la formation, mais il y a eu des discussions très variées sur les contraintes de temps et les engagements qui pourraient causer un défi. Tous privilégiaient les cours courts et de la taille d'une bouchée. Une seule personne a déclaré préférer le web pur, d'autres préfèrent le virtuel ou le f2f car ils étaient intéressés par l'aspect social et les opportunités de réseautage et de discussion offertes par les sessions de groupe.

Q Recherchez-vous l'innovation? c.-à-d. trouver de nouvelles façons de faire les choses, des changements / améliorations de processus pour satisfaire vos besoins et vos désirs personnalisés (produits et services)

Résumé des réponses :

Oui, tous ont senti qu'ils cherchaient activement à trouver de nouvelles façons de faire les choses à la fois par rapport à leur art et à leur entreprise – des deux, plus dans leur art, mais comme ils voyaient leur art comme leur entreprise, les deux choses étaient difficiles à séparer pour eux. Peu de gens avaient pensé aux besoins des clients et aux nouveaux produits et services car leur art est ce qu'ils vendent – par exemple: un client a besoin d'un chanteur, alors ils réservent un chanteur. Si le client a besoin d'un peintre, alors c'est ce qu'il réserve. Ils avaient l'impression que leurs clients venaient à eux « pour ce que nous faisons ».

Q Consacrez-vous régulièrement du temps à la « numérisation de l'horizon » pour de nouveaux concepts créatifs, en regardant à l'extérieur de votre entreprise – p. ex., des expositions/ salons professionnels ou des séminaires d'intrants externes?

Résumé des réponses :

Oui, ils étaient tous toujours à la recherche de quelque chose de nouveau et de différent. Tout le monde a dit qu'ils assistent à des séminaires et à d'autres événements similaires pour réseauter, pour voir qui sont les nouveaux talents émergents dans leur art et pour voir comment les gens réagissent aux nouveaux arts, ainsi que pour exposer et parler de leur propre travail.

Q Les gens autour de vous sont-ils des penseurs entrepreneuriaux curieux? Vous entourez-vous d'autres entrepreneurs et générez-vous des idées à filtrer, tester et sélectionner pour trouver la solution la plus innovante à un défi d'affaires?

Résumé des réponses

Au début, nos créatifs parlaient de s'entourer d'autres créatifs qui sont des penseurs curieux, mais qui n'avaient pas auparavant considéré ces personnes comme des entrepreneurs. Cependant, à travers notre discussion, nous avons « déballé » le terme / concept « penseur entrepreneurial » et parlé de la façon dont la pensée entrepreneuriale est quelque chose qui peut être appliqué plus largement. Ils travaillent avec ou recherchent d'autres artistes dans un domaine similaire ou dans des domaines différents pour améliorer la créativité et l'innovation, mais ne l'avaient pas fait pour relever un défi commercial.

Q Avez-vous une caisse de résonance positivement perturbatrice, confidentielle et franche qui vous aide à sortir des sentiers battus?

Résumé des réponses

Tous nos FOURNISSEURS de GPL ont dit qu'ils avaient des réseaux professionnels qui étaient des caisses de résonance de soutien et de bonnes caisses de résonance, mais ces relations sont informelles, et ils n'avaient pas pensé à les formaliser, par exemple en adoptant des approches d'apprentissage par l'action ou de coaching avec leurs réseaux professionnels pour les aider à sortir des sentiers battus.

Q Comment préférez-vous travailler? Êtes-vous un extraverti – générant vos meilleures idées par le biais de discussions de groupe? Ou un introverti – ayant besoin de temps et d’espace seuls pour créer?

Résumé des réponses

Les réponses ici ont été vraiment mitigées. Quelques-uns (3) ont préféré collaborer sur des idées de négociation, puis s’en aller et développer ces idées avant de revenir collaborer. Les autres (8) préfèrent leur propre temps et espace pour créer.

Q Comment pourriez-vous explorer plus de potentiel sur le marché numérique? Et quel soutien serait nécessaire pour que vous puissiez livrer / fournir / en tant qu’artiste numériquement - marketing et promotions?

Résumé des réponses

Nos créatifs sont conscients des plateformes numériques, préférant utiliser les médias sociaux. Ceux qui ont leur propre entreprise ont des sites Web, mais personne ne livre ou ne fournit quoi que ce soit numériquement. Tous utilisent des approches numériques pour présenter leur travail et certains font du marketing de la promotion via les médias sociaux, mais leurs expériences varient d’une personne disant qu’ils « bricolent avec les médias sociaux » à l’autre extrémité, une personne qui a une campagne de médias sociaux et d’autres entre les deux avec leurs compétences et leur expérience.

Q Découvrez-vous les talents émergents et les technologies qui pourraient influencer votre planification d’entreprise future?

Résumé des réponses

Un seul personnage a dit qu’ils l’ont fait, et cette personne est un cinéaste et un photographe. D’autres ont dit qu’ils ne l’ont pas fait et certainement pas en ce qui concerne la planification à venir.

Q Comment l'art peut-il devenir artisan – créer pour les masses tout en restant fidèle à vos sensibilités artistiques? Comment pouvez-vous trouver votre public idéal?

Résumé des réponses

Trouver, élargir et augmenter leur public idéal est quelque chose qu'ils apprécieraient grandement le soutien. Ils ont fait référence à des questions précédentes sur l'expansion de leur entreprise, le réseautage, la vente et la promotion. Il y avait un sentiment de haut niveau de concurrence dans leurs domaines et donc chaque personne a parlé de trouver quelque chose qui lui est unique, son USP.

Q Vous mettez-vous en avant? Sortir de sa zone de confort et s'autopromouvoir ? Réseau? Vous considérez-vous comme une marchandise ? Qu'est-ce qui vous arrête?

Résumé des réponses

3 personnes ont déclaré qu'elles avaient l'impression de sortir de leur zone de confort et qu'elles faisaient de la promotion par le biais des médias sociaux et des réseaux d'affaires, mais les autres ont déclaré qu'elles ne le faisaient pas. Parmi ceux qui ne l'ont pas fait, ils ont dit que le temps était un obstacle, ne sachant pas vers quels réseaux d'appartenance, manque de confiance et d'expérience dans le réseautage. Tous ont dit qu'ils considéraient leur produit artistique comme une marchandise, mais pas eux-mêmes comme une marchandise.

Q. L'une de ces questions vous a-t-elle fait penser différemment / spécifiquement à certains aspects de votre bus créatif? Lequel?

Résumé des réponses

Tous ont dit que chacune des questions ci-dessus leur a ouvert l'esprit à de nouvelles idées et les a fait réfléchir d'une manière ou d'une autre. Lorsqu'on leur a demandé d'en sélectionner un, ils ont choisi :

- Connaissance de ce qu'est une entreprise sociale
- Comment pourriez-vous explorer plus de potentiel sur le marché numérique?
- Cherchez-vous l'innovation?
- Les gens autour de vous sont-ils des penseurs entrepreneuriaux curieux?
- Est-ce que vous vous mettez en avant?

Conclusion

Le Royaume-Uni a un secteur des entreprises sociales dynamique et en croissance qui contribue à plus de 2 milliards de livres sterling à l'économie chaque année. Toutes les entreprises sociales ont une mission sociale et visent à faire une différence pour leurs communautés, mais leur taille varie énormément dans tous les secteurs d'activité, des biens de consommation et des soins de santé aux restaurants et à la gestion des installations.

Pendant les confinements causés par la pandémie mondiale de Covid-19, le gouvernement a aidé les entreprises sociales à survivre en offrant des fonds d'urgence et il y a une confiance générale dans le fait que le secteur continuera de croître et de prospérer à mesure que la société reviendra lentement à la normale.

Le gouvernement est conscient de l'importance de l'entreprise sociale et la Direction de la société civile et de la jeunesse du Département du numérique, des médias, de la culture et des sports est l'organisme responsable de l'exécution de son programme. Cependant, il est vrai de dire que de nombreuses organisations non gouvernementales sont la clé du succès des entreprises sociales au Royaume-Uni.

Social Enterprise UK (SEUK) est une autorité mondiale de premier plan dans le secteur et travaille en tant que partenaire stratégique du gouvernement. Il croit que l'investissement social esrl'avenir des entreprises et cherche à influencer les décideurs en promouvant le secteur et en faisant du lobbying en son nom.

Les entrepreneurs sociaux potentiels au Royaume-Uni peuvent également recevoir l'aide d'organisations telles que la School for Social Entrepreneurs. (ESS). La mission de s'ESS est de mobiliser l'expérience de personnes de tous horizons et de les aider à utiliser des approches entrepreneuriales pour créer un changement social et environnemental durable. Il organise des cours qui permettent aux gens de démarrer, d'étendre et de renforcer les organisations qui font une différence positive et offre également un soutien sous forme de financement et de mentorat.

UnLtd trouve, finance et soutient les entrepreneurs sociaux par le biais de prix qui aident les entreprises à démarrer et à se développer. L'organisation a identifié les obstacles rencontrés par les entrepreneurs sociaux et cherche à les surmonter par la recherche, le travail politique et les campagnes.

Il existe plusieurs façons différentes de structurer une entreprise sociale au Royaume-Uni avec des avantages et des inconvénients potentiels à chaque structure disponible. Les entrepreneurs sociaux en herbe sont facilement en mesure d'accéder à des conseils sur la structure la plus appropriée et de trouver le soutien et l'aide financière dont ils ont besoin pour lancer une nouvelle entreprise prospère.

Dans l'ensemble, il existe peu d'obstacles à l'entrepreneuriat social au Royaume-Uni et les personnes enthousiastes, créatives et engagées peuvent accéder au soutien dont elles ont besoin pour entrer dans ce secteur en pleine croissance.

Références

<https://www.gov.uk/government/organisations/office-for-civil-society>

<https://www.gov.uk/set-up-a-social-enterprise>

<https://www.socialenterprise.org.uk/>

<https://www.the-sse.org/>

<https://www.unltd.org.uk/>

<https://www.reformradio.co.uk/>

<https://www.chilternmusictherapy.co.uk/>

Rapport national – CSI, Chypre

Objectif

Chaque partenaire a été chargé de mener une revue de la littérature pour faciliter la compréhension de la situation actuelle concernant les défis, les obstacles, les opportunités et les besoins du groupe cible dans son pays particulier, en ce qui concerne l'économie sociale et les différents aspects des initiatives d'entreprise sociale. Il devrait évaluer l'état actuel de la recherche et démontrer une connaissance des débats savants autour du sujet.

Ce rapport national couvre Chypre et présente des recherches sur l'économie sociale et les différents aspects des initiatives d'entreprise sociale. Cette recherche se concentrera sur la structure d'une entreprise sociale et sur les différentes voies et opportunités qu'offre l'Europe dans ce domaine.

Cette recherche constituera la base du rapport PINOLO Social Business Manual (PSBM) qui vise à fournir une compréhension claire du contexte et de la situation actuelle, afin d'aider les artistes au chômage à devenir des entrepreneurs sociaux.

À partir de ce rapport, les partenaires du projet espèrent comprendre :

- Les organisations d'entreprises sociales et les différentes structures qu'offre l'Europe dans ce domaine.
- recherche en ligne d'articles et d'essais pertinents pour l'économie sociale et les initiatives d'entrepreneuriat social.
- Études de cas d'entreprises sociales réussies.
- Décrire les aspects d'apprentissage du projet, en fonction des compétences nécessaires que les participants doivent posséder pour prendre des initiatives entrepreneuriales sociales.
- Développer les activités d'apprentissage essentielles, qui guideront les participants à s'aventurer dans le social business

Nos approches de recherche

L'équipe de CSI a travaillé en collaboration pour mener des recherches documentaires pertinentes et mener une enquête complète pour notre groupe participatif local sur le GPL sélectionné.

Introduction

Le terme « entreprise sociale », un concept relativement nouveau pour Chypre, est apparu pour la première fois au début des années 2010 et n'a pas eu de statut juridique avant 2020. L'objectif principal d'une entreprise conventionnelle est le profit. Une entreprise sociale peut ou non avoir des bénéfices, mais son objectif principal est de créer un impact social positif.

L'avantage des entreprises sociales est qu'elles peuvent offrir à la société des services que le gouvernement ne peut pas offrir et engager des personnes issues de groupes défavorisés ou marginalisés. Cette pratique a un double impact: elle contribue non seulement à l'amélioration de la société, mais contribue ainsi à lutter contre le chômage.

Économie sociale et entreprise à Chypre

Le secteur est encore sous-développé (Commission européenne, 2019). Les entreprises sociales à Chypre se composent d'entreprises privées à but non lucratif, d'associations, de coopérations, de fondations et de groupes de bénévoles (*ibid.*).

Le secteur de l'économie sociale est plutôt nouveau et peu développé à Chypre et, jusqu'à récemment, il n'existait aucun cadre juridique ou politique pour les entreprises sociales. Le rapport par pays 2019 sur les entreprises sociales et leurs écosystèmes à Chypre (*ibid.*) indique qu'en l'absence d'un cadre juridique, les entreprises sociales à Chypre opéraient en tant que fondations caritatives ou sociétés à responsabilité limitée sans être reconnues par le gouvernement (*ibid.*).

La loi sur les entreprises sociales a été établie en décembre 2020 par la Chambre des représentants². Selon cette loi, une entreprise sociale est une entité distincte et peut être soit une entreprise sociale d'utilité générale (investissant au moins 70% de ses bénéfices dans la cause qu'elle réalise), soit une entreprise d'intégration sociale (lorsque la cause est servie par l'emploi de personnes issues de groupes défavorisés ou vulnérables – au moins 40% de son personnel) (DGPCD, s.d.). La Direction générale des programmes européens, de la coordination et du développement (DG EPSA) est l'autorité responsable du registre des entreprises sociales à Chypre³.

² [http://www.dgepcd.gov.cy/dgepcd/dgepcd.nsf/All/DF9FFC9C5ADDE521C2258464001F2F39/\\$file/%CE%9D%CE%9F%9C%CE%9F%CE%A3%CE%A7%CE%95%CE%94%CE%99%CE%9F_%CE%9A%CE%9F%CE%99%CE%9D%CE%A9%CE%9D%CE%99%CE%9A%CE%A9%CE%9D%20%CE%95%CE%A0%CE%99%CE%A7%CE%95%CE%99%CE%A1%CE%97%CE%A3%CE%95%CE%A9%CE%9D%20%CE%9D%CE%9F%CE%9C%CE%9F%CE%A3%202019_%CE%92%CF%84%CE%91_wtrm.pdf](http://www.dgepcd.gov.cy/dgepcd/dgepcd.nsf/All/DF9FFC9C5ADDE521C2258464001F2F39/$file/%CE%9D%CE%9F%9C%CE%9F%CE%A3%CE%A7%CE%95%CE%94%CE%99%CE%9F_%CE%9A%CE%9F%CE%99%CE%9D%CE%A9%CE%9D%CE%99%CE%9A%CE%A9%CE%9D%20%CE%95%CE%A0%CE%99%CE%A7%CE%95%CE%99%CE%A1%CE%97%CE%A3%CE%95%CE%A9%CE%9D%20%CE%9D%CE%9F%CE%9C%CE%9F%CE%A3%202019_%CE%92%CF%84%CE%91_wtrm.pdf)

³ Voir les conditions supplémentaires ici:
https://www.karitzis.com/en/news/social-enterprises/ppp-101/163/?utm_source=Mondaq&utm_medium=syndication&utm_campaign=LinkedIn-intégration

Selon le dernier rapport de la Banque de Chypre (2010), l'économie chypriote comprend trois grands secteurs: le tourisme et les services, l'industrie et la construction, l'agriculture et les ressources naturelles. Le secteur tertiaire est la base de l'économie de l'île avec 78,9% du PIB et le secteur le plus touché par la pandémie actuelle de COVID-19. Malgré les obstacles posés par la pandémie, le dernier rapport du ministère des Finances décrit le marché du travail comme « résilient et flexible » (2021).

Selon le rapport de la Commission européenne sur les entreprises sociales et leurs écosystèmes pour Chypre (2019), le nombre estimé d'entreprises sociales en 2017 était de 190, au sein d'entreprises limitées par des garanties ou des actions, des coopératives, des associations et des fondations. Les principaux acteurs des entreprises sociales sont les ministères, les établissements d'enseignement supérieur, les organisations de la société civile, les centres ou institutions de recherche et les réseaux d'entreprises sociales (*ibid.*).

Exemples d'entreprises sociales à Chypre

ChypreInno⁴

Une plate-forme numérique bicommunautaire donnant aux Chypriotes au-delà de la division la possibilité de réseauter, d'apprendre et de se connecter les uns aux autres. CyprusInno possède la plus grande base de données de start-ups et de centres d'affaires et un centre d'apprentissage en ligne contenant plus de 100 leçons. La communauté organise régulièrement des réunions et même des réunions pour ses membres.

La Chambre de commerce et d'industrie de Chypre⁵

La CCCI est la fédération des chambres de commerce et d'industrie locales de chaque district de l'île. Le syndicat des hommes d'affaires chypriotes compte environ 8 000 membres. Il soumet et promeut les idées et les points de vue de ses membres à l'État. Son objectif est d'améliorer la qualité de vie par le développement de l'économie.

Centre d'innovation sociale – CSI⁶

Centre de recherche et d'éducation qui vise à avoir un impact systématique et systémique dans le tissu social de notre société pour permettre, encourager et faciliter une meilleure qualité de vie pour le plus grand nombre de personnes possible à travers le processus d'innovation sociale, afin d'atteindre la justice sociale, de résoudre les

⁴ <https://cyprusinno.com/>

⁵ <https://ccci.org.cy/>

⁶ <https://csicy.com/>

problèmes systémiques et de développer des solutions qui peuvent offrir des opportunités aux individus et aux organisations.

Fondation pour la recherche et l'innovation⁷

RIF est l'autorité nationale chypriote qui promeut et soutient la recherche et l'innovation. Les activités du RIF mettent l'accent sur le développement de programmes nationaux de recherche, favorisent la compétitivité, soutiennent l'innovation dans l'île et la représentent également à l'étranger.

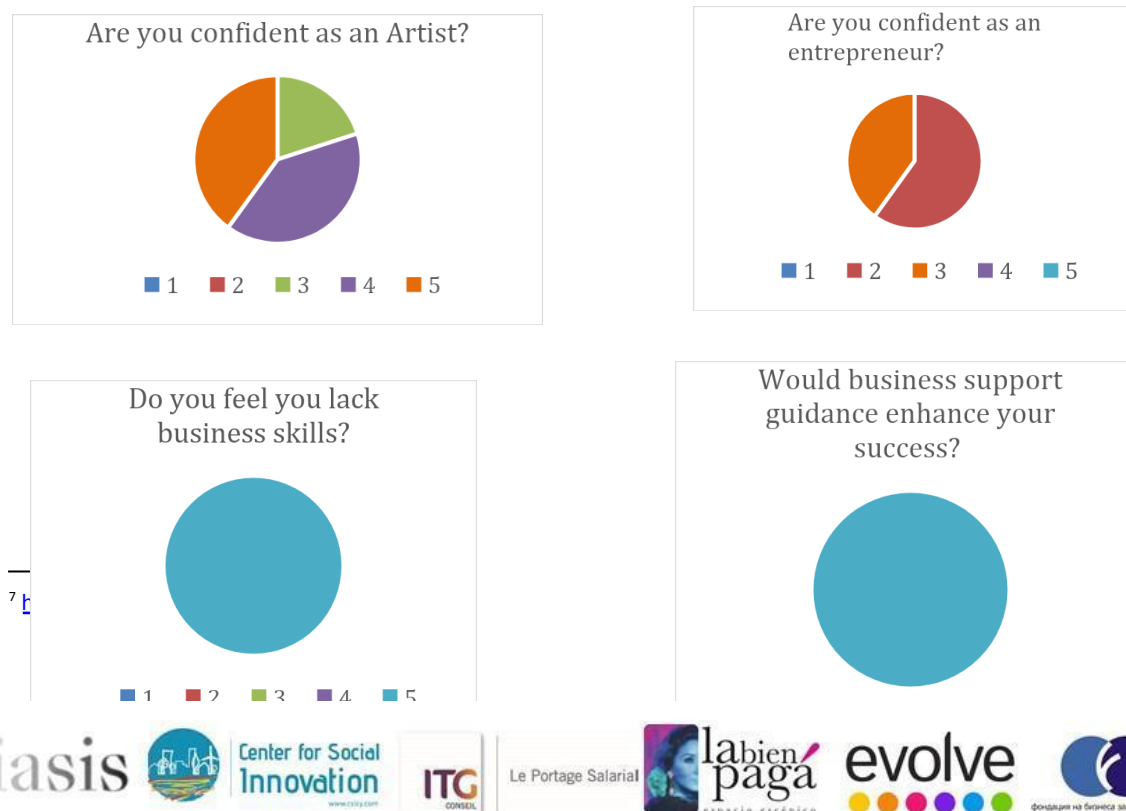
Commentaires de la séance en ligne du groupe de discussion des artistes – 09/06/2021

Introduction

La session en ligne du groupe de discussion local PINOLO a eu lieu le 09/06/2021 via Zoom et a duré environ 90 minutes. Au début de la session, le Centre pour l'innovation sociale, organisation d'accueil, a accueilli tous les participants et leur a demandé de se présenter brièvement afin de se mettre plus à l'aise les uns avec les autres. La session a débuté par une brève présentation de CSI et de ses projets en cours. CSI a préparé une présentation détaillée du projet, y compris le résumé, les objectifs, les livrables, les buts, les groupes cibles et le consortium de PINOLO, ainsi que l'objectif de la session du groupe de discussion.

Séance de groupe de discussion locale

Le LFGS a commencé parla première partie du questionnaire et les participants ont été invités à noter les questions courtes. Leurs réponses ont été enregistrées et présentées ci-dessous :



Dans votre travail créatif - Êtes-vous prêt à faire des erreurs?

Les artistes ont défini différemment la notion d'« erreur » : une erreur technique (p. ex., mal utilisé un matériau), une erreur créative (p. ex., créé quelque chose par erreur) et une erreur entrepreneuriale. Ils ont tous convenu d'avoir commis des erreurs et qu'il est bon d'être prêt à éviter un impact négatif.

Selon vous, quels sont les principaux obstacles à la réussite de votre entreprise?

Les artistes ont déclaré qu'en raison de l'aspect financier des choses, ils n'ont pas peur de prendre des risques et de faire des investissements. La valeur des œuvres d'art est difficile à définir et parfois les artistes se découragent des propositions des acheteurs potentiels. Un autre obstacle est l'idée d'une communauté conservatrice à Chypre qui fonctionne comme un obstacle dans la créativité des artistes.

Avez-vous une connaissance de ce qu'est une entreprise sociale et de ce que cela pourrait signifier pour votre entreprise créative?

Certains participants avaient besoin d'aide pour définir le terme « entreprise sociale ». Les artistes étaient très intéressés et ont déclaré que la possibilité d'une entreprise sociale pourrait leur donner une direction, servir une bonne cause et créer un impact dans la communauté locale.

Êtes-vous ouvert à assister à des sessions de formation / soutien en affaires?

Les participants ont convenu qu'il y a un besoin de séances de formation et de soutien, car ils seraient plus que désireux d'améliorer leurs compétences existantes et d'en apprendre de nouvelles.

Cherchez-vous l'innovation? c.-à-d. trouver de nouvelles façons de faire les choses, des changements / améliorations de processus pour satisfaire les besoins et les désirs de vos clients (produits et services)

La différence entre l'innovation et le travail sur mesure a été discutée. Les artistes recherchent constamment l'innovation et seraient désireux de s'adapter aux besoins du marché, mais pas tout à fait désireux de créer sur commande et de mettre un frein à leur créativité.

Consacrez-vous régulièrement du temps à la « numérisation de l'horizon » pour de nouveaux concepts créatifs, en regardant en dehors de votre entreprise - par exemple, des expositions / salons / séminaires externes?

Le groupe a déclaré qu'il suivait régulièrement les entrées externes (un exemple direct était notre PINOLO LFGS). La synesthésie et la pluralité ont été mentionnées. Les

artistes aiment avoir une vision plus holistique et complète de l'état des arts et suivre les tendances dans les disciplines artistiques autres que celles dans lesquelles ils sont spécialisés (par exemple, l'artiste visuel suit des événements musicaux et d'arts de la scène).

Les gens autour de vous sont-ils des penseurs entrepreneuriaux curieux? Vous entourez-vous d'autres entrepreneurs et générez-vous des idées à filtrer, tester et sélectionner pour trouver la solution la plus innovante à un défi d'affaires?

Il n'est pas facile de trouver des entrepreneurs et parfois les artistes ont du mal à trouver des gens pour soutenir leurs idées créatives à Chypre. D'autres ont déclaré se considérer comme « chanceux » d'être entourés de personnes qui peuvent les aider et leur offrir un service concernant les finances et les questions liées aux affaires qu'ils trouvent difficiles et manquent de connaissances. Le brainstorming avec des personnes en qui ils peuvent avoir confiance est une pratique que les participants trouvent très utile.

Avez-vous un conseil d'administration positivement perturbateur, confidentiel et franc qui vous aide à sortir des sentiers battus?

Un participant a déclaré que le bénévolat est une façon de voir les choses d'un point de vue différent et de sortir de sa zone de confort. Une autre pratique consiste à lire des articles spéciaux liés à la discipline et à revoir les œuvres d'autres artistes. Une autre façon de s'inspirer est les médias sociaux. Les artistes ont déclaré qu'ils utilisaient les médias sociaux tels qu'Instagram pour s'inspirer. Ils ont également souligné le fait que, surtout lorsqu'il s'agit d'art contemporain, l'innovation est nécessaire. Ils croient que plus ils apprennent, plus ils deviennent innovants et inspirés.

Comment préférez-vous travailler? Êtes-vous un extraverti – générant vos meilleures idées par le biais de discussions de groupe? Ou un introverti – ayant besoin de temps et d'espace seuls pour créer?

Tous les participants ont convenu que les deux pratiques sont nécessaires, selon la tâche ou le sujet. Ils ont besoin de temps seuls, loin des distractions, pour se concentrer et progresser dans leur travail. Ils affirment également qu'être parmi d'autres est une bonne activité de brainstorming qui pourrait les aider lorsqu'ils font face à des difficultés. Un témoignage assez intéressant est que le fait d'être parmi d'autres pourrait être une source d'anxiété et une raison de jugement.

Comment pourriez-vous explorer plus de potentiel sur le marché numérique? Et quel soutien serait nécessaire pour que vous puissiez livrer / fournir / en tant qu'artiste numériquement - marketing et promotions?

Les participants considèrent l'entrée sur le marché numérique comme une nécessité – surtout pendant cette période – mais trouvent cela accablant et difficile. Certains des participants ont exploré le marché numérique, bien que son aspect commercial crée des problèmes. Ils ont du mal à définir le public cible du marché numérique. Les médias sociaux pourraient être exploités dans ce sens, pour promouvoir le travail des artistes.

Recherchez-vous des talents émergents et des technologies qui pourraient influencer votre planification d'entreprise future?

Les participants ont déclaré qu'ils ne le faisaient pas consciemment, mais qu'ils essayaient de se tenir informés et au courant de tout ce qui se passait en dehors de leur studio. La recherche de logiciels (par exemple, les logiciels de création vidéo, les applications de retouche d'images) figure sur la liste des outils nécessaires des participants, malgré leur coût financier élevé.

Comment l'art peut-il devenir artisan – créer pour les masses tout en restant fidèle à votre sensibilité artistique? Comment pouvez-vous trouver votre public idéal?

Trouver le public idéal est définitivement une lutte pour les artistes. Créer pour les masses n'est pas ce qu'elles recherchent. Ils préfèrent la qualité à la quantité. Les aspects commerciaux et qualitatifs de l'art devraient avoir une ligne fine entre les deux et ils devraient tous deux être maintenus en vie.

Est-ce que vous vous mettez en avant? Sortir de sa zone de confort et s'autopromouvoir ? Réseau? Vous considérez-vous comme une marchandise ? Qu'est-ce qui vous arrête?

Les participants croient fermement que l'autopromotion de leur travail en vaut vraiment la peine. Néanmoins, la construction d'un réseau et la réussite d'un propriétaire d'entreprise sont largement considérées comme un processus difficile et chronophage. Chypre étant une petite île n'offre pas beaucoup d'opportunités alternatives, il y a donc un besoin d'autopromotion. Le soutien aux entreprises est presque impossible à se permettre. Il y a une question de nécessité. La recherche de possibilités de financement est une alternative à la promotion. Les participants ont du mal à s'identifier à une discipline similaire et se sentent plus entre les disciplines.

Certains participants se sentent mal à l'aise de sortir s'autopromouvoir et considèrent ce sentiment d'inconfort.

L'une de ces questions vous a-t-elle fait penser différemment / spécifiquement à certains aspects de votre entreprise créative? Lequel?

À la fin de la session, tous les participants ont convenu que la discussion avait été très fructueuse. Une participante a même demandé une copie des questions pour créer un affichage de motivation pour la pensée créative dans sa pratique. L'entrepreneuriat est une discipline sur laquelle les participants ont besoin d'en apprendre davantage. Ils se sentent dépassés et peu confiants dans ce domaine.

Références

Groupe Bank of Cyprus. (2010). Rapport de planification et de division. <https://bankofcyprus.com/Documents/Publications/Country%20reports/I100181.pdf>

Ministère chypriote des finances. (2021). Perspectives macroéconomiques. [Présentation]. http://mof.gov.cy/assets/modules/wnp/articles/202103/852/docs/mof_presentation_macro_mar21_web.pdf

Direction générale des programmes européens, de la coordination et du développement. (s.d.) Entrepreneuriat social. [http://www.dgepcd.gov.cy/dgepcd/dgepcd.nsf/page60_en/page60_en? Open Document](http://www.dgepcd.gov.cy/dgepcd/dgepcd.nsf/page60_en/page60_en?OpenDocument)

Commission européenne. (2019). Les entreprises sociales et leurs écosystèmes en Europe: rapport par pays sur Chypre. <https://ec.europa.eu/social/BlobServlet?docId=22194&langId=en>

Rapport national – BFE, Bulgarie

Objectif

Chaque partenaire a été chargé de mener une revue de la littérature pour faciliter la compréhension de la situation actuelle concernant les défis, les obstacles, les opportunités et les besoins du groupe cible dans son pays particulier, en ce qui concerne l'économie sociale et les différents aspects des initiatives d'entreprise sociale. Il devrait évaluer l'état actuel de la recherche et démontrer une connaissance des débats savants autour du sujet.

Ce rapport sur l'état de l'art couvre le Royaume-Uni et présente des recherches sur la société sociale et les différents aspects des initiatives d'entreprise sociale. Cette recherche se concentrera sur la structure d'une entreprise sociale et sur les différentes voies et opportunités qu'offre l'Europe dans ce domaine.

Cette recherche constituera la base du Pinolo Social Business Manual (PSBM) qui vise à fournir une compréhension claire du contexte et de la situation actuelle, afin d'aider les artistes sans emploi à devenir des entrepreneurs sociaux.

À partir de ce rapport, les partenaires du projet espèrent comprendre :

- Les organisations d'entreprises sociales et les différentes structures que l'Europe offre dans ce domaine.
- recherche en ligne d'articles et d'essais pertinents pour l'économie sociale et les initiatives d'entrepreneuriat social.
- Études de cas d'entreprises sociales réussies.
- Décrire les objectifs d'apprentissage du projet, en fonction des compétences nécessaires que les participants devraient posséder pour prendre des initiatives entrepreneuriales sociales.
- Développer les activités d'apprentissage essentielles, qui guideront les participants à s'aventurer dans le social business

Nos approches de recherche

L'équipe BFE travaille en collaboration pour mener des recherches documentaires pertinentes et mener une enquête complète pour notre groupe de participants locaux sélectionnés pour le GPL.

1. Introduction

Le Rapport national sur l'entrepreneuriat social pour la Bulgarie a été élaboré dans le cadre des travaux consacrés à l'élaboration de la première production intellectuelle du projet PINOLO. Le document combine les résultats des activités de recherche et l'interaction avec les professionnels au niveau national, y compris le groupe participatif local établi

2. Économie sociale et entreprise sociale en Bulgarie

Depuis 2012, l'économie sociale en Bulgarie est réglementée par le concept national d'économie sociale du ministère du Travail et de la Politique sociale, Direction des niveaux de vie, du développement démographique, des politiques et des stratégies. Le Conseil des ministres est responsable des plans d'action pour les différentes années liées à ce concept.

Comme indiqué dans ce document de politique, « le concept d'économie sociale nationale est l'expression de l'engagement politique des institutions gouvernementales bulgares pour la création d'un environnement propice au développement de modèles et de pratiques d'économie sociale. En appliquant le concept, il vise à: sensibiliser aux aspects pertinents de la culture sociale et des valeurs humaines; faire progresser la vision et l'objectif prioritaire du gouvernement de promouvoir l'économie sociale; exprimer la volonté concentrée d'un plus large éventail de parties prenantes; fournir une plate-forme pour l'élaboration de politiques connexes; fournir des incitations pour le développement de nouvelles approches d'inclusion sociale; soutenir les contributions à la réalisation des objectifs d'Europe 2020. »

Le document détaille les caractéristiques de l'entrepreneuriat social et son importance pour différents groupes de sociétés, en particulier ceux qui risquent d'être exclus.

Le travail principal dans le domaine de l'entrepreneuriat social est entrepris par des organisations non gouvernementales qui, en vertu de la législation, ont également droit à certaines activités économiques. Les recettes de ces activités ainsi que les autres types de collecte de fonds soutiennent les causes et les principales activités de ces organisations.

Un certain défi est l'évaluation de la portée des entreprises sociales qui répond aux définitions européennes en raison de l'absence de telles données. L'une des principales raisons de ce défi est « le processus lent et hésitant vers l'institutionnalisation et une définition normale des entreprises sociales en Bulgarie ». (Commission européenne (2019) *Les entreprises sociales et leurs écosystèmes en Europe. Rapport de pays mis à jour: Bulgarie*. Auteur: Maria Jeliaskova. Luxembourg: Office des publications de l'Union européenne. Available à <https://europa.eu/!Qq64ny>)

Le document susmentionné est le document le plus complet sur l'entrepreneuriat social en Bulgarie. Selon elle, « les entreprises sociales représentent moins de 1% de toutes les entreprises du pays et emploient environ 1,6% de tous les employés.

L'écosystème des entreprises sociales en Bulgarie prend forme grâce à l'interaction de différents acteurs: décideurs politiques nationaux, partenaires sociaux, autorités locales, instituts de recherche et d'enseignement, représentants de différents types d'organisations telles que les OBNL et les coopératives, donateurs et organismes financiers. Parmi les nombreux acteurs, les institutions nationales, les autorités locales et un petit nombre d'ONG ont la plus grande influence sur les politiques et les cadres juridiques. Comme le montre l'examen, les mesures de soutien aux entreprises sociales semblent plutôt modestes, de sorte que de nouvelles opportunités devraient être explorées et élargies.

3. Études de cas sur l'entrepreneuriat social réussi en Bulgarie

Collectif Multi Kulti (MKC)

<https://multikulti.bg/en> de site webL

Personne contractuelle : Bistra Ivanova, Présidente

Multi Kulti Collective (MKC) est l'une des principales organisations bulgares à but non lucratif travaillant sur l'intégration des migrants et des réfugiés, le développement communautaire et les droits de l'homme depuis 2011. Il opère à la fois au niveau local et au niveau politique pour obtenir un impact plus important et un changement social à la fois national et européen. Il fonctionne également comme une entreprise sociale qui autonomise les migrants depuis 2013 grâce à l'offre et à la promotion de leurs services culinaires auprès des individus, des instituts culturels, des petites et grandes entreprises. Certains des grands principes de l'organisation sont l'autonomisation, la cocréation et l'apprentissage tout au long de la vie. MKC est basé à Sofia, mais en 2015, il est devenu une franchise sociale dans les 8 plus grandes villes bulgares. MKC a été le coordinateur national du portail officiel de la Commission européenne sur l'intégration des migrants Site Web européen sur l'intégration depuis 2013. En 2016, MKC a cofondé SIRIUS, une ONG européenne basée à Bruxelles qui travaille sur l'éducation des migrants. MKC est le principal partenaire bulgare du plus grand projet de recherche sur l'intégration des réfugiés dans l'UE NIEM depuis 2016. En 2017, MKC a cofondé le Réseau européen sur la non-violence et le dialogue. En 2018, le Centre Multi Kulti a été ouvert à Sofia, une collaboration migrant-locale en tant que telle, pour accueillir des activités gérées par des migrants telles que des cours de cuisine, des événements culturels et sociaux ainsi que la promotion de la diversité et du dialogue. MKC a une expérience réussie dans les grandes campagnes médiatiques nationales, la sensibilisation, l'utilisation des arts et de la culture pour le changement social, la formation innovante, la recherche solide, le suivi complet des politiques nationales d'intégration, l'analyse des politiques, le plaidoyer stratégique.

MKC a travaillé avec des décideurs, des autorités locales, des organisations internationales, des ONG, des entreprises, des médias, des chercheurs, des migrants, des réfugiés et des jeunes. Les projets de MKC ont été présentés comme des innovations sociales et des meilleures pratiques au niveau national et européen.



Points meeting

Site Web : <https://meetingpoints.bg/en/>

Personne à contacter: Diana Nedeva

L'équipe derrière Meeting Points, croit en la beauté et le pouvoir de transformation des réunions humaines dans lesquelles nous sommes capables de nous rencontrer les uns avec les autres, en partageant des histoires, des expériences et des idées. Cela les recharge et inspire l'unité dans laquelle ils peuvent apporter des changements au sein de la communauté. C'est précisément la raison pour laquelle leur mission est de faciliter les occasions pour ces réunions de prendre de la dentelle. Ils y parviennent à travers différentes formes d'art, de culture, d'éducation non formelle et de bénévolat.

Leur Dreamland (Мечтателница) est un projet créatif de création de lieux qui vise à établir la ville de Sofia comme une ville de tolérance, d'empathie et d'impartialité. La peinture murale est le produit final d'une série d'ateliers avec des jeunes d'origine bulgare et étrangère, dans lesquels, grâce à un processus créatif, ils ont pu se rencontrer et en apprendre davantage les uns sur les autres. Le thème principal est les rêves, et la murale finale, qui rassemble des histoires partagées par les jeunes, a été peinte par l'artiste TOCHKA SPOT.



BREAD HOUSES NETWORK – inspirant par la fabrication du pain

Site Web : www.breadhousesnetwork.org

Personne à contacter: Nadezhda Savova - fondatrice

Le Bread Houses Network crée et unit des centres de renforcement communautaire, de créativité et d'entrepreneuriat social dont la mission est d'inspirer les individus et les communautés du monde entier à découvrir et à développer leur potentiel créatif et à coopérer par le biais de la panification collective et des formes d'art d'accompagnement et de l'éducation écologique durable.

Les Maisons du Pain sont des lieux physiques de deux sortes: des centres culturels communautaires (en Bulgarie et dans quelques autres pays) et des entreprises sociales-boulangeries qui forment et emploient des personnes défavorisées tout en servant de centre socioculturel (la première boulangerie de ce type Bread House et servant de modèle pour notre « franchise sociale » est située à Gabrovo, en Bulgarie).

Les programmes du Bread Houses Network comprennent diverses initiatives : Programme de thérapie par le pain, conçu pour les petits groupes de personnes ayant divers besoins spéciaux; Programme d'apprentissage tout au long de la vie pour briser les frontières du pain; Programme de consolidation d'équipe « Bread Building »; Programme pour enfants « HedgeHope »; Programme d'éducation écologique et alimentaire; Banque mondiale de céréales.



MARIA'S WORLD – un emploi soutenu pour les personnes ayant des difficultés intellectuelles

Sofia, Bulgarie

www.mariasworld.org

Personne à contacter: Miryana Siriyski – directrice des programmes

Il y a 46 000 personnes ayant des difficultés intellectuelles en Bulgarie. Parmi ces quelque 8 000 personnes ayant des difficultés intellectuelles, vivent dans la capitale Sofia. Les personnes ayant des difficultés intellectuelles en Bulgarie constituent l'un des groupes les plus discriminés et les plus isolés de la société.

La mission de maria's World Foundation est d'améliorer la qualité de vie des personnes ayant une déficience intellectuelle et la vie de leurs familles et de les aider à atteindre leur plein potentiel en tant qu'individus en leur donnant accès à des services de haute qualité, à une formation développementale et à des possibilités d'emploi rémunérateur adaptés à leurs besoins.

Maria's World Foundation vise à améliorer la qualité de vie des personnes souffrant de handicaps individuels et de leurs familles. L'organisation a été créée en février 2012 à Sofia en tant que fondation d'intérêt public par la famille de Maria, une jeune femme ayant une déficience intellectuelle. Nous croyons que chaque personne a une contribution précieuse à apporter à la communauté et mérite une chance de développer son plein potentiel et de vivre avec espoir pour l'avenir. Les personnes handicapées doivent être libres et égales à toutes les autres – libres de faire leurs propres choix et égales dans les possibilités qui s'offrent à elles de poursuivre ces choix.

En 2015, le ministère du Travail et de la Politique sociale a décerné au Sheltered Café de la Maria's World Foundation le premier prix du concours « Annual Awards for Social Innovation in Support of Social Economy ».

Le Sheltered Café propose des services de restauration dans des formats adaptés à divers événements tels que des ateliers, des petits-déjeuners d'affaires, des déjeuners ou des dîners, des pauses café, des réceptions ou des fêtes d'entreprise. La nourriture est préparée et servie par les clients de la garderie. Les recettes des services sont investies dans la formation professionnelle (culinaire) des personnes ayant des difficultés intellectuelles et dans l'aide à trouver un emploi sur le marché du travail ouvert.

Source : mariasworld.org



SOCIAL TEA HOUSE – des emplois pour les jeunes, élevés dans des institutions

Varna, Bulgarie <http://thesocialteahouse.bg/>

Personnes à contacter: Maya Doneva, Stoyana Georgieva - fondateurs

Le Social Teahouse est une entreprise sociale, qui offre une opportunité aux jeunes défavorisés, élevés dans des institutions de pratiquer des compétences sociales, de commencer un emploi

et de construire une vie indépendante. Le salon de thé est un espace alternatif pour divers événements. Chacun est le bienvenu pour une tasse de thé, et bien plus encore!

The Social Teahouse est une entreprise sociale créée en 2014 à Varna, en Bulgarie. Il vise à fournir un premier emploi et un mentorat aux jeunes qui ont grandi dans des orphelinats en Bulgarie et à leur offrir la possibilité d'un mode de vie indépendant.

En 2015, la maison de thé social a officiellement ouvert ses portes en tant qu'espace social alternatif, où les jeunes ayant un accès limité au marché du travail peuvent obtenir leur premier emploi. Ses locaux multifonctionnels accueillent divers événements culturels, séminaires, expositions, réunions d'affaires, fêtes privées pour enfants. Il propose également un salon de thé mobile.

« Nous voulons créer un espace où les jeunes, élevés dans des orphelinats, peuvent commencer leur parcours professionnel et recevoir le mentorat et le soutien dont ils ont besoin pour surmonter le manque de bonne éducation, de compétences sociales et de confiance envers la société. Notre équipe a développé un programme de mentorat de 3 ans et nous avons convaincu la municipalité de Varna de nous fournir un bâtiment au cœur de la ville afin que nous puissions ouvrir.

L'idée est basée sur 3 étapes principales :

1. Programme Mentoship, qui aide les jeunes à développer des compétences sociales et de communication, des connaissances sur leurs droits et obligations civils, une intelligence émotionnelle.
2. Formation pratique dans la maison de thé , où les stagiaires acquièrent des compétences professionnelles en matière de service à la clientèle.
3. Premier emploi, qui aide les jeunes à avoir la chance de travailler et d'améliorer leur qualité de vie.

En savoir plus sur la campagne Social Tea House.

Source : thesocialteahouse.bg



EYES ON FOUR PAWS – former des chiens-guides pour améliorer l'accessibilité des personnes aveugles
Bulgarie

<http://e4p-bg.com/>

Personne-ressource : Mme Albena Alexieva - présidente

Il y a 18 000 citoyens bulgares aveugles et plus de 200 000 aveugles dans les Balkans.

La liberté physique est si naturelle que vous ne pouvez l'apprécier que lorsque vous la perdez. La Bulgarie a besoin d'une école qui instruit les chiens-guides pour les personnes handicapées.

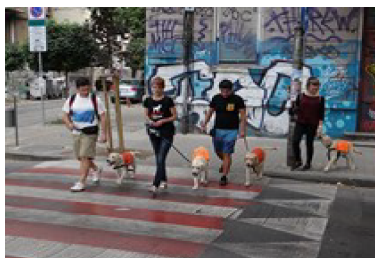
« Les yeux sur quatre pattes » est une fondation qui conduit l'école qui prépare les chiens-guides pour les aveugles – un projet unique déjà établi en Bulgarie – vers son plein potentiel.

Avec leurs compétences spéciales et leur amour sans limite, disponibles 24 heures sur 24, 7 jours sur 7, les chiens-guides qualifiés peuvent sauver des centaines d'aveugles de la prison solitaire de la cécité.

L'école de chiens-guides de la fondation « Eyes on four paws » existe depuis 2001 et a formé 56 chiens qui assistent actuellement leurs propriétaires malvoyants. Depuis 2013, « Eyes on four paws » est membre de la Fédération internationale des chiens-guides. La fondation a remporté le premier prix d'un concours du meilleur plan d'affaires dans le cadre d'un concours national d'entrepreneuriat social.

La fondation propose des formations rémunérées de chiens et les revenus sont utilisés pour leur mission sociale. La campagne publique en cours aide les donateurs et les assistants, qui s'occupent des futurs chiens-guides dans leur enfance.

Avec le temps, l'équipe « Les yeux sur quatre pattes » a reconnu qu'il ne suffisait pas d'avoir un chien-guide; en effet, les hôtels, banques, restaurants et autres institutions de dix personnes empêchent les personnes handicapées accompagnées de leurs chiens d'accéder à leurs espaces malgré les prescriptions légales. Pour cette raison, l'équipe a lancé la campagne Ouvrez vos yeux, visant à inciter les entreprises et les institutions à coopérer.



4.Retours du groupe participatif local en Bulgarie

Le groupe participatif local en Bulgarie a été créé dans le cadre des activités PINOLO prévues pour l'élaboration de la première production intellectuelle du projet - Social Business Manual (PSBM).

Le groupe comprend **9 personnes – 5 femmes et 4 hommes**. L'approche mise en œuvre lors de la création de ce groupe a été de fournir l'implication et les opinions des professionnels féminins et masculins dans les domaines couverts ainsi que la représentation des deux principaux secteurs que le projet PINOLO combine pour un impact plus important – **le secteur artistique et le secteur de la formation à l'entrepreneuriat**. Les membres du groupe participatif local bulgare sont des praticiens de carrière, des formateurs de prestataires de formation privés, un formateur d'une organisation de développement personnel comprenant des instruments d'art, un responsable des ressources humaines, un peintre, un propriétaire de studio de danse, un architecte et un professeur / musicien de piano et d'orgue.

L'objectif principal de l'interaction avec le groupe participatif local à cet âge a été d'informer ses membres sur le projet et de discuter de leurs besoins, à travers lesquels les besoins de formation et les lacunes en compétences des artistes au chômage seront évalués de manière plus interactive, sur le thème de devenir des entrepreneurs sociaux.

Tout au long de la mise en œuvre du projet, le groupe participatif local en Bulgarie peut être enrichi d'autres membres pertinents qui peuvent soutenir les activités du projet et les diffusions, ainsi que la durabilité en tirant parti des résultats de PINOLO au-delà de la période financée.

Cette phase d'interaction avec le Groupe participatif local bulgare a été menée en utilisant **deux approches**:

Certains des participants ont fait partie du groupe de **discussion** lors d'un événement organisé à Sofia. L'objectif du groupe de discussion a été de partager des opinions et des idées liées aux objectifs du projet et en particulier aux attentes et aux exigences d'un guide de formation pour le groupe cible du projet.

D'autres **membres du GPL** ont été directement contactés par l'équipe du projet lors de réunions/discussions bilatérales.

Groupe de discussion :

La Fondation des entreprises pour l'éducation a organisé un événement qui a attiré des participants du ministère de l'Éducation et des sciences, de l'Agence nationale pour l'enseignement et la formation professionnels, de l'Agence nationale pour l'emploi, de l'Agence nationale du revenu, d'universités, d'écoles professionnelles, de prestataires de formation et d'organisations non gouvernementales.

L'un des panels de cet événement a été consacré à parler du projet PINOLO, du secteur artistique, de l'impact de la situation actuelle sur le secteur, de la numérisation et de toutes les autres tendances qui ont inévitablement un impact sur le secteur artistique et ses publics, des possibilités de lancement et de développement de projets entrepreneuriaux, en particulier – l'entrepreneuriat social.

La plupart des participants possèdent une expérience significative dans l'offre de formation, y compris des formations à l'entrepreneuriat, travaillent avec différents groupes cibles, etc. Au cours des discussions, ils ont également partagé leurs attentes en tant que bénéficiaires des résultats de la journée des artistes.

La discussion a commencé à partir de la photographie comme l'un des plus populaires parmi tous les groupes de la société des arts. De nos jours, tout le monde fait des photos et tout le monde publie des photos. Mais est-ce que cela fait de lui un photographe ? Chaque photo peut-elle être considérée comme un objet d'art ? Comment les professionnels peuvent-ils protéger, promouvoir, vendre leur art ? La commercialisation réduit-elle la valeur de l'art en raison de la volonté de répondre aux attentes des clients potentiels plutôt que de répondre aux normes de qualité élevées imposées par le talent, l'inspiration, l'histoire et le développement de l'art, etc. ?

Quel que soit le domaine artistique spécifique et l'étendue de sa commercialisation, les principaux besoins en compétences et leur offre de formation respective couvraient les domaines suivants:

- l'entrepreneuriat lui-même, y compris la connaissance du marché, l'exploration de la demande, des options actuelles, des niches, des compétences financières, de la collecte de fonds, etc.
- compétences en gestion – gérer une initiative, une entité, une équipe, etc.
- interactions – avec les clients, les participants aux initiatives, les autorités, les collègues, les employés, les alliés, etc.

Les participants ont souligné la nécessité d'aborder les questions de l'entrepreneuriat artistique avec sensibilité envers le secteur et en même temps qu'un concept d'entrepreneuriat – avec toutes les compétences, la planification et les réglementations qu'il exige.

Interactions des membres de LPG – résumé des discussions sur les questions suivantes (toutes les questions n'ont pas été abordées dans toutes les conférences, certains membres

du groupe participatif local sont des artistes, mais ils ont répondu de la position des fournisseurs de formation)

Q Dans votre travail créatif - Êtes-vous prêt à faire des erreurs?

Toute activité humaine devrait fournir de l'espace ou au moins anticiper de faire des erreurs. Le principal problème est que les artistes ainsi que la plupart des gens ont peur et ne sont donc pas prêts à faire des erreurs et surtout à se libérer des erreurs. C'est devenu un cliché, mais révèle en fait une sagesse exceptionnelle – les leçons les plus importantes que nous tirons de nos pertes plutôt que de nos victoires.

Faire des erreurs peut être suivi de conclusions et d'un apprentissage significatif si les gens travaillent sur leur estime de soi, leur résilience, leur volonté d'apprendre et de s'améliorer.

Q Selon vous, quels sont les principaux obstacles à la réussite de votre entreprise?

Il est compréhensible que la situation mondiale actuelle ait influencé le secteur artistique à un degré élevé et intensif. Et cela a également influencé les réponses reçues. D'autres obstacles et facteurs importants que les professionnels ont partagés sont: le manque de compétences en affaires, le manque de financement, le manque de traditions, le manque de marché développé sur le marché nationale l'accès difficile et difficile au marché mondial.

Q. Avez-vous une connaissance de ce qu'est une entreprise sociale et de ce que cela pourrait signifier pour votre entreprise créative?

La plupart des professionnels ont partagé qu'ils ont certaines difficultés à faire la distinction entre l'entrepreneuriat social, la responsabilité sociale des entreprises, le don, le mécénat, etc. Pourtant, la combinaison entre le social et l'entreprise a une connotation un peu négative et est plus liée à la recherche de financement public ou de donateurs pour résoudre des problèmes sociaux de certification plutôt qu'à une entreprise qui a une cause sociale comme objectif initial et supplémentaire de faire des affaires.

Q. Êtes-vous ouvert à assister à des sessions de formation / soutien en affaires?

Ils sont prêts à suivre une formation, mais s'attendent à ce qu'ils soient spécifiquement orientés vers le secteur artistique.

Q Recherchez-vous l'innovation? c'est-à-dire trouver de nouvelles façons de faire les choses, des changements / améliorations de processus pour satisfaire les besoins et les désirs de vos

clients (à la fois les produits et les services). Consacrez-vous régulièrement du temps à la « numérisation de l’horizon » pour de nouveaux concepts créatifs, en regardant en dehors de votre entreprise - par exemple, des expositions / salons / séminaires externes?

Deux des participants ont été vraiment inspirés à parler de cette question et croient qu’aujourd’hui, les vies donnent l’innovation à la fois comme une possibilité et comme un must. La plupart d’entre eux étaient cependant plus réticents à discuter de ce sujet, par exemple en raison de l’opinion que trop d’innovation fait de l’art une partie du courant dominant et diminue ainsi ses vraies valeurs.

Q Comment préférez-vous travailler? Êtes-vous un extraverti – générant vos meilleures idées par le biais de discussions de groupe? Ou un introverti – ayant besoin de temps et d’espace seuls pour créer?

Les professionnels ont principalement lié la réponse à cette question aux caractéristiques personnelles de chaque être humain. Les principaux points forts peuvent être présentés de la manière suivante – chaque personne que l’on rencontre, chaque livre que l’on lit, chaque pas que l’on fait peut être le moyen de générer des idées. Peu importe cela, la création découle initialement d’un lieu et d’un processus plutôt solitaires.

Q Comment pourriez-vous explorer plus de potentiel sur le marché numérique? Et quel soutien serait nécessaire pour que vous puissiez livrer / fournir / en tant qu’artiste numériquement - marketing et promotions?

Ces questions ont été identifiées comme les plus difficiles et en même temps les plus importantes comme les besoins de formation.

5. Conclusions

Le projet PINOLO s’adresse à un groupe cible fortement touché par la crise du covid et attire donc une attention significative avant même que l’une des productions intellectuelles prévues ne soit élaborée et disponible pour utilisation.

Dans le cadre du travail avec les professionnels impliqués, un aspect très important peut être souligné – selon les recherches et les interactions menées, l’équipe PINOLO devra fournir un équilibre entre deux dimensions principales du guide de formation PINOLO prévu. D’une part, le Guide doit répondre aux besoins spécifiques d’un groupe cible spécifique et l’art doit être profondément intégré dans le matériel de formation que l’équipe élaborera. D’autre part, lorsqu’on parle d’entrepreneuriat social et sur la base des opinions partagées par les professionnels ciblés en Bulgarie, un point très important est que l’entrepreneuriat sous toutes ses formes nécessite des compétences entrepreneuriales telles que la planification, la gestion des risques, les compétences financières, l’élaboration et la mise en œuvre de plans d’affaires,

la collecte de fonds et le travail avec e organismes de financement, etc. La réalisation de cet équilibre et l'intégration de ces deux domaines relativement très différents garantiront le succès et la durabilité des efforts, des extrants et des résultats du projet.

Références

1. Commission européenne (2019) *Les entreprises sociales et leurs écosystèmes en Europe. Rapport de pays mis à jour: Bulgarie*. Auteur: Maria Jeliaskova. Luxembourg: Office des publications de l'Union européenne. Disponible sur <https://europa.eu/!Qq64ny>
2. Stratégie et plans d'action nationaux en matière d'économie sociale:
<https://www.strategy.bg/StrategicDocuments/View.aspx?lang=bg-BG&Id=889>

THÈMES

La recherche a révélé que les thèmes qui ont émergé des groupes de discussion transnationaux se chevauchent souvent, ayant de nombreux éléments communs, en particulier autour des questions de confiance en soi et d'autopromotion.

Les cinq rubriques suivantes englobent les thèmes qui abordent les questions les plus souvent soulevées. Ceux-ci ont été élaborés pour éclairer la conception du programme de formation IO2, qui se compose de 8 modules pertinents, chacun comprenant un élément de programme illustrant les connaissances, les compétences et la compréhension apprises, un cadre théorique et une « boîte à outils » d'activités.

1. L'ARTISTE - Qui suis-je ?

Ce thème met l'accent sur l'autoréflexion, la conscience et la compréhension de la façon dont vous abordez votre travail.

Revoir votre pratique - De nombreux artistes ont une capacité unique à aborder les problèmes et les questions sociales sous un nouvel angle alors qu'ils voient le monde d'une manière différente. PINOLO vous encouragera et vous aidera à perfectionner ces compétences pour vous permettre de développer la capacité de gagner votre vie tout en contribuant à améliorer le monde grâce à vos compétences créatives. Les artistes iront dans des endroits que d'autres craignent et peuvent apporter des changements en remettant en question le statu quo – c'est là que se trouvent les opportunités – lorsque l'artiste devient un entrepreneur social! Comme vous pouvez l'imaginer, le paysage de cette œuvre est très différent en fonction du pays européen dans lequel l'artiste est basé. Les rapports State-of-the-Art vous aideront à appliquer les compétences et les techniques que vous apprenez dans votre pays de travail.

Tirer le meilleur parti de vos compétences – diversifier

Traditionnellement - un artiste créera / fera du travail et vendra son produit. En facturant des frais ou en obtenant une commission pour financer un projet qui implique des personnes et des communautés dans le processus de création / fabrication, vous avez la possibilité d'ajouter une valeur sociale / communautaire à votre travail en tant qu'artiste et de permettre à d'autres d'en être propriétaire. C'est ce qu'on appelle *la co conception ou la cocréation*.

Le rendre participatif est un élément clé de la réussite des projets communautaires créatifs, offrant aux gens la possibilité de développer des

compétences et de la confiance, de grandir et de réaliser et de se réunir et de se connecter.

Exemple: une personne en convalescence d'une dépendance contribue à l'écriture et à l'enregistrement d'une chanson par le biais d'un atelier d'écriture de chansons – cette confiance retrouvée l'encourage alors à s'inscrire à un cours universitaire l'aidant à se rapprocher de l'emploi et à s'éloigner des modes de vie destructeurs.

Le rendre significatif - Le travail que vous créez doit toujours avoir une raison, un thème - cela peut alors vous aider à identifier un financement pertinent, où votre travail peut produire des résultats spécifiques pour les bailleurs de fonds / commissaires qui sont principalement motivés par un objectif.

Exemple : travailler avec un groupe de locataires dans des logements avec services soutien pour créer une mosaïque qui met en évidence la façon dont les usagers s'attaquent aux personnes vulnérables.

Financé par un programme qui prend les revenus légalement confisqués des usagers les redistribue aux communautés qu'ils affectent, non seulement en soulignant le problème, mais en encourageant la cohésion communautaire. Les associations de logement et les organisations du secteur bénévole des autorités locales sont souvent sélectionnées pour distribuer les fonds de cette manière.



de

et

Adapter votre approche - Partager vos compétences - Il y a de la valeur dans ce que vous savez et ce que vous avez appris! Partager ces compétences avec d'autres créatifs peut être une bonne source de revenus et bien que l'enseignement / peer-to-peer puisse parfois sembler intimidant, c'est une excellente occasion d'en apprendre davantage sur ce que vous faites et comment vous le faites. Réfléchir à la façon dont vous travaillez / créez en tant

qu'artiste est une très bonne pratique et conduira à une meilleure conscience de soi des choses que vous pouvez faire instinctivement. En comprenant les limites de ce que vous pouvez livrer par rapport au temps et aux ressources et en vous assurant de ne pas trop promettre ce que vous pouvez livrer, il met également en évidence les domaines dans lesquels vous pouvez vous améliorer / grandir et apprendre en tant qu'entrepreneur créatif.



ÉTUDE DE CAS: 6 x 6 - un scénariste et un réalisateur conçoivent et donnent une masterclass d'écriture de scénario à un groupe d'écrivains expérimentés et émergents pour produire chacun une courte pièce sur le thème de la santé et du bonheur. En partageant ses compétences créatives et

son expertise, elle a pu obtenir un financement d'un organisme de santé publique local pour promouvoir le bien-être de la santé physique et mentale auprès des participants et des spectateurs. Le projet comprenait des ateliers hebdomadaires et a abouti à ce que toutes les pièces soient jouées devant un public nombreux dans un centre communautaire.



Liens vers :

Module de formation 5 – Devenir un leader :

Prise de décision
Théories et styles de leadership

Module de formation 6 – Bien-être au travail

Prendre soin de soi
Gestion du stress

Module de formation 8 – Connaissance de soi

Objectifs professionnels
Conscience de soi

Des liens utiles vers d'autres ressources peuvent être [trouvés ici](#)

2. TRAVAILLER ENSEMBLE - Avec qui puis-je le faire? -

Ce thème examine comment travailler ensemble peut être bénéfique et élargir à la fois vos compétences et vos opportunités.

Clustering

Travailler dans les industries créatives sur une base indépendante / indépendante peut être une existence solitaire et isolante, donc collaborer avec d'autres offre aux individus des opportunités de se connecter et de partager des idées. Ce regroupement peut également soutenir collectivement la réalisation de projets beaucoup plus ambitieux et à plus grande échelle.

Créer une banque diversifiée de compétences

Collaborer vous donne la possibilité de toujours dire oui, sachant qu'il existe un large éventail de compétences au sein de l'équipe est un énorme avantage lorsque vous essayez d'obtenir des commissions / financement. Avoir les compétences pour livrer est toujours essentiel, donc élargir les compétences créatives à votre disposition vous aidera à devenir une force avec laquelle il faut compter! Cela donne également l'occasion à vous et à d'autres d'apprendre en soutenant d'autres créatifs pour réaliser des projets – apprendre par la pratique.

Espace communautaire - Soutien entre pairs

Partager le coût de votre studio et /ou de votre espace de bureau est toujours un bon moyen de commencer si les finances sont un problème, ce qui a souvent tendance à être le cas. En partageant ces coûts, vous pouvez investir dans d'autres domaines de votre entreprise, tels que le marketing. La gestion des relations est la clé d'une collaboration réussie, pour vous aider à le faire, vous devez communiquer régulièrement et efficacement au sein du groupe. Établissez des règles de base coconçues telles que:

- *personne ne devrait avoir d'impact négatif sur quelqu'un d'autre*
- *Les compétences ne doivent pas être dupliquées au sein du groupe, ce qui crée une concurrence interne*
- *Assurez-vous que le projet est cool!*

Partage des connaissances

« Vendre » ce que vous savez est un moyen très rentable de gagner un revenu supplémentaire car les dépenses sont minimales, mais - vous devez savoir de quoi vous parlez! Vous devez bien comprendre l'impact du travail que vous livrez et être en mesure d'engager les gens et d'être créatif - allez-y doucement sur le PowerPoint!

Liens vers :

Module de formation 2 – Ensemble de travailler :

Compétences en travail d'équipe
Définition des limites

Des liens utiles vers des informations / activités peuvent être trouvés [ici](#)

ÉTUDE DE CAS : Bootle Music Festival – [lien vers le court métrage](#)

Le Bootle Music Festival est un excellent exemple du nombre d'artistes / créatifs différents qui peuvent collaborer pour organiser un événement commercialement réussi. Musiciens, techniciens du son, artistes visuels, danseurs se sont tous réunis pour organiser un événement qui célèbre la créativité et encourage la cohésion communautaire, donnant aux artistes l'accès à plus de possibilités de financement autour des objectifs de santé et de bien-être.



3. CRÉATIVITÉ DANS TOUS LES SECTEURS - Où puis-je contribuer le plus?

Ce thème explore la valeur de votre créativité et comment elle peut être utilisée dans différents secteurs

La façon dont la créativité est utilisée dans d'autres secteurs est l'endroit où vos compétences entrepreneuriales seront mises à l'épreuve - faites-le bien et vous vous épanouirez. Vous devez réfléchir à ce que différents groupes, organisations et ministères essaient d'atteindre – puis atteindre cet objectif par le biais de projets créatifs.

La créativité peut être un moyen d'obtenir des résultats dans de nombreux secteurs tels que...

- ☐ Santé et services sociaux
- ☐ Développement communautaire
- ☐ Sécurité communautaire
- ☐ Responsabilité sociale des entreprises
- ☐ Logement et engagement des locataires
- ☐ Commissions privées
- ☐ Tourisme
- ☐ Projets d'immobilisations
- ☐

Associer vos propres compétences créatives à un autre secteur

- identifier les secteurs qui seraient des cibles potentielles pour l'artiste – voir quelques exemples dans le tableau ci-dessous.
- identifier des moyens de se faire connaître ou de mener des recherches dans les secteurs qu'ils ont identifiés

Secteur/intervention	Enjeux/groupe cible	Résultat
Associations de logement Un artiste visuel créera une murale dans un passage souterrain peu accueillant	Comportement antisocial dans les lotissements/ Jeunes	Les jeunes s'engagent dans des projets créatifs positifs. Étude de cas – Passage inférieur du chemin Oriel
Protection sociale Musiciens engagés pour chanter à l'ancienne	Isolement social/Personnes âgées vivant sur leur territoire	Les personnes âgées participent à des activités de groupe créatives, améliorent leurs capacités de coordination et de mémoire et se sentent connectées
Administration locale Les jeunes créent leur propre festival de musique avec le soutien de professionnels de la lumière et de la scène	Chômage élevé chez les jeunes/jeunes chômeurs.	Des jeunes ayant de meilleures compétences en matière d'employabilité, mieux placés pour tirer parti des possibilités d'emploi.
École Les artistes mosaïstes et les cinéastes travaillent avec des enfants et des enseignants d'âge scolaire pour réaliser un projet qui soutient les	Faible niveau de scolarité Isolement social / Enfants atteints de SEN Les personnes âgées vivent la solitude	Augmentation des résultats chez les enfants atteints de SEN, les enseignants mieux équipés avec de nouvelles méthodologies

objectifs du programme d'études		d'enseignement créatives. Cohésion intergénérationnelle – rassembler les gens. Étude de cas – Chez soi
Tourisme Visual artistes chargés de créer un parcours de sculptures	Faible nombre de visiteurs dans une ville – manque d'opportunités de commande pour les artistes locaux / artistes locaux et communauté en général	Augmentation de l'économie du visiteur, augmentation des revenus pour les entreprises locales, plus grand sentiment de fierté civique dans la communauté
Responsabilité sociale des entreprises Une entreprise de construction soutient une entreprise locale de formation créative pour développer des compétences en matière d'employabilité	Pas de soutien au développement des capitaux de la part des populations locales et un besoin de recruter localement/jeunes chômeurs.	Des personnes locales employées dans la construction de nouvelles maisons et d'infrastructures, ce qui soutient l'économie locale.
Santé mentale Groupe contribuant à la création d'une œuvre d'art public, examinant les problèmes liés à la maladie mentale	Mauvaise qualité de life/Personnes ayant des problèmes de santé mentale	Les gens mieux engagés dans la société travaillant vers le rétablissement, ressentant un sentiment d'appartenance.
Teambuilding/Bien-être d'entreprise Les équipes de la haute direction assistent à des	Main-d'œuvre peu motivées soumis à des niveaux élevés de stress. Manque d'esprit	Les activités thérapeutiques mènent à une meilleure santé mentale et offrent aux équipes l'occasion de

cours de céramique anti-stress	d'équipe/Personnes ayant un emploi.	tisser des liens et de travailler ensemble de manière plus productive.
Toxicomanie Les personnes en rétablissement assistent à des ateliers d'écriture créative pour explorer leur comportement et leurs actions qui affectent négativement les autres.	Schémas destructeurs et habitudes potentiellement mortelles, mauvaise santé et faible estime de soi / Toxicomanes en rétablissement et leurs familles	Activités de diversion – menant à la clarté de la pensée et de la réflexion et à des changements de comportement. La famille se sent plus consciente et soutenue

Liens vers :

Module de formation 1 -Planification des entreprises :

Cartographie des parties prenantes

Module de formation 7 – Dream-Plan-Do!:

Compétences de pensée critique

Des liens utiles vers des informations / activités peuvent être trouvés [ici](#)

4. TRAVAILLER SUR L'ENTREPRISE – Pas dedans!

Ce thème met en évidence les aspects pratiques de la mise en place et de la gestion de votre entreprise créative

Comment créer une entreprise sociale ?

Un modèle d'affaires

Il est important que vous posiez des bases solides avant de créer une entreprise sociale. Utilisez un [Business Canvcomme modèle](#) pour créer votre propre modèle d'affaires sur mesure – un modèle d'affaires est simplement la façon dont vous avez l'intention de gagner de l'argent avec votre entreprise!

Pensez à votre idée d'entreprise – quelle est votre vision? Quelle est la philosophie derrière votre travail ? Qu'est-ce qui compte pour vous?

Vous avez peut-être plusieurs idées – qui vous rapporteraient de l'argent? Soyez concentré.

Rédigez un énoncé de mission qui définit vos valeurs fondamentales et où vous voyez votre entreprise réaliser votre vision. Une entreprise avec des valeurs fortes attirera des clients partageant les mêmes idées et vous aidera à vous démarquer des autres.

Décidez du bon nom pour votre entreprise – quelque chose qui représente qui vous êtes et pourquoi vous faites ce que vous faites – il peut être prosaïque ou poétique et direct ou subtil!

Gouvernance

Choisir une structure juridique – assurez-vous que votre structure est une structure de gouvernance acceptable pour les bailleurs de fonds et les bailleurs de fonds – en fournissant l'assurance de la solidité organisationnelle.

Au Royaume-Uni, si vous souhaitez créer une entreprise ayant des objectifs sociaux, caritatifs ou communautaires, vous pouvez vous constituer:

[société anonyme](#)

[organisation caritative incorporée \(CIO\)](#)

[coopérative](#)

[société d'intérêt communautaire \(CIC\) entrepreneur unique](#) ou [partenariat d'affaires](#)

Toutes ces entités commerciales ont des avantages et des inconvénients en termes de facilité et de rentabilité à mettre en place et à gérer. Les rapports de pointe ont révélé les nombreuses structures de gouvernance différentes à travers l'Europe, il est donc important que vous vous référiez aux options de votre pays et que vous considériez quelle est la meilleure forme pour les besoins de votre entreprise. Il est important d'établir les exigences de votre bailleur de fonds potentiel en termes de structures organisationnelles qu'il reconnaît et peut soutenir. Assurez-vous que votre structure est adaptée à l'usage prévu!

Planification des activités

Il peut être difficile de savoir par où commencer pour « étoffer » votre plan d'affaires, mais il est essentiel de vous aider à structurer votre approche pour faire fonctionner l'entreprise et vous aider à comprendre les choses dont vous avez besoin pour en faire un succès. Quelques éléments importants à considérer à l'étape de la planification:

- *Le fruit le plus bas* - dans les premiers mois / années, il est essentiel de soutenir votre entreprise, c'est-à-dire de gagner de l'argent pour continuer à vous consacrer à votre travail, mais comment pouvons-nous le faire? Commencez par les opportunités les plus faciles d'accès, créez des objectifs réalisables et travaillez dans votre confort et votre domaine d'expertise, en travaillant avec des personnes que vous connaissez et sur lesquelles vous pouvez compter - construisez des réserves. Vous pouvez alors développer plus de produits et services en sachant que vous avez un coussin financier pour prendre quelques risques et sauter dans l'inconnu!
- *Tarification de vos produits et de vos services* – vous devrez calculer votre prix « porte d'usine », c'est-à-dire ce que votre produit ou service coûte au total en matériaux, en main-d'œuvre (la vôtre!) et en dépenses. Afin de réaliser un

profit, vous devez fixer vos prix à un niveau durable qui reflète vos coûts et aussi le marché actuel et ce que vos clients potentiels sont prêts à payer.

- **Branding** - « *Votre marque personnelle est une promesse à vos clients... une promesse de qualité, de cohérence, de compétence et de fiabilité.* » - Jason Hartman

Votre marque communique le message à vos clients sur ce que vous représentez en tant qu'entreprise. C'est bien plus que votre design de logo! Connaissez vos clients! Pensez à qui vous êtes, à ce en quoi vous croyez et à ce qui vous fait vous démarquer des autres artistes. Condensez votre histoire en mots de 4 ou 5 tonnes qui guideront vos objectifs marketing et éclaireront votre stratégie de conception. Une marque forte est une marque qui se connecte avec les gens et crée des souvenirs. La section 5 va plus en détail sur la promotion et le marketing et comment vous vendre.

- **Site Web** - vous pouvez créer un site Web gratuit vous-même, embaucher quelqu'un pour le faire ou commencer par une page de médias sociaux. Pensez au récit que vous utilisez - c'est une fenêtre sur votre entreprise, et les gens font des affaires avec les gens, alors laissez votre passion et votre but briller! Soyez amical et clair sur les raisons pour lesquelles vous faites ce que vous faites pour engager votre public et utiliser des images de haute qualité.
- **Recherche** – Prenez le temps de faire des recherches – Connaissez vos clients, votre potentiel de marché et qui sont les concurrents. Examinez les tendances de l'industrie, les initiatives gouvernementales, les facteurs socio-économiques, les développements technologiques – tout cela aura une influence sur vos pratiques commerciales et vos résultats.
- **Mobiliser les communautés et obtenir un soutien** – essentiel pour le développement à long terme et particulièrement pertinent lorsque l'on travaille dans des communautés défavorisées. Participez à des activités et à des événements communautaires et encouragez la participation des communautés. Donnez un peu de votre temps libre - Cela appuiera vos demandes de financement, illustrant que vous avez de l'expérience de travail dans les communautés et de co-prestation de projets.

Possibilités de financement

C'est là que vous aurez vraiment besoin d'être créatif et pas toujours et de ne chercher que le financement de projets artistiques, vous devrez élargir votre champ d'application. En réfléchissant aux différents secteurs de la section 3 de ce manuel, où de nombreux exemples sont donnés, vous devez considérer vos

compétences artistiques comme le moyen de fournir le résultat que le client cherche à atteindre, plutôt que l'art lui-même comme le principal résultat ou motivation du fondateur. Les fonds disponibles peuvent être trouvés en ligne sur des portails de financement spécifiques et auprès des autorités locales. Lisez toujours attentivement les critères des bailleurs de fonds et leur objectif principal pour le financement.

La rédaction de demandes de financement peut être intimidante au début, mais vous pouvez garder une « banque » de récits qui décrivent votre entreprise, vos objectifs et les détails de votre entreprise, pour économiser du temps et de l'énergie. La plupart des autorités locales ont un soutien pour les organisations communautaires pour faire des demandes de financement et il y a tellement de choses maintenant disponibles sur le Web. C'est là que la collaboration est si précieuse – parlez à d'autres artistes, obtenez des conseils, travaillez ensemble!

Création du pitch (propositions et applications) – comprenez votre public et ce qu'il essaie de réaliser, puis créez un projet pour obtenir son résultat, en utilisant son langage.

Par exemple, si une association de logement tente d'évaluer ses locataires pour qu'ils aient un aperçu de leurs besoins et de leurs points de vue concernant la qualité du service fourni par l'association, votre projet devient un projet d'engagement des locataires, ce qui donne lieu à une performance cinématographique / dramatique ou à une installation artistique – alimentant les points de vue des locataires.

Soutien aux entreprises

Il existe souvent des possibilités d'accéder à un soutien et à des conseils commerciaux gratuits pour démarrer votre entreprise et à des conseils pour la croissance. Ces sessions sont une source inestimable d'informations et sont souvent de bonnes occasions de mise en réseau pour établir des liens avec d'autres nouvelles entreprises sociales. La recherche en ligne vous conseillera sur ce qui est disponible dans votre région.



Figure 1 Séance de conseils sur le soutien aux entreprises

Liens vers: Module de formation 1 – Comment devenir un entrepreneur:

Planification d'entreprise – Création d'un canevas d'affaires

Cartographie des parties prenantes

Liens utiles sur la planification des activités [ici](#)

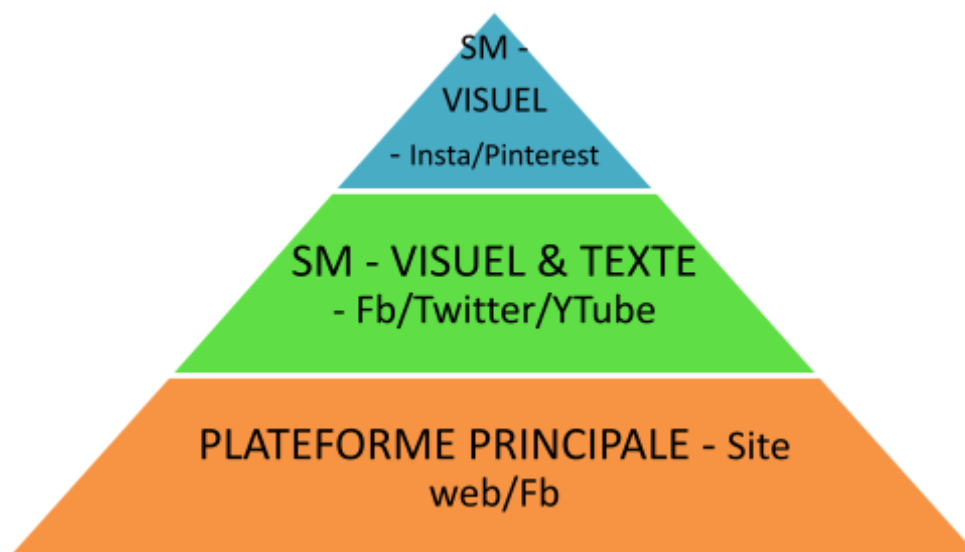
5. CRIEZ À CE SUJET! - Comment vais-je atteindre et informer les gens de ce que je fais?

Tous les participants qui ont participé à l'étape GPL du projet ont exprimé le désir de mieux comprendre comment utiliser les médias numériques pour promouvoir leur entreprise créative.

Auto-promotion – il est important d'avoir confiance en soi, de se vendre et d'être soi-même! Raconter votre histoire est essentiel pour interagir avec votre public et vous devez être honnête et sincère pour développer la confiance – votre histoire peut également être un moyen efficace de promouvoir vos valeurs sociales. Laissez votre marché apprendre à vous connaître - partagez vos processus créatifs à l'aide d'images de haute qualité, afin que votre histoire résonne avec votre public.

Le marketing, les relations publiques et la publicité sont tous des formes promotionnelles différentes:

Le marketing de contenu signifie partager du contenu gratuit et utile à votre public cible, dans le but de le convertir en clients. Il se préoccupe de ce que les gens veulent et ont besoin, d'établir des relations avec les gens, de se connecter et de communiquer. **Les médias sociaux** vous donnent accès à un public beaucoup plus large de clients potentiels. Concentrez-vous sur la création de contenu de qualité qui peut être utilisé de différentes manières sur différentes plateformes.



Sur le diagramme triangulaire de contenu, la base représente la plate-forme principale, qui devrait être votre site Web ou votre blog. Cela nécessite un contenu solide de qualité supérieure car il restera le plus long ici et le trafic de toutes les autres formes de plateforme de médias sociaux sera généré ici. Le niveau suivant consiste en des plateformes telles que Twitter, Facebook et YouTube. Le contenu publié ici est indexé dans les moteurs de recherche et est visible plus longtemps que certains des médias sociaux purement visuels – il offre également la possibilité de s’engager avec les abonnés et de leur poser des questions. Le haut du triangle est réservé aux médias sociaux purement visuels comme Instagram et Pinterest, qui évoluent rapidement et ne nécessitent pas de texte autre que de courtes descriptions ou des hashtags.

Exemple –

Plateforme principale –

Une histoire photo / vidéo détaillée dans les coulisses de votre processus créatif, donnant aux clients potentiels un aperçu réel de la façon dont vous travaillez, pourquoi vous aimez ce que vous faites et la passion qui va dans vos créations.

Niveau suivant –

Une version courte de l’histoire photo sur YouTube en utilisant une courte vidéo, décomposant les détails.

Niveau supérieur –

Ajoutez des images et / ou une vidéo de 10 secondes sur Instagram et créez un lien vers votre plate-forme principale.

Sensibilisation aux médias sociaux - Suivez les clients potentiels sur différentes plateformes de médias sociaux, regardez les gens qui suivent vos concurrents et ajoutez-en certains quotidiennement. Posez des questions à vos abonnés, appréciez leurs publications sur les réseaux sociaux, favorisez leurs tweets, aimez leurs photos sur Instagram, faites des commentaires sur les blogs. Utilisez les mêmes tactiques pour les influences des médias sociaux, c'est-à-dire les blogueurs, les éditeurs de votre secteur. Construire des relations agit comme une personne et non comme une entreprise!

Réseautage - Les marchés/festivals/événements sont un bon moyen de s'engager avec des clients potentiels

Presse locale/nationale

Les relations publiques consistent à faire connaître vos produits et services. Cela prend du temps, mais c'est un moyen gratuit de faire de la publicité et devrait être considéré comme une stratégie à long terme, établissant la confiance. Un bon outil de relations publiques consiste à créer un **blog** sur votre site Web / médias sociaux. [Blogger.com](https://www.blogger.com) propose des modèles gratuits et des choix de conception pour vous aider à démarrer. Les blogs réguliers signifient que vous vous classez plus haut dans les moteurs de recherche, et en considérant ce que votre marché cible recherche et en utilisant des mots-clés pertinents, vous pouvez lier votre produit / service, en reliant vos créations aux tendances actuelles. Selon l'exemple, les blogs sont un bon endroit pour partager votre processus créatif - donnez un aperçu des coulisses de votre façon de travailler. L'utilisation de nombreuses images de haute qualité suscite un bon engagement – les gens réagissent davantage à toutes les communications qui incluent un élément visuel. Et répondez toujours aux commentaires, engagez-vous et exprimez vos remerciements – les commentateurs sont des clients potentiels!

La publicité consiste à payer pour l'espace – il y a une dépense financière, mais vous êtes en mesure d'être plus précis en ciblant rapidement votre public, en utilisant des publications et des plates-formes pertinentes avec une banque préétablie de clients potentiels.

Développer votre récit - Pensez à vos influences sur le marché lors de la création de messages marketing - qui sont les personnes qu'ils suivent et regardent / écoutent, etc? Créez un pitch de 30 secondes avec votre message clé.

Votre récit doit être engageant et capter l'attention rapidement. Utilisez une ligne pour expliquer pourquoi et ce que vous faites. Expliquez votre USP - pourquoi votre produit / service? Posez une question à votre marché cible pour encourager les comportements interactifs. Vos communications avec les clients doivent être amicales et accessibles et ne jamais oublier de remercier les gens. À partir de vos influences cibles, vous pouvez également créer des listes de médias à surveiller et à cibler. Vous pouvez développer un dossier de presse, qui est un outil utile et peut inclure une fiche d'information d'une page, une courte biographie, les dernières nouvelles sur les produits et services, et toutes les informations générales, y compris les prix et les coordonnées.

Outils de médias sociaux - L'une des nombreuses options de Google pour rechercher des mots-clés que votre public cible peut utiliser est **Google Insights**, où vous pouvez effectuer une recherche par mot-clé gratuitement et voir à quel point il y a de l'intérêt pour un mot ou une phrase particulier. Cela vous donne ensuite une idée des mots à la mode que vous pourrez utiliser plus tard sur d'autres formes de médias sociaux, pour générer l'intérêt des bonnes personnes.

Google AdWords suit également les mots en haut de vos recherches sur le marché cible et **Google Analytics** fournit de bonnes informations marketing afin que vous puissiez lier vos produits et services à des sujets d'intérêt. Vous devez surveiller et évaluer toutes vos activités marketing en vérifiant le nombre de réponses et en vérifiant les analyses sur les médias sociaux.

Liens vers :

Module de formation 3 – Criez à ce sujet !

Renforcer la confiance en soi

Améliorer le profil personnel

Module de formation 4 – Socialiser :

Réseautage

Marketing

Liens utiles :

[Médias sociaux](#)

[Réseautage](#)