



Atelier multi-acteurs - WP3

Camille Aouinaït, Danilo Christen
11.05.2021



Objectifs WP3 – Le package Innovation Sociale



Développer une définition de l' Innovation Sociale (IS) dans les circuits courts



Identifier les principaux facteurs des bonnes pratiques de l'IS dans les circuits courts

Valider la définition, les principaux facteurs et les bonnes pratiques de l'IS dans les circuits courts



Développer un outil d'évaluation pour l'impact de l'IS dans les circuits courts

WP3 méthodes de recherche

Revue de littérature systématique pour Développer une définition de l'Innovation Sociale dans les circuits courts (recherche documentaire)



Revue de littérature systématique pour Identifier les principaux facteurs et bonnes pratiques de l'IS dans les circuits courts



Communauté de Pratique pour Valider la définition, les principaux facteurs et bonnes pratiques de l'IS dans les circuits courts



Brève revue de littérature pour Développer un outil d'évaluation pour l'impact de l'IS dans les circuits courts



Est-ce que l'Innovation Sociale est un mot à la mode ? Qu'est-ce que c'est ?

Compréhension commune
Une définition



Processus de plus de 5000 documents
& révision de 272 définitions



Une IS sur-mesure pour les
circuits courts
(au lieu d'en choisir une générique)



Les Innovations Sociales sont des **processus** qui change les *systemes* de circuits courts en changeant les relations, perspectives et façons de penser et agir des acteurs impliqués, entraînant la réalisation, principalement, des *objectifs sociaux* qui profitent à tous (*acteurs des circuits courts*)

Est-ce que l'IS est importante pour les circuits courts ? Quel est son moteur ?

Une manière dont les gens,
les communautés, les
sociétés changent...

Pourquoi pour les circuits
courts ?
Pour avoir un **impact social**
et encourager la **capacité
d'agir** de la société (et de
changer)

Moteurs DEOS

- **D**évelopper et mettre en œuvre des solutions vous-mêmes.
- **E**ngager autant d'acteurs que possible. S'ouvrir.
- **O**rganiser des séances de formation pour la communication et la coopération. Demander pour la facilitation.
- **R**echercher des leaders solides ou un petit groupe d' "initiateurs" dans les phases précoces.

Qu'en est-il des bonnes pratiques ?

Réduire la distance physique et sociale !

Partager des espaces et
ressources (même avec la
communauté étendue)

- physique & social -

Garder la chaîne ouverte, et
vendre directement (par exemple,
utiliser une épicerie mobile)

- physique & social -

Se rapprocher des membres des
circuits courts (par exemple,
organiser des activités)

- social -

Utiliser des accords formels mais
aussi des règles informelles (par
exemple la confiance)

- social -

D'autres *take-home lessons* ?

Co-matérialiser son propre futur,
et le communiquer aux autres

Le leadership collectif peut faire
la différence

La confiance amène à plus de
confiance

Identifier un but, une vision et
des principes partagés

Pourquoi les circuits courts ont besoin de mesurer leur impact social ?

Meilleure position sur le
marché

Meilleure compréhension
par les consommateurs

Meilleure communication
de leurs propres valeurs

SIAT (Social Innovation Assessment Template)

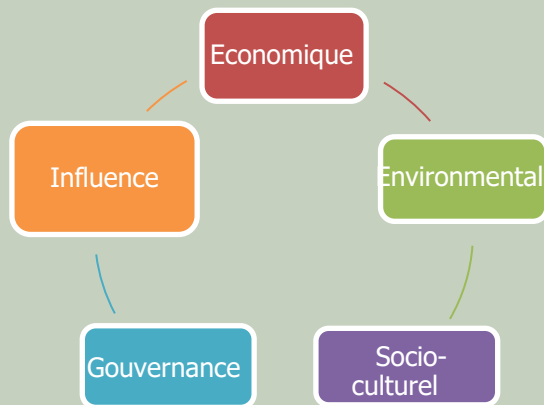
- **Meilleure** compréhension du paysage local
- **Donner** une valeur économique aux caractéristiques qualitatives et à la valeur sociale générée
- **Découvrir** son propre potentiel pour l'IS

Livrables 3.4 et 3.5

Modèle d'évaluation de l'innovation sociale

Structure du SIAT

1. Profil
2. Priorisation
3. 5 dimensions



Application à 16 études de cas (sur 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

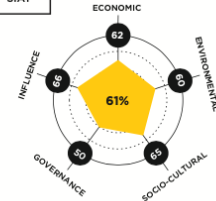
1. COULEURS PAYSANNES

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

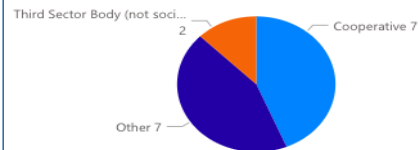
SIAT



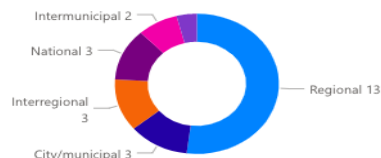
D 3.6 – Analyse comparative – Power BI

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

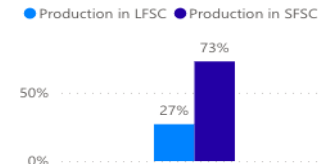
Legal form



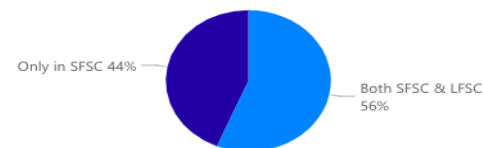
Operation Areas



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



Points saillants des principaux résultats

- La **valeur générée** est fortement **distribuée** et **communiquée** de manière transparente
- Rôle prédominant des clients (dans les dimensions économique, socioculturelle et de gouvernance) - **confiance** élevée **des clients**
- Attention spécifique aux **emballages écologiques** (parmi les variables de la dimension environnementale)
- 80% de **production biologique** (moyenne)
- 75% de **produits locaux/traditionnels** (moyenne)
- **Très peu** d'indications spécifiques sur les niveaux de salaire (mais 94% d'équilibre entre les sexes)
- **Faible niveau d'investissements collectifs** et de **demande collective d'accès au crédit**
- PAS de services sociaux mais un **rôle très actif dans les communautés**

T3.4 Favoriser les innovations sociales : Outils et stratégies

Objectif

Identification d'une boîte à outils de co-crédation et d'action pour aider les parties prenantes des CC à accélérer les idées innovantes et à créer plus d'innovations sociales le long de la chaîne.



Identification de la vision, des objectifs et des souhaits réels des différentes parties prenantes dans chaque CC