



AVIS n°38

Plan de relance de la Wallonie – Axe 4, O.S. 4.1.,
O.O. 4.1.3.

Projet n°239 : « *Promouvoir, informer et sensibiliser les cibles stratégiques à l'économie sociale et les aider à devenir acteurs, travailleurs et entrepreneurs, de l'économie sociale et coopérative* »

Avis adopté le 27/04/2022
(consultation électronique)

1. INTRODUCTION

Le 13 avril 2022, en application de l'article 2, alinéa 2, du décret du 20 novembre 2008¹ relatif à l'économie sociale, le Gouvernement a sollicité l'avis du Conseil wallon de l'Economie sociale (CWES) sur l'appel à projets n°239 du Plan de Relance de la Wallonie (PRW) intitulé « *Promouvoir, informer et sensibiliser les cibles stratégiques à l'économie sociale et les aider à devenir acteurs, travailleurs et entrepreneurs, de l'économie sociale et coopérative* ». Ce projet s'inscrit dans l'Axe 4 : « Soutenir le bien-être, la solidarité et l'inclusion sociale », l'Objectif stratégique 4.1 : « Renforcer l'inclusion sociale » et l'objectif opérationnel 4.1.3. « Encourager l'économie sociale et solidaire » du PRW.

Lors d'une réunion organisée en visioconférence, le 19 avril 2022, le Conseiller en Economie sociale du Cabinet de Madame la Ministre Christie MORREALE a présenté au CWES le dossier composé de la note au gouvernement wallon, du projet d'AGW et du descriptif de l'appel à projets 2022.

L'avis définitif du CWES a fait suite à une consultation électronique qui s'est clôturée le 27 avril 2022.

2. EXPOSE DU DOSSIER

2.1. Contexte

- Dans le cadre de la Déclaration de politique régionale 2019-2024, le Gouvernement wallon encourage activement le développement de l'économie sociale grâce à des dispositifs renforcés de soutien au lancement et au développement des entreprises du secteur en Wallonie.
- La valorisation du potentiel de l'économie sociale s'inscrit dans la feuille de route Alternativ'ES Wallonia², qui compte pour rappel les trois axes stratégiques suivants :
 - o Soutenir l'innovation sociale et faciliter le processus de création d'entreprises d'économie sociale ;
 - o Favoriser le processus de professionnalisation et de changement d'échelle des entreprises d'économie sociale pour renforcer leur impact social ;
 - o Rendre visibles et promouvoir les entreprises d'économie sociale dans les secteurs prioritaires : alimentation et circuits-courts, énergie, logement, secteur culturel, secteur de la réutilisation de biens et des matières.
- Le quatrième axe du Plan de relance de la Wallonie, intitulé « Soutenir le bien-être, la solidarité et l'inclusion sociale », ambitionne de faire face à la paupérisation croissante de la population en proposant à tous et toutes un emploi de qualité et un cadre de formation performant tout au long de la vie. L'objectif stratégique 4.1., intitulé « Renforcer l'inclusion sociale », veut faire de la Wallonie une société inclusive.

¹ Décret du 20 novembre 2008 relatif à l'économie sociale, article 2 : « Le Gouvernement peut également, après avis du Conseil wallon de l'Economie sociale visé à l'article 4, proposer la mise en œuvre d'actions et de projets spécifiques, éventuellement à l'aide des dispositifs visés à l'alinéa 1er, dans des domaines ou secteurs particuliers ».

² Gouvernement wallon, 26 novembre 2020 (Point B.22), Alternativ'ES Wallonia : la Stratégie de la Wallonie pour soutenir le développement de l'économie sociale (note d'orientation), p. 4-5.

2.2. Constat sectoriel

- Suivant les chiffres de l'Observatoire de l'Economie sociale, celle-ci représente plus de 12% de l'emploi en Belgique francophone³, soit un emploi sur huit, et génère 20% de la création nette d'emploi. Cependant, l'économie sociale souffre encore d'un déficit de notoriété et n'est pas toujours aisée à comprendre pour le grand public. Le sondage mené en juin 2020⁴ par ConcertES montre que si l'économie sociale jouit d'une excellente opinion publique, la connaissance de ses principes fondamentaux et l'identification de son offre demeurent mitigées. Seuls 35 % des répondants reconnaissent facilement un service ou produit issu de l'économie sociale. Ils sont près de 80 % à affirmer qu'ils pourraient consommer davantage si cette offre était plus visible. De même, 77 % des répondants affirment qu'un choix plus large de produits et de services pourrait les inciter à consommer davantage. Sur l'ensemble du panel, 80% des répondants estiment qu'il est important de sensibiliser les consommateurs à ce mode de consommation. Cependant, sa diversité nuit à la lisibilité de ses quatre principes fondamentaux et de son offre de biens et services.
- C'est pourquoi la SA W.ALTER, société anonyme d'intérêt public, a été mandatée pour poursuivre, en 2020 et 2021, des actions de communication pour promouvoir le modèle entrepreneurial coopératif en Wallonie, dirigées vers les jeunes entrepreneurs et vers un public plus âgé tenté par une reconversion professionnelle. Cette expérience sectorielle a permis de tirer plusieurs enseignements⁵ à prendre en compte dans l'élaboration de la future campagne sectorielle. Le 16 décembre 2020, le Gouvernement wallon a confié une mission déléguée à W.ALTER⁶ visant à mener une campagne de promotion de l'économie sociale en Wallonie en collaboration avec ConcertES, dans le cadre de la campagne intitulée « Notre futur. Justement »⁷.
- De plus, dans le cadre du projet « DigitalESS »⁸, ConcertES, Unipso et l'Agence du Numérique ont également mené une campagne de promotion et de sensibilisation sur les opportunités offertes par la digitalisation auprès des entreprises d'économie sociale (direction, cadre, travailleurs). Cette campagne a permis de créer une image de marque claire auprès du public jeune de 18-35 ans sur le territoire wallon et d'autre part, de renforcer la compréhension, l'appartenance et la revendication des acteurs de terrain à l'économie sociale.

³ Données 2018 de l'Observatoire de l'Economie sociale : 11.434 entreprises d'économie sociale et 260.642 emplois en Région wallonne et Région de Bruxelles-Capitale.

⁴ Dedicated, Juin 2020, Mesure de la notoriété de l'Economie sociale en Belgique francophone.

⁵ Parmi les enseignements: la nécessité d'un message pédagogique simple mais sortant du jargon « transition » un peu usurpé ; le passage à l'acte coopératif reste un processus long et complexe ; la nécessité de capitaliser sur la nouvelle offre de financement pour porteur de projet ; une offre d'accompagnement des porteurs pas toujours facile à démêler et enfin, le contexte de la crise sanitaire (« Covid ») qui tend à accélérer les aspirations à une autre économie.

⁶ Gouvernement wallon, 24 septembre 2020 (A.16), « Relance du secteur de l'économie sociale en Wallonie et soutien au développement des sociétés coopératives. Souscription à une augmentation de capital de la SOWECSOM (« W.ALTER ») à hauteur de 3,75 millions d'euros et mission déléguée de promotion de l'économie sociale et coopérative en Wallonie.

⁷ Pour plus d'information : <https://futur.economiesociale.be/>

⁸ Gouvernement wallon, 10 décembre 2019, Octroi d'une subvention à l'Agence du numérique pour financer le projet «Accompagnement et soutien à la digitalisation des entreprises d'économie sociale en Wallonie », B75.

2.3. Objectifs

En cohérence avec la Stratégie Alternativ'ES Wallonia, les objectifs du projet n°239 du Plan de relance sont les suivants :

- Renforcer la communication sectorielle de l'économie sociale en Wallonie à travers un «branding » économie sociale afin de fédérer les acteurs de l'économie sociale autour d'une identité de marque forte ;
- Renforcer le sentiment d'appartenance des cibles stratégiques (citoyens, travailleurs notamment porteurs d'un handicap, consommateurs, porteurs de projets, entreprises, collectivités) autour d'un projet de société solidaire, durable et créateur d'emplois ;
- Promouvoir l'innovation sociale et l'entrepreneuriat coopératif (start up, pré-crédation) sur des chaînes de valeurs d'Alternativ'ES Wallonia en valorisant les bonnes pratiques du secteur ;
- Opérationnaliser des actions de communication intra-sectorielles auprès des opérateurs et des acteurs de l'économie sociale en associant les fédérations ;
- Tendre vers un objectif de conversion des parties prenantes, c'est-à-dire passer du stade de l'information/sensibilisation au stade de l'action/de l'entrepreneuriat social et coopératif en lien avec le projet d'incubateur ;
- Etendre le public cible aux 35-54 ans, en ce compris de nouveaux groupes socio-professionnels comme les femmes, les candidats entrepreneurs, les travailleurs, notamment ceux porteurs d'un handicap, les entreprises (marché B2B), les pouvoirs locaux (soutien à l'économie sociale dans les Villes et communes, CPAS, intercommunales, ...) et la presse ;
- Vulgariser, visibiliser, et définir une image claire, compréhensible et inspirante de l'économie sociale et coopérative (ses réalités, son impact social, économique et environnemental, ses leviers et outils, ses opportunités ...) ;
- Mettre en exergue les perspectives professionnelles offertes par l'économie sociale en ce compris le secteur des ETA au regard des secteurs d'activités attractifs et d'avenir ;
- Montrer, via des « success stories », que l'économie sociale est un vrai levier pour le déploiement social, économique et environnemental en Wallonie en lien avec les projets stratégiques d'Alternativ'ES Wallonia (digitalisation, impact social, etc.).

2.4. Opérationnalisation

Dans la continuité de la campagne « Notre futur. Justement » piloté en 2020-2021 par W.ALTER, le projet n°239 vise à élaborer, mettre en oeuvre et évaluer annuellement une série d'actions de promotion, de sensibilisation, de communication et de structuration de l'économie sociale et coopérative en Wallonie et ce, pour répondre à un triple objectif (notoriété, conversion, communication intra-sectorielle). La période de référence s'étend du 1^{er} janvier 2022 au 31 décembre 2024.

La SA W.ALTER est mandatée par le Gouvernement wallon, sur proposition de la Ministre Morreale, pour piloter ce projet aux côtés de ConcertES, des fédérations sectorielles d'économie sociale (InitiativES, Ressources, EWETA) ainsi que l'Agence du Numérique en lien avec le projet «DigitalESS ». Plus précisément, ConcertES sera mandatée, via une convention, pour représenter les entreprises d'économie sociale et les fédérations sectorielles de l'économie sociale à travers son GT «Communication ».

La nouvelle campagne de communication est articulée autour de trois objectifs :

- Notoriété
 - Susciter l'envie de consommer, de travailler et d'entreprendre dans le secteur de l'économie sociale auprès de 18-35 ans dans la continuité de la campagne « Notre futur, justement » et ce, en intégrant une approche genre ainsi qu'une attention particulière aux personnes porteuses d'un handicap;
 - Etendre le public cible de la campagne au public de plus de 35 ans en garantissant l'égalité des chances, le respect du genre (capsule vidéo et témoignages tant des femmes que des hommes) et la prise en compte du handicap dans le déploiement des outils (handistreaming) ;
 - Renforcer la communication vers la presse pour augmenter la visibilité du secteur en ce compris les entreprises de travail adapté (ETA) ;
 - En cohérence avec la Déclaration de politique régionale, promouvoir l'économie sociale wallonne au-delà de nos frontières dans le cadre de réseaux européens (GECES, CESE, Comité de suivi de la Déclaration du Luxembourg) et internationaux (GSEF, CIRIEC).
- Conversion
 - Améliorer l'annuaire en ligne des entreprises d'économie sociale pour en faire un outil pratique grand public ;
 - Réaliser des campagnes de promotion de minimum 3 filières d'économie sociale liées à la Stratégie Alternativ'ES Wallonia (par exemple : circuit court alimentaire, énergie renouvelable et réutilisation des biens et matières) ;
 - Réaliser une campagne de promotion sur l'entrepreneuriat en économie sociale incluant des témoignages inspirants d'entrepreneuses sociales et de cheffes d'entreprises d'économie sociale ;
 - Promouvoir et faciliter la digitalisation des entreprises d'économie sociale en Wallonie en assurant notamment la diffusion des outils digitaux élaborés par l'Agence du Numérique dans le cadre du projet « DigitalESS » ;
 - Réaliser une campagne sur l'employabilité du secteur (« employer branding ») et les atouts des entreprises d'économie sociale, en ce compris les ETA, pour attirer les demandeurs d'emploi, les travailleurs porteurs de handicap ainsi que les jeunes diplômés tant les femmes que les hommes.
- Communication intra-sectorielle
 - Créer et diffuser une signalétique « économie sociale » auprès des acteurs et des entreprises du secteur en ce compris les entreprises de travail adapté ;
 - Organiser des événements sectoriels pour augmenter le sentiment d'appartenance et créer des synergies au sein du secteur ;
 - Mettre en place des outils de communication intra-sectorielle (plateforme, newsletter, médias sociaux...) en intégrant une approche genre (rôle des femmes dans les instances décisionnelles, ...) ;
 - En lien avec le déploiement de chaires universitaires en économie sociale en Wallonie, organiser au minimum un événement (colloque académique, université d'été) à l'échelle européenne sur l'économie sociale en collaboration avec le GT « Affaires européennes en économie sociale », par exemple, dans le cadre de Présidence belge au Conseil de l'Union européenne en 2024.

2.5. Valeurs cibles

Les livrables de cette campagne sont les suivants :

- Sondage de notoriété ;
- Baromètre relatif à l'engagement des entreprises wallonnes dans le secteur de l'économie sociale ;
- Campagnes de promotion de l'économie sociale et coopérative ;
- Evaluations des campagnes de promotion ;
- Evénements intra-sectoriels à destination des opérateurs d'économie sociale et des entreprises de l'écosystème ;
- Outils de communication ;
- Participation à des manifestations européennes et internationales pour promouvoir l'économie sociale wallonne ;
- Evénements organisés à l'échelle européenne sur la thématique des enjeux de l'économie sociale et de la promotion des bonnes pratiques entrepreneuriales en Wallonie.

2.6. Rapport genre et approche « handistreaming »

L'approche « genre » sera intégrée dans la création, le développement et la diffusion de ses outils de communication. Par exemple, à travers le portrait d'entrepreneurs et d'entrepreneuses sociales (vidéo, campagne d'affichage) ainsi que le témoignage tant des hommes que des femmes dans des secteurs d'activité qui présentent un déséquilibre manifeste en termes de représentation homme-femme (colloque, table ronde). Des outils seront développés, par exemple, pour sensibiliser et promouvoir le rôle et la place des femmes dans les fonctions de top management.

En matière de politique de soutien aux personnes porteuses d'un handicap (« test handistreaming »), les entreprises de travail adapté (ETA), en tant qu'entreprises d'économie sociale au sens de l'article 2 (5°) du décret du 20 novembre 2008, seront pleinement intégrées dans la campagne de promotion de l'économie sociale en Wallonie, notamment en valorisant le travail des personnes porteuses d'un handicap et leurs conditions de travail et ce, afin d'éviter la différence de traitement entre les personnes avec handicap et sans handicap. Pour ce faire, des outils de communication (vidéo, campagne d'affichage) et des témoignages de personnes présentant des incapacités physiques, mentales, intellectuelles ou sensorielles durables et travaillant dans les ETA, seront mis en œuvre dans le cadre du projet PRW n° 239 et ce, en collaboration avec l'EWETA, la Fédération Wallonne des Entreprises de Travail Adapté (ETA). Ainsi, l'objectif est de promouvoir les bonnes pratiques entrepreneuriales ainsi que les conditions de travail au sein de ce secteur porteur de sens représentant 54 ETA, 10.000 emplois dont 8.500 par des personnes en situation de handicap.

2.7. Budget 2022-2024

Pour l'année 2022⁹, l'impact budgétaire du projet est de 3.000.000 euros en crédits d'engagement et 1.500.000 euros en crédits de liquidation ; pour l'année 2023, à titre indicatif, 1.500.000 euros et

⁹ Pour l'année 2022, le Gouvernement wallon décide d'engager une somme de 3.000.000,00 € (trois millions d'euros) à charge de l'AB du Programme 10.122 - Domaine fonctionnel 122.043 - Compte budgétaire 84140000 de la catégorie 19 sur base du budget général des dépenses de la Région wallonne pour la période budgétaire 2022.

2.500.000 euros respectivement ; pour l'année 2024, à titre indicatif, 500.000 euros de crédits de liquidation.

2.8. Comité d'accompagnement

Un Comité d'accompagnement est constitué en vue de superviser le bon déroulement des actions entreprises dans l'accomplissement de la mission déléguée. Il est composé :

- d'un ou plusieurs représentants de la Ministre ayant l'Economie sociale dans ses attributions ;
- d'un ou plusieurs représentants de la Direction de l'Economie sociale du Service public de Wallonie Economie Emploi et Recherche ;
- d'un représentant de ConcertES ;
- d'un ou plusieurs représentants de la SA W.ALTER.

3. AVIS

Le CWES salue et l'initiative portée par les concepteurs de l'appel à projets visant à *Promouvoir, informer et sensibiliser les cibles stratégiques à l'économie sociale et les aider à devenir acteurs, travailleurs et entrepreneurs, de l'économie sociale et coopérative* dans le cadre des axes stratégiques de la Feuille de route de l'Economie sociale, dont le soutien à l'innovation sociale et au processus de création d'entreprises d'économie sociale, avec pour corollaire la création d'emplois de qualité et durables.

Il salue en particulier :

1. **la volonté des concepteurs du projet de travailler en « B 2 B » et de toucher, entre autres, les ETA** : des partenariats commerciaux peuvent émerger entre les entreprises classiques et les 50 ETA agréées pourvoyeuses d'emplois pour le public porteur de handicap, notamment. Le CWES rappelle que l'une de ses composantes, le secteur des ETA, se trouve en situation financière tendue, mettant dès lors à l'épreuve sa capacité d'innovation vers de nouvelles activités porteuses qui répondent aux besoins de la société. Le CWES est d'avis que la mesure transversale visant à soutenir les marchés publics durables qui intègrent des clauses environnementales, sociales et éthiques (dont les mesures pour favoriser la participation des entreprises d'économie sociale d'insertion – ETA, EFT, EI) aux marchés publics) est à même de servir cet objectif.
2. **le potentiel de création d'emplois durables et de qualité** pour, notamment, les demandeurs d'emploi engagés dans économie sociale d'insertion et envisageant une sortie positive vers d'autres entreprises à l'issue d'un job coaching.

Il remarque toutefois une faiblesse potentielle du projet au niveau de la mise en réseau des acteurs, tant citoyens que collectifs et entreprises, et de la phase **d'identification des besoins sociétaux** auxquels les entrepreneurs vont pouvoir répondre via une offre de services. Il convient à son estime **d'étendre la sensibilisation** au ciblage de certains besoins spécifiques, dont le « B 2 C » (par exemple : des groupes citoyens tentent d'identifier les besoins dans une démarche grand public, et voir dans quelle mesure il y a lieu de créer une entreprise pour répondre à ces besoins).

Le CWES, via sa composante « agences-conseils », exprime l'idée que le soutien aux projets d'économie sociale va de la sensibilisation grand public très généraliste à l'accompagnement de

collectifs de porteurs de projet dont certains partent d'une intuition et non d'un besoin, et qui essaient de trouver leur public cible à l'instar des entreprises classiques. En partant des besoins constatés et suffisamment répandus au niveau des citoyens et des entreprises, on peut construire des projets d'entreprise porteurs.

Ainsi, il s'agit à son estime de favoriser la mise en réseau du grand public, des entreprises, des citoyens, des coopératives de consommateurs, pour pouvoir chiffrer l'ampleur d'un besoin commun au niveau de la Wallonie, et communiquer à destination des porteurs de projet potentiels, sur l'objectivation des besoins et l'opportunité de développement d'entreprises sociales qui y répondent.

En conclusion, moyennant cette précision, **le CWES rend un avis positif à l'opérationnalisation de l'appel à projets n°239 du Plan de Relance de la Wallonie** intitulé « *Promouvoir, informer et sensibiliser les cibles stratégiques à l'économie sociale et les aider à devenir acteurs, travailleurs et entrepreneurs, de l'économie sociale et coopérative* ».

Denis MORRIER,
Président du CWES

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "P.O. Anne Guillick", with a horizontal line underneath.

p.o. Anne GUILLICK,
Secrétaire du CWES

La réunion de la Commission du 19 avril 2022 a été organisée par visioconférence. Dès lors, conformément à l'article 8 (procédure électronique) du règlement d'ordre intérieur (ROI) du CWES, le projet d'avis, résultant de la décision dégagée en séance a fait l'objet d'une ultime consultation des membres. Cet avis a dès lors été adopté à l'issue de cette procédure électronique qui s'est clôturée en date du 27 avril 2022.