

GUIDE DE GESTION

L'IMAGE DE MARQUE DES ENTREPRISES D'ÉCONOMIE SOCIALE AU BAS-SAINT-LAURENT



*Pour des communautés
solidaires et durables*

DÉCEMBRE 2009

Table des matières

1. Mise en contexte	3
2. Qu'est-ce qu'une entreprise d'économie sociale ?.....	5
3. L'« IMAGE DE MARQUE », c'est quoi ?.....	6
3.1 Les objectifs poursuivis	7
3.2 Les implications liées à l'image de marque.....	7
3.3 Modalités de reconnaissance.....	7
3.4 Matériel et outils.....	8
4. En guise de conclusion.....	10

N.B. Veuillez noter que l'utilisation du masculin dans ce texte est effectuée sans discrimination et simplement dans le but d'alléger le texte.

1. Mise en contexte

L'économie sociale au Québec et au Bas-Saint-Laurent

L'économie sociale est une réalité présente à travers le monde depuis fort longtemps. Au Québec, ce concept de développement s'est taillé une place de plus en plus importante dans l'actualité et il s'est imposé comme alternative de développement économique et social de façon intensive au cours de la dernière décennie.

Depuis 1998, les conférences régionales des élus se sont vues confier le mandat du développement économique et social dans chacune des régions de même que les Centres locaux de développement précisément pour chaque territoire des MRC. Cette décentralisation des pouvoirs a permis à la société civile et aux élus d'unir leurs efforts afin d'assurer un développement durable des communautés. C'est dans cette perspective que l'économie sociale fut reconnue comme modèle de développement. En effet, partant du fait que les entreprises d'économie sociale sont créées par et pour les communautés, elles comptent sur un partenariat fort imposant composé à la fois des citoyens, des entreprises locales ainsi que de multiples partenaires financiers. L'économie sociale est devenue, au fil des ans, un modèle porteur pour le développement, car elle contribue de façon tangible à édifier les infrastructures nécessaires à l'amélioration de la qualité de vie des collectivités québécoises.

Pour le Bas-Saint-Laurent seulement, depuis les dix dernières années, soit de 1998 à 2008, ce sont **387 entreprises** qui ont été soutenues pour la réalisation de **603 projets** de développement répartis dans douze secteurs d'activités. Les CLD du Bas-Saint-Laurent ont, quant à eux, injecté plus de 6 millions de dollars via leur fonds d'économie sociale, générant ainsi plus de 129,9 millions d'investissements totaux. À elles seules, les entreprises d'économie sociale ont créé et consolidé plus de **4 417 emplois** dans notre région. Pour l'année 2008, les projets financés démontrent que les fonds auto générés atteignent 75 % des chiffres d'affaires qui s'élèvent à plus de 14,9 millions en vente de biens et de services. Malgré ce bilan fort éloquent sur l'apport économique et social des entreprises d'économie sociale, ce type d'entreprises demeure encore peu ou mal connu.

Le Bas-Saint-Laurent, une région reconnue pour sa concertation

Le Bas-Saint-Laurent se distingue à travers le Québec par sa culture et ses pratiques de concertation. Fait à noter, le Bas-Saint-Laurent s'est doté en 1999 d'un réseau d'agents en économie sociale ayant notamment permis aux CLD du territoire d'harmoniser leurs interventions en matière d'économie sociale. Ce travail de concertation a permis d'assurer une cohésion du développement de ce type d'entreprises à l'échelle régionale en se dotant de pratiques similaires et d'outils communs. De plus, c'est ce réseau qui a soutenu la mise en place d'un Pôle régional de l'économie sociale en collaboration avec le Chantier de l'Économie sociale.

Les efforts de concertation se sont également concrétisés par la signature d'une entente partenariale en 2006 entre la Conférence régionale des éluEs du Bas-Saint-Laurent (CRÉ), les huit Centres locaux de développement (CLD), la Commission Jeunesse du Bas-Saint-Laurent (CJ BSL), la Fédération des Caisses Desjardins, Emploi Québec et le Réseau de recherche partenariale en économie sociale de l'UQAR. Les buts visés par l'entente sont :

- augmenter la cohérence des interventions des différents partenaires de l'économie sociale par une compréhension similaire de ce qu'est l'économie sociale;
- améliorer l'efficacité et l'efficience des entreprises d'économie sociale dans leur rôle d'acteur de développement économique et social;
- favoriser la pérennité des entreprises d'économie sociale des secteurs fragilisés;
- établir des mécanismes de collaboration avec l'ensemble des intervenants en économie sociale;
- collaborer à une meilleure connaissance de l'économie sociale;
- favoriser une plus grande implication des jeunes dans le développement de projets d'entreprises d'économie sociale.

C'est dans le cadre de cette entente que le projet d'implantation d'une image de marque pour les entreprises d'économie sociale fut réalisé. L'image de marque vise principalement à améliorer la notoriété des entreprises d'économie sociale par une image commune permettant d'identifier un réseau d'entreprises, de promouvoir les valeurs qui leur sont communes ainsi que leur apport au développement économique et social.

2. Qu'est-ce qu'une entreprise d'économie sociale?

L'entreprise d'économie sociale est une entreprise collective qui vend des biens et des services et qui utilise comme forme juridique la formule coopérative ou la formule d'organisme à but non lucratif. Cette forme d'entreprise se caractérise par la reconnaissance explicite de la dimension sociale de l'économie.

En plus du statut juridique, l'entreprise d'économie se distingue par cinq principes qui sont au cœur de sa gestion. La cohabitation des dimensions économique et sociale représente un défi fort important.

La finalité sociale : Travailler avec et pour ses membres afin de consolider et développer des ressources dans le but d'offrir des services et des biens de qualité et d'utilité sociale.

La primauté de la personne : L'axe central de l'économie sociale est la personne, ce qui implique que les surplus de l'entreprise sont répartis de façon équitable, soit par l'amélioration des services ou des conditions de travail.

La démocratie : Processus de gestion démocratique intégré dans les statuts et les pratiques impliquant l'ensemble des membres. Le quotidien se caractérise par du travail d'équipe et en comité. La circulation de l'information se fait de façon transparente.

L'autonomie de gestion : L'entreprise d'économie sociale est créée par et pour la communauté à partir de besoins identifiés. L'autonomie des entreprises et des groupes dirigeants est indispensable pour le choix des orientations et la gestion, mais ne peut en aucun cas nier la responsabilité de l'État.

La participation : L'entreprise d'économie sociale fonde ses activités sur le principe de la participation citoyenne, la prise en charge et la responsabilité individuelle et collective. Enracinée dans le milieu, l'entreprise peut compter sur l'appui de la communauté et le partenariat avec les différentes instances.

Le gouvernement du Québec a mandaté les CLD du Québec pour faire l'évaluation et la reconnaissance des entreprises d'économie sociale. Cette reconnaissance est effectuée par les CLD via une « **grille d'évaluation** » qui a été reconnue par tous les CLD du Bas-Saint-Laurent. Pour obtenir sa reconnaissance, l'entreprise doit faire une demande de reconnaissance au CLD de son territoire et satisfaire aux exigences des cinq principes d'économie sociale à travers ses pratiques de gestion.

En raison de la mouvance à la fois de ses ressources humaines et des personnes impliquées à sa gouvernance, le défi du respect des cinq principes à la base de l'économie sociale est constant. Ainsi, il est recommandé à l'entreprise et à ses dirigeants de faire une autoévaluation à tous les deux ans via une fiche de suivi spécifique à cette fin. Ce mode d'autoévaluation est primordial, car il visé à assurer le maintien de la notoriété du réseau d'entreprises d'économie sociale au Bas-Saint-Laurent. Les pratiques de gestion doivent se

traduire à travers le service rendu à la collectivité qui s'attend à ce qu'elles soient respectueuses des valeurs de l'économie sociale.

3. L'« IMAGE DE MARQUE », c'est quoi ?

L'image de marque est une représentation visuelle, utilisée par un groupe ou un réseau d'entreprises, dans le but de développer sa notoriété. En économie sociale, elle vise particulièrement à transmettre un message au public à l'effet que les entreprises d'économie sociale partagent des valeurs communes et des pratiques de gestion basées sur la finalité sociale, la primauté des personnes, la démocratie, l'autonomie de gestion ainsi que la participation. Au Bas-Saint-Laurent, l'image de marque choisie est « *Entreprise de valeurs* » accompagnée du slogan « *Pour des communautés solidaires et durables* ».



Cette image de marque fut lancée dans le cadre du 3^e colloque régional des entreprises d'économie sociale qui eut lieu en novembre 2009 et qui soulignait les dix ans de reconnaissance de l'économie sociale. L'image de marque est une initiative spécifique au Bas-Saint-Laurent.

L'image de marque est un nom réservé légalement et son utilisation n'est possible qu'avec l'autorisation des CLD du Bas-Saint-Laurent. Seules les entreprises reconnues sont l'autorisées à utiliser cette image de marque. L'utilisation ou toute reproduction de cette image de marque est interdite sans l'autorisation des CLD du Bas-Saint-Laurent.

3.1 Les objectifs poursuivis

- Développer la notoriété des entreprises d'économie sociale au Bas-Saint-Laurent;
- Faire connaître les forces et les retombées des entreprises d'économie sociale pour la collectivité;
- Informer et sensibiliser le consommateur sur les valeurs propres aux entreprises;
- Renforcer la fierté des entreprises d'économie sociale du Bas-Saint-Laurent;
- Mieux faire connaître les retombées des actions et des activités de ces entreprises pour la collectivité;
- Susciter l'achat dans ces entreprises;
- Augmenter le sentiment d'appartenance des milieux à l'implantation et à la conservation de services accessibles et de qualité;
- Favoriser le réseautage des entreprises;
- Susciter le partage d'expertise entre les entreprises.

3.2 Les implications liées à l'image de marque

L'adhésion à l'image de marque représente un privilège, mais implique également des responsabilités. Cette image accordée à l'entreprise d'économie sociale suppose le respect des principes à la base de l'économie sociale à travers l'ensemble de ses pratiques de gestion. Ainsi, l'adhésion de l'entreprise à l'image de marque indique clairement au public que l'entreprise appartient à un mouvement plus large, formé d'entreprises de différents secteurs, qui travaillent à un grand projet visant le développement d'une société juste et égalitaire.

Pour utiliser l'image de marque, les entreprises doivent répondre aux exigences suivantes :

1. Obtenir la reconnaissance à titre d'entreprise d'économie sociale par le CLD de son territoire. Cette reconnaissance se traduit par un certificat démontrant que l'entreprise a répondu à la « **Grille d'évaluation d'une entreprise d'économie sociale** », reconnue par tous les CLD du Bas-Saint-Laurent.
2. Utiliser les outils de promotion selon les normes établies pour ses communications et ses relations publiques.

Remplir à tous les deux ans une « **fiche de suivi** » portant sur le respect des principes d'économie sociale et l'acheminer au CLD de son territoire.

3.3 Modalités de reconnaissance

À compter de janvier 2010, toutes les entreprises d'économie sociale reconnues recevront le certificat ainsi que le matériel promotionnel de l'image de marque.

Pour les entreprises d'économie sociale qui ont été reconnues depuis moins de 24 mois, ces dernières recevront automatiquement le certificat et le matériel promotionnel.

Pour les entreprises dont la reconnaissance date de plus de 24 mois, une nouvelle évaluation devra être faite. C'est le CLD de chaque territoire qui a la responsabilité de contacter ces entreprises pour procéder à la reconnaissance.

3.4 Matériel et outils

L'image de marque implique nécessairement des outils qui doivent être utilisés avec diligence et cohésion. C'est ainsi que des modes d'utilisation sont énoncés et doivent être respectés.

a) Certificat de reconnaissance :



Le certificat de reconnaissance est émis lorsque l'entreprise a été reconnue par son CLD.

Règle d'utilisation : Le certificat devra être affiché dans la place d'affaires de l'entreprise et visible à la fois par les employés et la clientèle.

b) Matériel promotionnel :

Une trousse promotionnelle sera remise à chaque entreprise qui obtiendra sa reconnaissance. Cette trousse promotionnelle contiendra le matériel suivant :

1. Une affiche plastifiée : « **Entreprise de valeurs** » avec l'énumération des principes à la base de l'économie sociale.



Règle d'utilisation : Cette affiche devra être placée dans l'environnement de l'entrée principale de l'entreprise ou dans une fenêtre visible du public.

2. Autocollants « **Entreprise de valeurs** »



Règle d'utilisation : À apposer sur les enveloppes, le papier en-tête de correspondance ou tout autre document de diffusion.

Les autocollants seront fournis de la façon suivante :

- Une feuille complète d'autocollants sera remis à l'entreprise lors de sa reconnaissance avec le fichier requis pour impression sur format d'étiquettes de marque « **AVERY numéro 8293** ».
- L'étiquette format JPG pour utilisation sur support informatique.

- Une version électronique du personnage « Valeureux » dans diverses situations pour utilisations variées au choix de l'entreprise



c) La fiche de suivi :

L'entreprise reconnue « entreprise d'économie sociale » recevra, à tous les deux ans, une « Fiche de suivi des principes en économie sociale ». Cette fiche est simple à compléter et elle devra être retournée au CLD de son territoire. Cette fiche permettra de voir comment l'entreprise assure la continuité de son adhésion aux principes de l'économie sociale tout en maintenant à jour les informations sur les entreprises d'économie sociale du Bas-Saint-Laurent. À la réception de cette fiche, le CLD émettra un nouveau certificat de reconnaissance.

4. En guise de conclusion

Adhérer à une image de marque constitue un atout important pour la reconnaissance des entreprises d'économie sociale du Bas-Saint-Laurent. Cette adhésion vient renforcer la cohésion d'un ensemble d'entreprises oeuvrant dans différents secteurs et qui partage des valeurs qui leur sont propres dans leur mode de fonctionnement. L'image de marque « *Entreprise de valeur, pour des communautés solidaires et durables* » vient confirmer aux différents partenaires et à la population que les entreprises d'économie sociale font partie d'un vaste mouvement résolument impliqué dans le développement de leur région pour une société juste et égalitaire.