

Multi-actor workshops - WP3



WP3 Doelen – Het Sociale Innovatie pakket



Ontwikkel een definitie van Sociale Innovatie in KK



Identificeer drijfveren en best practices van SI in KK

Valideer de definitie, de drijfveren en best practices van SI in KK



Ontwikkel een *assessment tool* voor de invloed van SI in KK
& identificeer hulpmiddelen om SI in KK te versterken

WP3 onderzoeksmethodes

Systematisch literatuuronderzoek voor het ontwikkelen van een definitie van sociale innovatie in KK (desk research)



Systematisch literatuuronderzoek voor het identificeren van de belangrijkste drijfveren en best practices van SI in KK



Community of Practice-evenementen voor het valideren van de definitie, belangrijkste drijfveren en best practices van SI in KK

Literatuuronderzoek, online dataverzameling en -analyse voor het ontwikkelen en implementeren van een assessment instrument voor de impact van SI in KK



Is Sociale Innovatie een hype? Wat is het?

Algemeen begrip?

Gezocht: Een definitie

5000+ documenten & 272
definities

Aangepast voor KK
(in plaats van een algemene)



Sociale innovaties zijn processen die KK-systemen veranderen door de relaties, perspectieven en manieren van denken en handelen van de betrokken actoren te veranderen, wat leidt tot het bereiken van, in eerste plaats, sociale doelen die alle (KK-actoren) ten goede komen.

Is Sociale Innovatie belangrijk voor KK? Wat drijft het?

Een manier hoe mensen ,
gemeenschappen,
maatschappijen
veranderen...

Waarom voor KK?
Om **sociale impact** te
maken & het vermogen
van de samenleving om te
handelen (en te
veranderen) te vergroten

OBOZ drijfveren

- **O**ntwikkel en implementeer zelf oplossingen.
- **B**etrek zoveel mogelijk acteurs. Wees transparant.
- **O**rganiseer trainingen voor communicatie en samenwerking. Vraag om facilitering.
- **Z**oek in een vroeg stadium sterke leiders of een kleine groep 'initiatiefnemers'.

Hoe zit het met succesvolle best practices?

Verkort de fysieke en sociale afstand!

Deel ruimtes en bronnen (zelfs met de bredere gemeenschap)

- fysiek & sociaal -

Houd de keten open en verkoop direct
(gebruik bijvoorbeeld een moving
supermarkt)

- fysiek & sociaal -

Kom in verbinding met KK-leden
(bijvoorbeeld door leuke activiteiten te organiseren)

- sociaal -

Gebruik formele afspraken maar ook
informele regels (bijvoorbeeld vertrouwen)

- sociaal -



Andere take-home lessons?

Co-materialiseer je eigen toekomst en
communiceer deze aan anderen

Collectief leiderschap maakt uiteindelijk
het verschil

Vertrouwen leidt tot meer vertrouwen

Identificeer een gedeeld doel, visie en
principes

Waarom moeten KK hun sociale impact meten?

Betere positie op de markt

Beter begrip door consumenten

Betere communicatie van hun
eigen waarden

SIAT (Social Innovation Assessment Template)

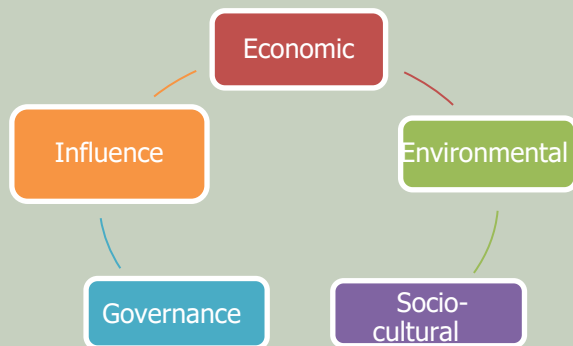
- **Beter** begrip van het lokale landschap
- **Ontdek** zijn eigen potentieel voor SI
- **Geef** economische waarde aan kwalitatieve kenmerken en aan de gegenereerde maatschappelijke waarde

Deliverable 3.4 and 3.5

Social Innovation Assessment Template

SIAT structuur

1. Profiel
2. Prioritering
3. 5 dimensies



Toepassing op 16 casestudies (van de 18)

SIAT MAP



1. Couleurs Paysannes
2. Zala Termálvölgye Egyesület
3. Biofruits
4. Chèvrement bon
5. Foodhub.hu Nonprofit Ltd.
6. Natuurlijk Vleespakket BV
7. Bauer Banise Holmökerei
8. Local2Local
9. DOO Polo
10. Association of companies for fruit and vegetable processing
11. Latengul Batuak, NAA
12. Gaia producers-consumers' co-operative
13. Allotropen - SYNPE
14. Arvaia, Società Cooperativa Agricola
15. La Trufa de alava
16. Biotop Oberland - SoLAWI

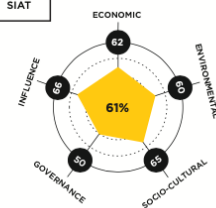
1. COULEURS PAYSANNES

Mailing address	Les Quatre Chemins, D4, 04210 Valensole, France
Year of creation	2012
Area of operations	Regional
Legal form	Cooperative
N° of workers	14
	78% Women 22% Men
Workers that are members	0%
N° of members	52
	29% Women 71% Men
Agrifood sector	Fruit & Vegetables - Meat - Fish - Dairy products - Cereals - Bakery products
Economics (last year)	Revenues: 4.300.000 € Costs: 3.010.000 €
Type of production	100% SFSC Production 0% LFSC Production

PRIORITIZE

- Economic 100
- Environmental 75
- Socio-cultural 75
- Governance 75
- Influence 50

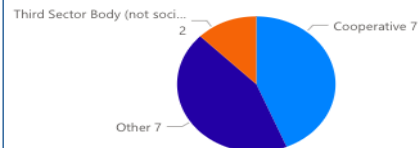
SIAT



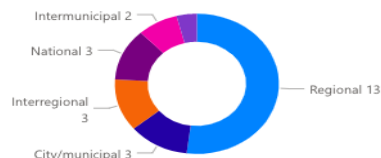
D 3.6 - Vergelijkende analyse – Power BI

Organization Name
ALLOTROPON - SYNPE
ARVAIA, SOCIETÀ COOPERATIVA AGRICOLA
ASSOCIATION OF COMPANIES FOR FRUIT AND VEGETABLE PROCESSING
BAUER BANSE HOFMOLKEREI
BIOFRUITS
BIOTOP OBERLAND - SOLAWI
CHÈVREMENT BON
COULEURS PAYSANNES
DOO POLO
FOODHUB.HU NONPROFIT LTD.
GAIA PRODUCERS-CONSUMERS' CO-OPERATIVE
LA TRUFA DE ALAVA
LATENGUI BATUAK, NAIA
LOCAL2LOCAL
NATUURLIJK VLEESPAKKET BV
ZALA TERMÁLVÖLGYE EGYESÜLET

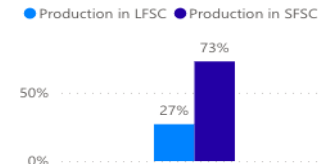
Legal form



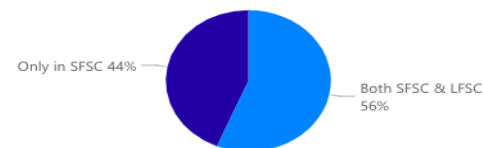
Operation Areas



Type of production (Avg)



Operating Supply Chain



Workers			51% % of working members (Avg)
48%	52%	8	
% of worker female (Avg)	% of worker male (Avg)	Total workers (Avg)	
Members			51% % of working members (Avg)
40%	60%	79	
% of member female (Avg)	% of member male (Avg)	Total members (Avg)	
Economic data - Last Year			51% % of working members (Avg)
€ 1,51Mln	€ 1,44Mln	120%	
Total Revenues (Avg)	Total Cost (Avg)	Cost/revenues (Avg)	

Countries



Operating Sectors



Hoogtepunten van de belangrijkste bevindingen

- De **gegenereerde waarde** is sterk **gedistribueerd en transparant gecommuniceerd**
- Overheersende rol van klanten (in de economische, sociaal-culturele en bestuurlijke dimensies) - hoog **klantenvertrouwen**
- Specifieke aandacht voor **milieuvriendelijke verpakkingen** (onder de variabelen van de milieudimensie)
- 80% van de **biologische productie** (gemiddeld)
- 75% **lokale/traditionele producten** (gemiddeld)
- **Zeer weinig** specifieke indicaties over salarisniveaus (maar 94% genderevenwicht)
- **Laag niveau van collectieve beleggingen** en **collectief verzoek om toegang tot krediet**
- GEEN extra arbeidsvoorwaarden maar zeer **actieve rol in de gemeenschappen**

T3.4 Sociale innovaties mogelijk maken: tools en strategieën

Doel

Identificatie van een toolkit voor co-creatie-actie om belanghebbenden in KK te helpen innovatieve ideeën te versnellen en meer sociale innovaties in de keten te creëren.



Identificatie van de ware visie, doelstellingen en wensen van verschillende belanghebbenden in elke SFSC.