

L'entrepreneuriat social créatif pour la cohésion et le développement

Teresa BEAN

Dans cet article, Teresa Bean s'appuie sur des exemples de bonnes pratiques et sur les données de l'enquête Anna Lindh/Ipsos pour montrer comment l'entrepreneuriat social créatif peut offrir un cadre de dialogue interculturel. L'auteur explique comment les entreprises sociales créatives peuvent apporter des solutions innovantes aux problèmes sociaux et conclut par une série de recommandations pour encourager l'essor de l'entrepreneuriat social créatif dans la région euro-méditerranéenne.

L'article cherche à donner un aperçu de l'entrepreneuriat social dans l'espace euro-méditerranéen, avec une attention particulière pour le secteur créatif. Il illustre comment l'entrepreneuriat social créatif peut offrir un cadre de dialogue interculturel. S'appuyant sur des exemples de bonnes pratiques et des données de l'enquête Anna Lindh/Ipsos sur les tendances interculturelles, l'article passe en revue le paysage actuel, avant de conclure par des recommandations pour soutenir l'écosystème d'entrepreneuriat social créatif dans la région euro-méditerranéenne. Ce faisant, cet article espère susciter la réflexion et le débat sur le potentiel de l'entreprise sociale créative comme voie vers le dialogue interculturel, l'action collaborative et la participation des jeunes dans l'espace euro-méditerranéen.

Qu'est-ce que l'entreprise sociale ? Qu'est-ce que l'entreprise sociale créative ?

Les entreprises sociales recouvrent une variété d'entreprises opérant dans divers secteurs, ayant divers statuts légaux et présentant diverses structures organisationnelles. Il en existe plusieurs définitions utilisées en Europe, aux États-Unis et ailleurs. Par souci de simplification, nous définirons ici l'entreprise sociale comme une entité dont l'objectif essentiel est la poursuite de l'innovation sociale et du changement social dans divers secteurs. Il est toutefois important de souligner que les entreprises sociales mènent des activités commerciales pour générer des revenus en vue de réaliser ces objectifs sociaux.

La Commission européenne applique le terme « entreprise sociale » aux entreprises suivantes : celles pour qui l'objectif social ou sociétal de bien commun est la raison de l'activité commerciale, souvent sous la forme d'un niveau élevé d'innovation ; celles où les profits sont principalement réinvestis en vue d'atteindre cet objectif social ; celles où la méthode d'organisation ou le système d'appropriation reflète la mission de l'entreprise, en appliquant des principes démocratiques ou participatifs

ou en se focalisant sur la justice sociale (Commission européenne, Entreprises sociales, 2017). Le terme « entreprise sociale » est donc un terme générique désignant les entités qui poursuivent une mission sociale. Les coopératives, les organisations de commerce équitable et les entreprises communautaires sont des exemples d'entreprises sociales.

Si les entreprises sociales opèrent dans tous les secteurs économiques, cet article se concentre sur les secteurs de la création et de la culture. Les entreprises sociales créatives sont des entités dont les activités se situent dans les industries créatives et dont la mission est d'apporter des solutions novatrices aux problèmes sociaux. On relève plusieurs définitions de ce que constituent les « industries créatives » (parfois appelées industries culturelles), mais il existe un consensus selon lequel le secteur englobe une multitude de disciplines créatives. Parmi celles-ci figurent, de manière non exhaustive, la mode, la musique, le théâtre, le cinéma, la littérature, le design, les médias, les secteurs numériques, l'architecture, la radio et la télévision.

Approches et résultats

L'expression créative est un cadre naturel pour faciliter le dialogue et le débat, car elle permet de communiquer des idées, d'exprimer des émotions ou de partager des expériences dans un environnement sûr et d'une manière qui ne serait peut-être pas possible avec des mots. Elle peut également provoquer une réflexion sur la manière dont les gens pensent, agissent et intériorisent leur réalité et comprennent la réalité des autres (Helguera 2011, Kester 2004, Kester 2011, Kester 2012, Koh 2015 et Thompson 2012). Comme l'affirme le Rapport 2015 de l'UNESCO sur les politiques culturelles, « les arts créatifs constituent un mécanisme puissant pour faciliter le développement durable au niveau sociétal. En particulier, les arts créatifs peuvent promouvoir l'intégration, abattre les barrières sociales et faciliter le dialogue interculturel entre groupes divers » (UNESCO, 2015, 157).

Une entreprise sociale a comme but principal, en tant qu'entité, d'atteindre des objectifs sociaux ou environnementaux. Elle combine ainsi la créativité avec un désir d'innovation sociale par l'entreprise et de proposer un modèle adéquat pour le dialogue interculturel dans la région. Les entreprises sociales culturelles peuvent constituer un moyen efficace de promouvoir le dialogue interculturel, les valeurs partagées et la conscience culturelle. Il est important de souligner la valeur des arts créatifs au-delà des aspects économiques et de considérer la créativité comme un véhicule pour le développement culturel et social.

Un certain nombre d'entreprises sociales créatives dans la région euro-méditerranéenne servent d'exemples représentatifs. Elles mettent en lumière la valeur de l'entreprise sociale créative dans la promotion du dialogue interculturel, de la cohésion sociale et de la participation citoyenne.

Creative Space Beirut est une école de stylisme au Liban qui promeut la participation économique pour les secteurs les plus marginalisés de la société. L'établissement dispense un programme gratuit de trois ans aux étudiants qui n'ont pas la possibilité de faire des études en raison de leur situation financière. Par cet enseignement gratuit, Creative Space Beirut cherche à briser le cycle de la pauvreté pour ses étudiants en leur apportant les compétences nécessaires pour assurer leur subsistance et celle de leur famille en travaillant dans la mode. Ainsi, l'école espère que la formation reçue par les étudiants ait un impact positif pour eux, mais aussi pour leurs familles et leurs communautés au sens large. L'école cherche à abattre les barrières économiques et sociales en facilitant l'intégration des groupes marginalisés grâce à ses programmes éducatifs. Plusieurs anciens étudiants de l'école ont trouvé un emploi dans l'industrie de la mode, ont monté leur propre entreprise ou ont entamé un Master au Moyen-Orient ou en Europe.

Drop Earrings Not Bombs est une entreprise sociale créative qui œuvre à l'intégration des réfugiés syriens

vivant en Turquie. Les réfugiés produisent des boucles d'oreille faites main qui sont vendues en ligne et dont les profits servent à aider les communautés réfugiées à Istanbul. Le projet apporte aux familles de réfugiés non seulement un revenu, mais aussi une formation et des opportunités d'emploi permettant aux réfugiés de reconstruire leurs vies en Turquie.

In Place of War est une entreprise sociale basée à l'université de Manchester, au Royaume-Uni. L'organisation soutient les communautés créatives dans des lieux en situation de conflit et de post-conflit et les communautés marginalisées par la formation, le fonctionnement en réseau, les projets collaboratifs et les opportunités de mobilisation.

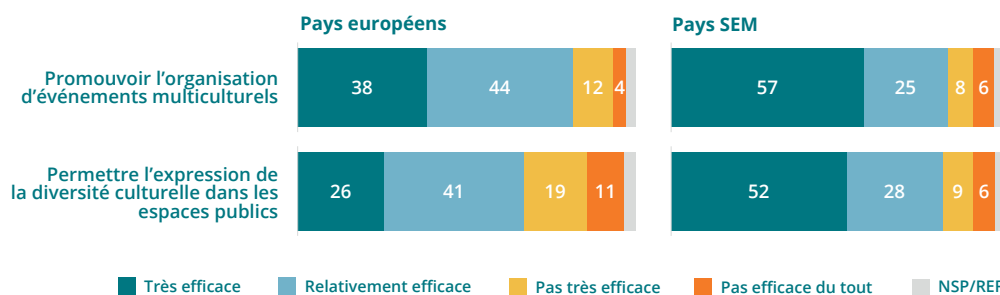
Voices, un projet musical international qui rassemble des artistes d'Europe, d'Afrique, du Moyen-Orient, d'Amérique latine et d'Asie, se produit et prend part à des conférences-débats au Royaume-Uni. Ces performances et discussions publiques encouragent le dialogue interculturel et la conscience culturelle auprès des artistes impliqués et auprès du grand public. Les artistes impliqués dans le projet en 2016 ont rapporté que le projet leur a permis de découvrir d'autres cultures et de mieux comprendre les problèmes auxquels sont confrontées les communautés dans d'autres parties du monde. L'importance de la mobilité et de la collaboration d'artistes est également soulignée par le Rapport de l'UNESCO sur les politiques culturelles, qui considère la mobilité des artistes comme « essentielle au maintien d'un monde hétérogène d'idées, de valeurs et de visions du monde » (UNESCO, 2015, 14).

Les événements multiculturels comme voie à suivre pour la cohésion sociale

Les citoyens d'Europe et du sud de la Méditerranée s'accordent à affirmer que l'entrepreneuriat et l'expression culturelle peuvent constituer une voie à suivre afin de promouvoir la diversité et le multiculturalisme, comme le démontrent les résultats d'une récente étude. L'enquête Anna Lindh/Ipsos a été menée dans huit pays européens

Chart 16.1

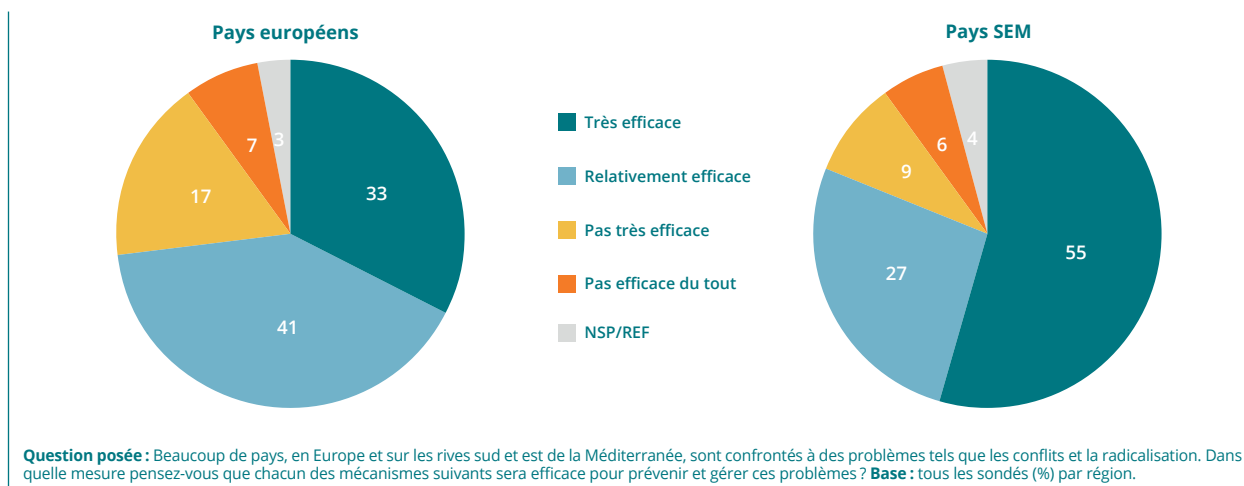
Mieux vivre ensemble dans des environnements multiculturels : permettre l'expression culturelle dans les espaces publics et organiser des événements multiculturels



Question posée : Les sociétés d'aujourd'hui sont de plus en plus diverses, rassemblant des personnes de différentes cultures et de différents pays. Selon vous, dans quelle mesure chacune des actions suivantes serait-elle efficace pour aider les personnes à mieux vivre ensemble dans un environnement multiculturel ?
Base : tous les sondés (%) par région.

Chart 16.2

Efficacité des mécanismes de prévention et de gestion des conflits et de la radicalisation : initiatives culturelles et artistiques



(Autriche, Croatie, Finlande, France, Italie, Pays-Bas, Pologne et Portugal) et cinq pays du sud et de l'est de la Méditerranée (Algérie, Israël, Jordanie, Palestine et Tunisie). Mille participants par pays ont été invités à répondre à une enquête par téléphone (sauf en Israël et en Palestine, où les entretiens se sont déroulés en face-à-face). Les données recueillies montrent que les citoyens de plus de 15 ans s'accordent globalement à dire que la diversité religieuse est importante pour la prospérité de la société : 71 % des sondés européens et 72 % des sondés du sud de la Méditerranée sont d'accord avec cette affirmation.

Pour ce qui est de promouvoir la diversité et les sociétés multiculturelles, une majorité de sondés, tant en Europe (82 %) qu'au sud de la Méditerranée (82 %) considèrent que la promotion des événements multiculturels constitue un moyen efficace de faciliter la cohésion sociale. De même, la promotion de la diversité culturelle dans les espaces publics est considérée comme un outil efficace pour favoriser le multiculturalisme, tant par les sondés européens (67 %) que méditerranéens du sud (80 %) (Graphique 16.1). Au vu de ces résultats, la vision des arts créatifs comme véhicule pour la promotion de la conscience interculturelle apparaît conforme aux attitudes des citoyens à l'égard du multiculturalisme et de la cohésion sociale.

De la même manière, sur la question de la lutte contre la radicalisation, les résultats de l'enquête montrent l'intérêt qu'il y a à promouvoir l'entrepreneuriat social créatif dans la région. 82 % des sondés du sud de la Méditerranée et 74 % des sondés européens sont d'accord pour dire que les initiatives culturelles et artistiques sont efficaces pour lutter contre la radicalisation. De même, plus de 80 % des sondés considèrent que les programmes axés sur l'éducation et la jeunesse sont efficaces pour favoriser le dialogue mené par les jeunes (Graphique 16.2 et 16.3).

Les données de l'enquête illustrent clairement le soutien du public pour les initiatives artistiques créatives et pour la formation comme outil de dialogue interculturel. L'on peut donc supposer que le grand public soutiendrait largement la création d'entreprises sociales créatives dirigées par des jeunes.

Mesures concrètes à mettre en place dans le domaine

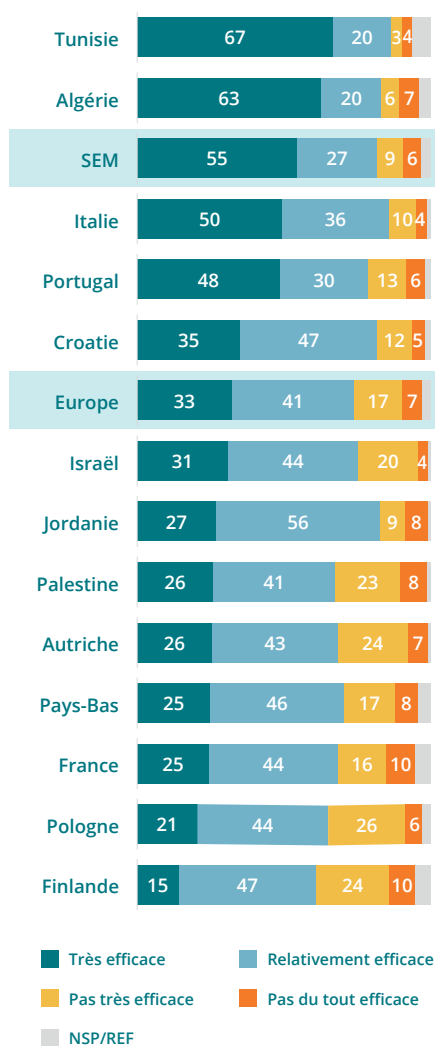
Les données de l'enquête, les exemples de bonnes pratiques et la littérature actuelle montrent que l'entreprise sociale créative peut jouer un rôle crucial en vue de promouvoir le dialogue interculturel et de relever les défis sociaux et environnementaux communs à l'ensemble de la région euro-méditerranéenne. Malgré certains indicateurs clés de l'existence d'un environnement propice au développement d'entreprises sociales créatives (le soutien public mis en évidence par l'enquête et l'adhésion institutionnelle illustrée par les politiques et stratégies mises en place, dont le programme de l'UE Europe Créative, les initiatives d'entreprises sociales et la politique culturelle de l'UNESCO), des défis importants subsistent. De ce fait, l'article conclura en formulant une série de recommandations pour encourager le développement d'entreprises sociales créatives dans la région euro-méditerranéenne.

Élaborer une définition pratique de l'entreprise sociale créative. Premièrement, il apparaît que le terme « entreprise sociale créative » n'est pas bien compris à cause des diverses définitions et interprétations des termes « entreprise sociale » et « industries créatives ou culturelles ». Ce manque de clarté contribue à créer dans certains pays un environnement limitant qui freine le développement des entreprises sociales créatives.

C'est pourquoi il est nécessaire d'élaborer une définition

Chart 16.3

Prévention et gestion des conflits et de la radicalisation par des initiatives culturelles et artistiques, par pays



Question posée : Beaucoup de pays, en Europe et sur les rives sud et est de la Méditerranée, sont confrontés à des problèmes tels que les conflits et la radicalisation. Dans quelle mesure pensez-vous que chacun des mécanismes suivants sera efficace pour prévenir et gérer ces problèmes ?
Base : tous les sondés (%) par pays.

pratique qui soit accessible en plusieurs langues et pour les divers acteurs concernés (gouvernements, institutions intergouvernementales, organisations de la société civile, grand public, jeunes et artistes). En forgeant une définition universellement comprise, on facilitera le développement des entreprises sociales créatives et on améliorera leur visibilité.

Améliorer l'accès au financement pour les entreprises sociales créatives. La coopération avec les secteurs privés, les acteurs gouvernementaux et les entités intergouvernementales est nécessaire pour améliorer de nouveaux modes de financement répondant aux besoins des entreprises sociales créatives, comme l'investissement social à long terme ou le financement de

start-ups.

L'accroissement de la visibilité des entreprises sociales créatives constitue un outil pour obtenir l'adhésion des acteurs concernés par le dialogue interculturel. Pour attirer les investissements privés et publics et obtenir un cadre juridique plus favorable aux entreprises sociales créatives, il faut une plus grande visibilité et une plus grande sensibilisation. De même, pour encourager l'entrepreneuriat social créatif dans la région, il est fondamental de pouvoir communiquer de façon efficace non seulement sur les aspects économiques, mais aussi sur les bénéfices qu'offrent les entreprises sociales créatives pour la promotion du dialogue interculturel et de la conscience culturelle.

Renforcer les capacités et les infrastructures IT locales. La collaboration avec les établissements d'enseignement et les organisations de la société civile pour créer une culture de l'entreprise sociale créative et renforcer les capacités d'entrepreneuriat est essentielle pour favoriser le développement des entreprises sociales chez les jeunes. Des cours comme le programme de formation d'entrepreneur social et créatif de In Place of War offrent une bonne introduction à l'entrepreneuriat social créatif. De même, l'implication du secteur privé est également essentielle pour le soutien, l'accès aux marchés, les connaissances et l'accompagnement des entreprises sociales créatives. Il est par ailleurs fondamental d'assurer que les jeunes aient accès aux outils numériques appropriés pour développer les entreprises sociales créatives.

Des cadres financiers, juridiques et réglementaires améliorés. Il est nécessaire d'appliquer des stratégies de plaidoyer pour surmonter les contraintes de la réglementation. Cette nécessité est particulièrement pressante dans le sud de la Méditerranée, où les entreprises sociales créatives ne bénéficient pas d'un statut juridique spécial et où la création d'une entreprise est souvent complexe, chronophage et coûteuse.

Développement de réseaux divers. Il est essentiel pour le développement des entreprises sociales créatives d'établir des réseaux intersectoriels régionaux. Ces réseaux peuvent offrir un espace pour le dialogue interculturel entre jeunes du sud de la Méditerranée et jeunes Européens. L'implication du secteur privé est également essentielle pour le soutien, l'accès aux marchés, les connaissances et l'accompagnement des entreprises sociales créatives.

Teresa BEAN est directrice de recherche et d'éducation pour In Place of War.