

Mihai Vărzaru

SUPORT DE CURS

INOVAREA SOCIALĂ

INTRODUCERE

Creșterea economică este un proces deosebit de complex, influențat de o multitudine de factori, unii având o acțiune directă și un caracter prioritar și decisiv, alții o acțiune mediată de primii. Între factorii cu influență nemijlocită, decisivă asupra creșterii economice, se înscriu factorul uman (resursele de muncă), factorul material (resursele naturale și echipamentele de producție acumulate) și factorul informațional-tehnologic.

În calitate de neofactor, factorul informațional-tehnologic are în prezent un rol decisiv în procesul creșterii economice. Acest factor prezintă o importanță deosebită atât la nivel microeconomic, pentru managerii de firme în demersul de stabilire a strategiei în afaceri, cât și la nivel macroeconomic, unde se manifestă plenar acel sector al informației specializat în generarea și transformarea acestor resurse într-o utilitate intelectuală pentru consumatorii ei. Un rol important îl are inovarea tehnologică, privită drept principal generator de informație cu finalitate aplicativă.

Atât la nivel microeconomic, cât și la nivel macroeconomic, inovarea apare, în prezent, drept principala sursă internă de avantaj competitiv. Potențialul de inovare tehnologică al unei organizații sau al unei țări este condiționat de fondurile pentru cercetare-dezvoltare alocate unor astfel de investiții, de calitatea factorului uman implicat în acest proces și de cadrul organizatoric oferit.

O simplă analiză a multiplelor dificultăți ale modelului economic de la sfârșitul anilor '70 și amploarea crizei economico-sociale actuale au favorizat un interes crescut pentru inovare, care a devenit principalul vector al unei noi creșteri. S-a observat, de asemenea, că încrederea în progresul tehnologic ca răspuns la situațiile de criză și-a atins limitele sale. Și acest lucru mai ales în condițiile în care creșterea economică nu a fost însoțită în mod automat de un progres social accesibil tuturor, ci de accentuarea unei polarizări a bogăției.

Finalitatea unei creșteri și a unei stabilități economice este dezvoltarea economică și socială a unei țări, a unei regiuni, a unei localități. În primul rând, trebuie menționat faptul că dezvoltarea economică reprezintă un concept cantitativ și calitativ cu o sferă de cuprindere mult mai largă decât cea de creștere economică. În timp ce creșterea economică se măsoară cu un set restrâns de indicatori, dintre care cel mai important este ritmul de creștere a PIB-

ului, dezvoltarea economică și socială implică asigurarea unui echilibru dinamic pe termen lung, proiectarea unor traiectorii de creștere sustenabilă care să se bazeze pe utilizarea optimă a tuturor resurselor disponibile, dezvoltarea continuă a potențialului inovativ și a capitalului uman, crearea și dezvoltarea unor instituții puternice, care să favorizeze creșterea economică și, evident, dar nu în ultimul rând, asigurarea unei repartii judicioase a veniturilor și a avuției membrilor societății sau colectivității.

Date fiind consecințele profund negative ale modelului de dezvoltare economică pe care s-a bazat evoluția statelor lumii până în prezent –generator de risipă a resurselor, poluare, dezechilibre majore între state și zone ale lumii etc.– oamenii de știință și numeroși decidenți politici propun un nou model de dezvoltare, denumit dezvoltare umană durabilă.

Acest model propune o viziune globală asupra dezvoltării, bazată pe reconcilierea între actuala dezvoltare economică și mediul înconjurător, astfel încât să se realizeze progresul uman pentru întreaga planetă și pentru un viitor îndelungat. Strategia dezvoltării umane durabile răspunde necesităților prezentului, fără a compromite însă posibilitățile de satisfacere a trebuințelor generațiilor viitoare.

Dezvoltarea umană durabilă implică:

- o creștere economică intensivă;
- asigurarea calității mediului ambiant;
- crearea cadrului favorabil pentru soluționarea problemelor sociale cu care se confruntă individul și colectivitățile în spiritul justiției sociale, al democratizării etc.

Conferința Națiunilor Unite pentru Mediu și Dezvoltare (UNCED) de la Rio de Janeiro (1992) a decis măsurarea progresului țărilor lumii cu ajutorul unor indicatori care reflectă speranța medie de viață la naștere, rata de instruire și PIB pe locuitor; care luați împreună formează indicatorul dezvoltării umane (IDU).

Într-un astfel de context, inovarea socială pare a fi o nouă soluție, un răspuns responsabil care nu numai că poate stimula creșterea, dar oferă și o formă mai echitabilă de împărțire a rezultatelor sau chiar de redefinire a politicilor sociale. Pe scurt, ea este adesea prezentată ca o modalitate de a combina aspirația de schimbare (un pas spre o nouă modernitate) cu o formă de garanție a echității și a justiției sociale, care să se bazeze pe creativitatea actorilor și, în special, a actorilor privați.

Termenul de "inovare socială" se referă la o deplasare a atenției de la tehnologie sau întreprindere către societate. Dar termenul, deși folosit din ce în ce mai mult, este polisemic și acoperă definiții și realități diverse.

I. DEFINIȚII ȘI DIMENSIUNI ALE INOVĂRII

I.1. DEFINIȚII ALE INOVĂRII

La nivel macroeconomic, inovarea este recunoscută ca factorul dominant al creșterii economice și al specializării comerciale a țărilor (OECD, 1997). Ea este considerată ca

esențială pentru salvarea industriei occidentale (Midler ș.a., 2012). Inovațiile radicale fac schimbări mari în lume și inovațiile progresive continuă să alimenteze schimbarea economică.

Organizația pentru Cooperare și Dezvoltare Economică (OCDE) definește inovarea ca fiind "ansamblul demersurilor științifice, tehnologice, organizaționale, financiare și comerciale care determină sau urmează să conducă la realizarea de produse sau procese noi sau îmbunătățite tehnologic". Manualul de la Oslo al aceleiași organizații, ediția din 2005, consideră inovarea "punerea în practică, respectiv comercializarea sau implementarea, de către o întreprindere și pentru prima dată, a unui produs (bun sau serviciu) sau a unui procedeu (de producție) nou sau semnificativ îmbunătățit, a unei noi metode de comercializare sau a unei noi metode de organizare în practicile unei întreprinderi, în organizarea locului de muncă sau în relațiile cu exteriorul.

Pentru Academia din Rouen inovarea este "un demers structurat în jurul unui proces, care trebuie să răspundă de o manieră creativă unei nevoi identificate prin crearea de valoare și prin asigurarea acceptării sale de către destinatari". Cei trei piloni fondatori ai inovării sunt considerați:

- creativitatea, care reprezintă abilitatea umană de a genera ceva nou, într-o anumită situație. A fi creativ înseamnă a identifica o nouă soluție la o problemă care apare;
- valoarea, ce reprezintă inima inovării. Crearea de valoare este rațiunea de a fi a oricărei inițiative de inovare. Aceasta corespunde la ceea ce se aduce în comparație cu ceea ce costă. Acesta poate fi definită ca fiind raportul dintre satisfacție și resurse;
- conducerea schimbării, care este condiția necesară pentru inovare. Inovarea va fi posibilă numai dacă segmentele vizate (clienții) acceptă noutatea și și-o însușesc, iar acest proces reprezintă socializarea. Socializarea corepunde faptului că publicul cumpără și este satisfăcut de inovarea promovată.

Mai concret, inovarea înseamnă producerea și difuzarea unei noutăți pentru piață sau pentru o întreprindere, care necesită o asumare de riscuri și care răspunde unor cerințe sau utilizări. Ea este binevenită întreprinderii, partenerilor săi și utilizatorilor finali, deoarece este în concordanță cu utilizări emergente. În final, ea este o sursă de progres pentru societate. Inovarea este, deci, în același timp, o acțiune, un proces și un rezultat (rezultatele) al (ale) acestei acțiuni.

I.2. DIMENSIUNILE ȘI CONDIȚIILE INOVĂRII

Pentru a califica un proces drept o inovare trebuie să se facă apel la natura însăși a noutății pe care acesta o introduce. Se pot astfel identifica șase dimensiuni, care includ și inovarea socială. Inovările combină de cele mai multe ori mai multe dimensiuni. Ele pot avea intensități diferite, de la inovarea incrementală (îmbunătățirea unei situații existente), la inovarea radicală (transformare profundă).

Tabelul 1

Dimensiunile inovării

Nr. crt.	Dimensiune a inovării	Conținut (caracteristici)
1.	De produs, de serviciu sau de utilizare	Ameliorează produsele, serviciile, utilizările (uzanțele) existente și introduce altele noi
2.	De procedeu sau de organizare	Schimbă maniera în care întreprinderea își organizează munca și canalul său logistic
3.	De marketing și comercială	Schimbă prezentarea, distribuția, tarificarea, promovarea ofertei
4.	De modele de afaceri	Reorganizează structura veniturilor și a costurilor
5.	Tehnologică	Crează sau integrează una sau mai multe noutăți tehnologice
6.	Socială	Aduce răspunsuri noi la nevoi sociale puțin sau defectuos satisfăcute

Sursa: Guide "Innovation nouvelle generation", Bpifrance, 2015

Dincolo de aceste categorii, ceea ce este important de reținut în definiția inovării este faptul că ea presupune existența concomitentă a două componente: noutatea, pe de o parte, și implementarea acestei noutăți, pe de altă parte. Noutatea este recunoscută în mod evident atunci când un produs, un proces sau o metodă sunt concepute pentru prima dată în lume. Dar noutatea este, de asemenea, luată în considerare la nivelul unei întreprinderi atunci când aceasta realizează un produs, un procedeu, un mod de comercializare sau de organizare noi pentru aceasta, chiar dacă ele au fost deja realizate în alte organizații asemănătoare.

Un alt grad de difuzare a inovării poate fi definit, de asemenea, la scara pieței. În această accepțiune, introducerea unui produs existent pe o piață nouă înseamnă, de asemenea, a inova. În cele din urmă, îmbunătățirea semnificativă este de asemenea considerată o promotoare a inovării. Ea este uneori calificată drept inovare progresivă (sau incrementală), comparativ cu inovarea radicală (sau de ruptură) oferită de o noutate reală.

Caracteristica comună pentru toate categoriile inovării este aceea că, pe lângă noutatea lor, ele trebuie să fi fost puse în aplicare pentru a deveni inovări, adică efectiv desfășurate și utilizate la nivelul pieței sau al întreprinderii.

II. INOVAREA SOCIALĂ

De curând a apărut noțiunea de inovare socială, care și din aceste considerente continuă să utilizeze mai multe definiții. Majoritatea specialiștilor este de acord cu faptul că acest concept oferă noi răspunsuri la nevoile sociale care sunt deloc sau nu sunt pe deplin

satisfăcute în toate sectoarele (locuri de muncă, sănătate, alimentație, mobilitate, energie, locuințe, mediu etc.). Promovată de diverși actori (organizații), inovarea socială oferă soluții eficiente la probleme și provocări complexe, pe care nici statul, nici piața nu pot să le rezolve singure.

II.1. INOVAREA SOCIALĂ- O ALTĂ VIZIUNE DESPRE ECONOMIE

Economia modernă se caracterizează prin complexitate și dinamism, care se manifestă și la nivel social. Dinamica acestei economii schimbă rapid activități, mașini, utilaje și instalații, locuri de muncă și profesii, provocând temporar dezechilibre pe piața muncii și apariția șomajului structural. Problemele forței de muncă apar și ca urmare a scăderii populației, îndeosebi a celei active, dar și a creșterii duratei medii de viață. În același timp crește și mobilitatea forței de muncă, cu repercusiuni asupra vieții de familie. Este un adevăr de necontestat, de asemenea, faptul că tot mai invocata creștere economică nu este însoțită de comportamente sociale care să asigure bunăstarea tuturor și să nu accentueze polarizarea bogăției și excluderea unor categorii însemnate ale publicului de la repartizarea rezultatelor.

Toate aceste aspecte au favorizat apariția unor cerințe sociale noi, cum ar fi șomajul tinerilor și al persoanelor active mai în vârstă, îngrijirea copiilor și a bătrânilor, schimbarea mai frecventă a locurilor de muncă și a profesiei, sprijinirea procesului de dezvoltare de noi afaceri, dezvoltarea învățării pe tot parcursul vieții etc. Cum statul, cu birocrăția și rigiditatea sa, nu mai poate răspunde eficace și eficient tuturor acestor cerințe și nici nu își mai propune acest lucru, locul său trebuie preluat de alte organizații, care pot răspunde mai rapid și mai bine acestor cerințe prin promovarea inovării sociale.

O definiție relevantă a noului concept a fost propusă de Consiliul Superior al Economiei Sociale și de Solidaritate (CSESS) din Franța, în Raportul de sinteză a grupului de lucru pentru inovare socială în decembrie 2011. Potrivit acesteia **"Inovarea socială constă în elaborarea de răspunsuri noi pentru nevoile sociale noi sau defectuos satisfăcute în condițiile actuale de pe piață și al politicilor sociale, implicând participarea și cooperarea actorilor implicați, îndeosebi a consumatorilor și utilizatorilor. Aceste inovații se referă atât la produs sau serviciu, cât și la modul de organizare, de distribuție, în domenii precum îmbătrânirea, copilăria timpurie, locuințe, sănătate, lupta împotriva sărăciei, a excluziunii, a discriminării...Ele trec printr-un proces în mai multe etape: emergentă, experimentare, difuzare, evaluare"**.

Inovarea socială desemnează o ruptură în maniera de a face lucrurile, un element novator într-un context dat. Ea reprezintă o discontinuitate în raport cu soluțiile adoptate de obicei și aduce un răspuns creativ la problemele de ordin economic și social nerezolvate de către piață sau de către stat. Ea contribuie, astfel, la îmbunătățirea situației economice și sociale și la promovarea unor noi relații între indivizi și colectivități.

Inovarea socială poate lua forme variate, care nu au caracteristici comune. Întreprinderea socială și diferitele inițiative ale economiei sociale și solidare din țările dezvoltate ale Uniunii Europene se înscriu în parte în acest demers. Inovatoare în abordarea problemelor sociale (definirea problemei, identificarea cauzelor și a soluțiilor), aceste forme sunt, de asemenea, inovatoare în punerea în practică a proceselor de schimbare, datorită faptului că ele încorporează idei și concepte noi, produse și servicii noi, practici noi, forme de evaluare noi.

Pe lângă avantajul larg al răspunsurilor noi la problemele sociale identificate (finanțe solidare contra excludere socială, de exemplu, dar și inserția prin locuri de muncă, plăți sub forma unor compensări locale, rețele de mici producători pentru comerțul echitabil etc.), inițiativele din țările menționate mai sus sunt novatoare în forma lor de a administra puterea (democratizarea întreprinderilor) și de a organiza capitalul uman și celelalte resurse.

Ele se bazează pe cooperarea dintre diverși actori (printre care se regăsesc și actori instituționali) și pot influența generarea de politici publice regionale sau naționale, ele însele novatoare. De altfel, prin acumularea de experiențe, schimburi de informații și prin realizarea de solidarități, ele oferă instrumente pentru reducerea dependenței și pentru o mai mare autonomie a indivizilor.

Pe termen mai lung și dacă este susținută de mișcări sociale suficient de puternice, prin multitudinea metodelor utilizate, prin punerea în practică de strategii diversificate și prin autonomizarea indivizilor, inovarea socială poate deveni principala sursă de transformări sociale și motorul schimbării societății.

Pornind de la definiția CSESS (Franța), **inovarea socială poate fi caracterizată și recunoscută după patru principii de bază:**

1. *Un răspuns la cerințe societale puțin sau deloc acoperite.* Inovarea socială urmărește să ofere soluții concrete și eficace la nevoi complexe, la care nici statul și nici piața nu pot răspunde în mod izolat;

2. *O abordare multidimensională.* Inovarea socială este definită atât prin scopul său, cât și prin modalitățile sale care pot fi multidimensionale: produsul, procesul de implementare, organizarea etc.;

3. *Un model de guvernare cu mai multe părți interesate.* Inițiativele socialmente inovatoare sunt, de asemenea, cele care inovează cel mai mult în materie de guvernare, prin asocierea în jurul construcției și apoi la pilotarea proiectului a mai multor actori: angajați, voluntari, utilizatori, colectivități publice, întreprinderi, asociații și persoane fizice;

4. *O puternică ancorare teritorială.* Inovarea socială permite, împreună și pentru teritoriile în care se manifestă:

- dezvoltarea inițiativelor locale (cu impact direct în ceea ce privește locurile de muncă);
- mobilizarea și activitatea comună a unei mari diversități de actorii locali (utilizatori, întreprinderi, colectivități etc.);

- menținerea unei oferte de bunuri și servicii în teritorii fragile sau în enclave, contribuind astfel la dezvoltarea lor durabilă și la atractivitatea acestora.

II.2. ACTORII ȘI SECTOARELE ÎN CARE SE MANIFESTĂ INOVAREA SOCIALĂ

Procesul de inovare socială nu poate fi conceput și derulat în afara celor cinci categorii de actori care o susțin din plin. În afara cetățenilor este vorba despre asociații, despre fundații, despre întreprinderile sociale și despre colectivitățile locale, care cooperează adesea în serviciul interesului general.

Asociațiile constituie, din punct de vedere istoric, un mare laborator de inovații sociale. Datorită apropierii lor față de populație, ele sunt foarte bine plasate pentru a detecta noi nevoi și a le oferi răspunsuri.

Fundațiile recunoscute de utilitate publică, fundațiile de economie socială, foarte prezente în alte țări devin destul de cunoscute în țările Uniunii Europene, deseori pe teme de inovare socială.

Întreprinderile sociale. Sunt inițiative de tip privat (asociativ, cooperativ, SRL etc.) cu finalitate socială sau de mediu, alcătuind un sector în curs de dezvoltare, care se bazează adesea pe inovații sociale.

Colectivitățile locale. Sunt din ce în ce mai angajate în inovații sociale, pentru că ele sunt la contact direct cu cerințele populației, pentru că ele finanțează asociațiile, pentru că sunt din ce în ce mai constrânse să furnizeze servicii publice la cel mai bun raport calitate/preț, prin implicarea utilizatorilor și căutând o formă de performanță globală.

Dacă economia socială și de solidaritate este un creuzet al inovațiilor sociale, întreprinderile "tradiționale" pot, de asemenea, să dezvolte proiecte socialmente inovatoare și să aducă noi răspunsuri la nevoile sociale, ele fiind mai mult solidare cu mediul lor sau asociind mai mult părțile lor interesate în guvernanța lor.

Tabelul 2

INOVAREA SOCIALĂ: provocări în toate sectoarele

Nr. crt.	Sector de intervenție	Exemple de intervenții
1.	Șomajul tinerilor. Aproximativ 24% din tinerii de mai puțin de 25 de ani se află în șomaj în Franța (comparativ cu 10% pentru ansamblul populației active) Sursă: INSEE	YUMP FRANCE. Formare gratuită de șase luni pentru tinerii care dețin un proiect de întreprindere cu potențial de creștere, din zonele prioritare, pe baza principiului inteligenței colective, al mixității generaționale și sociale.

2.	Energie. 21 de milioane de persoane au probleme cu încălzirea în perioada rece Sursă: ASHOKA	ENERCOOP. Furnizor de electricitate 100% regenerabilă, propuneri de soluții pentru reducerea consumurilor la firme și la persoane fizice
3.	Locuințe. 3,5 de milioane de persoane cu locuințe necorespunzătoare sau fără adăpost și 10 milioane de persoane afectate de criza locativă în Franța Sursa: Fondation Abbe Pierie	ENSEMBLE2GENERATIONS. Soluții de locuit împreună a mai multor generații: stabilirea de legături între persoanele în vârstă, care au o cameră liberă în locuința lor, și studenți care se află în căutarea unui loc de cazare, cu prestarea unor servicii în schimb.
4.	Alimentație. 20 de kilograme de produse alimentare consumabile sunt aruncate de un francez într-o perioadă de un an Sursă: Wikiagri.fr	FRUIMALIN VILLAGE. Recoltarea fructelor abandonate și cedarea lor gratuită unor organizații caritative sau prelucrarea și vânzarea lor pentru crearea de locuri de muncă
5.	Mediu. 20 de milioane de francezi schimbă anual telefonul mobil și mai puțin de 9% dintre ei printr-o filieră de reciclare Sursă: Aderne	ATELIER DU BOCAGE. Ofertă pentru o a doua viață a telefoanelor și calculatoarelor în parteneriat cu marii operatori de telefonie și comercianți
6.	Mobilitate. Mai mult de 7 milioane de francezi (peste 20% din populația activă) au dificultăți de deplasare Sursă: Laboratoire de la Mobilité inclusive	APREVA. Acțiuni de sprijinire a mobilității pentru publicul fragil, printr-un parteneriat între un Atelier șantier de inserție și un mare grup, ERDF
7.	Finanțe. Supraîndatorarea este responsabilă de peste 3% dintre sinuciderile anuale din Franța	CRESUS. Platformă de intermediere cu organizațiile de credit bancare, consultanță cu scop preventiv pentru menajele în dificultate

Sursa: www.avise.org, 2014

III. INOVAREA SOCIALĂ- SENSURI MULTIPLE ȘI CONTROVERSE

În ultimii ani, care au fost marcați de o criză globală de durată, noțiunea de inovare socială a fost din ce în ce mai invocată ca răspuns la provocările sociale și de mediu și la promovarea, în același timp, a creșterii economice. Astfel, în urma unui seminar european de lucru din 20 ianuarie 2009, organizat de Biroul Consilierilor Politici Europeni (BEPA) din Comisia Europeană, președintele acestuia a declarat: "Criza financiară și economică a sporit

importanța creativității și a inovării în general, în special a inovării sociale, ca factor de creștere durabilă, de creare de locuri de muncă și de creștere a competitivității". În martie 2011 Uniunea Europeană a lansat Social Innovation Europe (SIE), o inițiativă care urmărește să promoveze antreprenoriatul social, să dezvolte rețele și schimburi de practici în domeniul inovării sociale (<http://socialinnovationeurope.eu/node/2066>).

Inovarea socială este, prin urmare, prezentată ca o soluție promițătoare pentru promovarea explorării și a încurajării în fața crizei. Prezentarea diferitelor concepții despre inovarea socială, care sunt vehiculate astăzi, este mai mult decât necesară într-un astfel de context. Un motiv rezonabil, de exemplu, ține de clarificarea acțiunilor și a actorilor care pot fi implicați în proiectele susținute prin fonduri europene, de problema eligibilității lor. Mai jos sunt propuse trei accepțiuni diferite ale termenului. Trebuie remarcat totuși că aceste trei puncte de vedere sunt divergente asupra unor anumite dimensiuni, dar se suprapun la altele. Prin urmare, aceste categorii se pot intersecta.

III.1. INOVAREA SOCIALĂ CA INSTRUMENT DE MODERNIZARE A POLITICILOR PUBLICE

Această primă concepție se concentrează esențialmente asupra nivelului organizațional (instituțional) al inovării sociale, în măsura în care abordările enumerate mai jos se concentrează asupra capacității inovației sociale de a transforma organizațiile, în special organizațiile publice, în scopul de a le face mai performante sau mai eficace.

Într-adevăr, inovația socială este adesea prezentată atât din punctul de vedere al unor guverne, cât și al unor organizații internaționale, ca bază pentru reînnoirea politicilor sociale. În conformitate cu regulile noului management public și cu imperativele de eficiență și de competitivitate a serviciilor publice, inovarea socială participă la reînnoirea formelor de acțiune publică pentru a completa, sau chiar a se substitui unui stat din ce în ce mai puțin producător direct de servicii. Inovarea socială este astfel convocată pentru a umple lacunele intervenției statului și a autorităților locale în materie de politici sociale sau chiar uneori pentru a le favoriza dezangajarea.

Din această perspectivă, așa cum subliniază M. Jouen (2008): "autoritățile publice au căutat să creeze un mediu favorabil inovării sociale prin limitarea constrângerilor administrative și prin reducerea cheltuielilor publice în Europa". În primul rând, ele au valorificat experimentele produse de actorii din domeniu în vederea reînnoirii și raționalizării politicii sociale. Astfel, politicile comunitare au încercat mai întâi să promoveze "experimentarea socială" și să identifice și să disemineze "bunele practici". Astăzi se observă tranziția de la experimentarea socială la inovarea socială. Aceasta din urmă ocupă un loc important în agenda politicilor sociale ale Uniunii Europene: pe de o parte, datorită programelor EQUAL și PROGRESS pentru coeziune socială (implementate de către Direcția

Generală pentru Ocuparea Forței de Muncă și Afaceri Sociale ale Comisiei) și, pe de altă parte, în legătură cu anul european 2009, care a fost declarat anul creativității și al inovării de către președintele Barroso, tradus prin "Social Innovation Europe" și prin diseminarea termenului în recomandările UE. Această evoluție exprimă un proces de instituționalizare a inovației sociale, ceea ce nu înseamnă că aceasta ar fi ușor de definit.

Această accepțiune a inovării sociale, centrată pe răspunsul la imperfecțiunile intervenției statului în domeniul politicilor sociale și inițiată de organizațiile internaționale (OCDE, UNESCO), s-a răspândit rapid la nivelul statelor. Astfel, în iunie 2009, Barack Obama a lansat la Casa Albă un "Birou al inovării sociale și al participării civice" și un "fond de inovare socială" în valoare de 50 de milioane de dolari. În Anglia, guvernul lui Tony Blair a dezvoltat o politică de susținere a inovării sociale pentru îmbunătățirea serviciilor publice. Implementat de firme de consultanță și de proiectare, demersul a vizat să facă utilizatorul coproducător al serviciului utilizat pe baza propriei experiențe. Segmentele vizate aparțin publicului "social" (excluzi, bolnavi ...) (www.la27eregion.fr/L-Europe-and-social-innovation). Mai recent, David Cameron a amplificat această strategie, pentru a compensa reducerile brutale în bugetele sociale publice. Acesta a afirmat importanța organismelor intermediare pentru o producție mai aproape de nevoile cetățenilor și la un cost mai mic.

În Franța, inovarea socială este, de asemenea, asociată cu reînnoirea politicilor sociale. După cum subliniază Damon și colab. (2010), "politicile sociale sunt, de asemenea, vizate de către procesul de inovare". Acești autori au identificat mai multe inovații de protecție socială implementate în diferite țări, cu scopul de a adapta sistemele de protecție socială la noile condiții economice (cum ar fi presiunile asupra încetării cheltuielilor) și pentru a îmbunătăți gestionarea noilor riscuri sociale (inclusiv cele legate de îmbătrânirea populației).

După cum afirmă Lescuyer în The Economist (12 august 2010), un dosar privind inovarea ... înseamnă "captarea inventivității sectorului privat" prin implementarea de noi forme de parteneriat public-privat cu "antreprenori sociali", pentru rezolvarea unor problemele sociale. Dincolo de eficacitatea managementului, presupusă superioară celei a administrației și profesioniștilor din sectoarele de activitate vizate, guvernele atribuie acestor antreprenori capacitatea de a raționaliza serviciile sociale, publice și caritabile și de a obține câștiguri comparabile celor obținute în domeniul serviciilor de piață.

Această dinamică se manifestă prin manifestarea îndoii privind intervenția statului și este însoțită de extinderea comercializării unor serii de bunuri și de servicii, de dezvoltarea parteneriatelor public-privat pentru încredințarea realizării misiunilor de interes general companiilor private, adesea lucrative, și de predominanța unei concepții favorabile eficienței productive a întreprinderilor.

III.2. INOVARE SOCIALĂ ȘI ANTREPRENORIAT SOCIAL: O INOVARE SUSȚINUTĂ DE ANTREPRENORI SOCIALI ?

Această abordare reunește rezultatele a două cercetări care dezvoltă o viziune mai antreprenorială a inovării sociale. Dacă inovarea socială se poate concentra asupra unor noi modalități de intervenție publică (cum ar fi o nouă platformă pentru serviciile online pentru pacienți în sistemul de sănătate din Regatul Unit (Damon, 2009) sau introducerea de către o municipalitate a unui buget participativ, cu posibilitatea ca locuitorii să participe online, la fel ca în Köln, Germania (BEPA, 2010, p.51), în continuitatea primei experiențe a bugetului participativ lansat la Porto Alegre în Brazilia), o serie de lucrări se referă la inovarea socială prin valorificarea unei anumite categorii de actori, respectiv a antreprenorului social. Reluând imaginea schumpeteriană a antreprenorului ca un cavaler al timpurilor moderne, aceste lucrări încearcă să definească ceea ce este o întreprindere socială (sau un antreprenor social) pornind de la o dinamică a inovării sau de schimbare.

De asemenea, noțiunea de întreprindere socială (sau antreprenor social) a crescut semnificativ de la începutul anilor 1990 atât în Statele Unite, cât și în Europa. Conceptul de întreprindere socială s-a născut în Statele Unite. Așa cum a prezentat Sibille (2009), "Inițiativa pentru Întreprinderile Sociale a fost lansată în 1993 de Harvard Business School și de mari fundații, care au creat programe de susținere a antreprenorilor sociali". În Europa, apariția sa este concomitentă cu dezvoltarea cooperativelor sociale din Italia și cu activitatea EMES, o rețea de cercetare a centrelor universitare de cercetare și a cercetătorilor individuali, al cărei scop este acela de a construi treptat un corpus internațional de cunoștințe teoretice și empirice, pluraliste în discipline și metodologii, în jurul noțiunilor de întreprindere socială, antreprenariat social, economie socială, economie de solidaritate și inovare socială.

Începând de atunci s-au dezvoltat mai multe curente în Statele Unite și în Europa. Defourny și Nyssens (2010), ca și Dees și Anderson (2006), disting două școli americane de gândire, respectiv școala veniturilor comerciale și școala inovării sociale.

Școala veniturilor comerciale definește întreprinderea socială ca o formă de organizare ce permite rezolvarea problemelor de finanțare a ONP-urilor (organizații nonprofit) prin desfășurarea de activități economice generatoare de venituri, realizate în beneficiul misiunii sociale a organizațiilor. Această primă concepție a fost apoi extinsă pentru a lua în considerare astăzi ca întreprindere socială orice organizație, lucrativă sau nelucrativă, care desfășoară o activitate economică comercială cu scop social. Pentru Defourny și Nyssens (2010), conceptul de afaceri sociale propuse de Yunus (2007) se înscrie în această concepție. Pentru Yunus, se califică drept întreprindere socială orice întreprindere nonlucrativă sau nonprofit (în sensul că ea nu redistribuie profit, fiind o întreprindere nondividend) care acoperă toate costurile necesare atingerii obiectivului său social (fără pierderi). O companie care nu este în măsură să acopere costurile sale sau rambursează investitorilor săi dividende nu este o afacere socială. O afacere socială este diferită de la o organizație de caritate, prin faptul că ea nu este dependentă financiar nici de donații sau subvenții publice pentru dezvoltarea activității sale. De notat, totuși, că în ciuda concepției inițiale a lui Yunus, conceptul de afaceri sociale este folosit astăzi pentru a desemna întreprinderile care permit o redistribuire limitată a profitului (Yunus, 2007). Deci, Yunus (2008), citat de Dacin și colab. (2010), consideră că

întreprinderea socială poate fi "profitabilă" sau fără profit. În plus, afacerea socială caracterizează, de asemenea, noile modele de afaceri ale corporațiilor multinaționale în legătură cu baza piramidei, care fac din săraci o nouă piață (Richez-Battesti, 2010).

Școala inovării sociale, pe de altă parte, se axează pe dinamica inovării sociale susținută de un antreprenor social, ale cărui caracteristici, adică profil, dinamism, creativitate și leadership sunt decisive în realizarea scopului social. Personalizarea inovării sociale, care se exprimă în acest fel, reflectă alegerea de a privilegia individul, și nu organizația. Concepția lui Dees (1998, 2001) ilustrează acest curent de gândire (preluat de Defourny și Nyssens, 2010). Antreprenorul este văzut ca un agent al schimbării, în sensul că el folosește oportunitățile de schimbare pentru a crea valoare, măsurată pe piață prin prețul pe care agenții sunt dispuși să-l plătească pentru valoarea nou creată. Antreprenorul social este, prin urmare, un antreprenor "clasic" motivat de un scop social, propunând schimbări care creează valoare "socială", valoare care este mai dificil de măsurat prin intermediul pieței și prin disponibilitatea de plată a agenților. Această concepție a inovării sociale a fost susținută de fundații precum Schwab și Ashoka încă de la începutul anilor 1980, și ea continuă astăzi să sprijine dezvoltarea și profesionalizarea antreprenorilor sociali, cel mai adesea antreprenori asociați.

Dincolo de diversitatea școlilor de gândire, Defourny și Nyssens (2010) subliniază faptul că există o tentativă de a scoate în evidență o viziune comună asupra întreprinderii sociale în Statele Unite, pe baza următoarelor criterii (Emerson, 2006): "urmărirea impactului social, inovarea socială, mobilizarea veniturilor de pe piață, ca și utilizarea metodelor manageriale și acestea, indiferent de statutul juridic al organizației: cu scop lucrativ sau nelucrativ, public sau privat". Plecând de la aceste criterii, începe să apară o diferență majoră între concepțiile americane și cele europene. Nu se acordă prea multă atenție formei organizației și guvernării acesteia, dincolo de anumite aspecte manageriale.

Cu toate acestea, după cum a arătat Boutillier (2010), care se confruntă, în analizele sale, cu diverse figuri istorice de antreprenor economic, fie că este vorba de un antreprenor paternalist sau de un altul creator al unei fundații caritative, antreprenorul social pierde în specificitate. Aceasta arată că, la fel ca și celelalte categorii, antreprenorul social se caracterizează prin funcții de supraveghere a informațiilor, ceea ce îi permite să detecteze noi oportunități de investiții și de inovare, ceea ce contribuie la creșterea bunăstării sociale. Schimbarea contextului, criza statului social și orientarea politicilor publice spre crearea de noi piețe sunt elementele au dus la apariția acestui nou antreprenor social. Prin articularea formelor de solvabilizare a cererii la structurarea operatorilor privați apar noi domenii de rentabilitate, deschizând terenul investițiilor pentru companii pe care le vom numi adesea sociale.

În Europa, noțiunea de întreprindere socială a apărut în urma adoptării, în mai multe țări, a unei legislații similare, care vizează facilitarea dezvoltării unor structuri care dezvoltă o activitate economică pentru a atinge un scop social. Prima lege de acest fel a fost adoptată

în Italia în 1991, pentru cooperativele sociale. În acest context a fost structurată rețeaua europeană EMES menționată mai sus.

Combinând o analiză în termeni de mijloace și scopuri, acești cercetători se străduiesc să construiască un tip ideal, articulând indicatori economici (o activitate continuă de producție a bunurilor și serviciilor, un nivel semnificativ de asumare a riscurilor economice, un nivel minim de locuri de muncă remunerate), sociali (un obiectiv explicit al serviciilor în folosul comunității, o inițiativă a unui grup de cetățeni, limitarea distribuirii beneficiilor) și indicatori care caracterizează structura de guvernanta (un grad înalt de autonomie, puterea de decizie independentă de deținerea capitalului, o dinamică participativă a mai multor părți interesate). Această concepție a inovării sociale se diferențiază de concepțiile americane și se apropie de ceea ce se caracterizează în Franța ca o Economie Socială și de Solidaritate (ESS).

III.3. INOVAREA SOCIALĂ CA SISTEM DE INOVARE TERITORIAL, INCLUSIV ȘI PARTICIPATIV

În această a treia abordare sunt regrupate cercetări care dezvoltă o viziune mai instituționalizată a inovării sociale, adică se insistă, pe de o parte, asupra noilor practici, reguli sau norme capabile să transforme societatea (Klein, Harrison, 2007, 2010) și, pe de altă parte, pe importanța contextului instituțional și local în care se dezvoltă inovația socială (Dacin ș.a., 2010, Hillier ș.a., 2004). Aceste cercetări acordă o atenție deosebită procesului colectiv care apare în teritorii, pentru a răspunde nevoilor sociale nesatisfăcute într-o dinamică de transformare a societății.

Inovarea socială a fost mobilizată în acest sens începând cu anii 1970, în principal de cercetători în științele sociale, ca o categorie de natură explicativă. Ea înglobează procedee noi, locuri noi, servicii noi experimentate ca răspuns la presiunea exercitată de mișcarea socială (mișcarea femeilor, a muncitorilor, a clasei muncitoare, a consumatorilor etc.), care participă la transformarea relațiilor sociale (de producție, de consum, dar și de gen și de clasă).

În plus față de această finalitate de transformare a relațiilor sociale, inovarea socială este caracterizată, în această a treia accepțiune, prin combinarea unei utilizări și a unui proces colectiv, fondate pe o largă asociere a părților interesate și pe participarea lor. Ea se înscrie într-un sistem de inovare localizat, în sensul organizării cooperării între actorii dintr-un anumit teritoriu, a căror luare în considerare este esențială și care dă naștere la o experimentare la nivel local. Aceste experimentări au loc într-un teren politic, social, cultural mai mult sau mai puțin fertil sau ostil. Difuzarea și instituționalizarea acestor inovații sociale va depinde de „releele” și de raporturile de forță existente.

Această concepție de inovare socială este dezvoltată în principal de Bouchard, Klein, Harrison și Lévesque, îndeosebi la CRISES, laborator de cercetare din Montreal care analizează inovațiile sociale (vezi, de exemplu, Klein și Harrison, 2010), sau de Moulaert ș.a., la IFRESI (Franța), în special.

Cercetătorii din Quebec oferă o primă definiție. „Inovațiile sociale se referă la coordonarea relațiilor dintre actorii sociali învestiți în rezolvarea problemelor socio-economice, în scopul de a îmbunătăți performanțele și bunăstarea comunităților“ (Harrison, Vezina, 2006). Pentru Bouchard (2006), inovația socială face posibilă "unificarea inițiativelor luate pentru a răspunde așteptărilor sociale". În ceea ce-i privește pe Hillier și pe colegii săi (2004), aceștia fac legătura între inovație și dezvoltarea teritorială. Pornind de la problemele întâlnite în anumite cartiere sau orașe, acești cercetători au propus adoptarea unei abordări de dezvoltare teritorială integrată, care să lege răspunsul de nevoile sociale de capacitatea de participare a actorilor, în special a grupurilor excluse, de guvernanta și de accesul la resursele necesare pentru a răspunde acestor nevoi (Hillier ș.a., 2004).

Inovarea socială este astfel definită ca o inițiativă locală, ascendentă, neguvernamentală, care vizează satisfacerea nevoilor umane. Ea este, de asemenea, incluzivă și participativă. Pentru a o dezvolta este deci important să crească capacitatea de a acționa și de a induce schimbări în relațiile sociale și în acordurile (concilierile) instituționale. După cum subliniază acești autori, "inovația socială este strâns legată de condițiile sociale, instituționale și materiale în care are loc". Contextul economic și social, precum și formele de guvernanta pot să fie, astfel, mai mult sau mai puțin favorabile dezvoltării inovării sociale.

În consecință, inovarea socială este puternic ancorată în teritoriul în care a apărut. Problema multiplicării ei în diverse alte teritorii, a răspândirii ei în societate merită să fie dezvoltată. Trecerea de la un stadiu de experimentare, la difuzarea și generalizarea inovației sociale a fost și este larg dezbătută în literatura de specialitate

Pe de o parte, este vorba de încurajarea inovării sociale la diferite niveluri ale puterii (Hillier ș.a., 2004) și, pe de alta, de a favoriza construirea unei "instituționalizări pozitive a inovației sociale", care să permită introducerea unei schimbări instituționale reale (Bouchard, 2006). Provocarea este deci aceea de a articula inovația socială ascendentă și participativă cu politicile publice susținute la diferite niveluri ale puterii, astfel încât această inovație socială să fie recunoscută, difuzată și consolidată și, prin urmare, "instituționalizată" (Fontan, 2010).

Pe de altă parte, inovațiile sociale se dezvoltă deseori în ciorchine, așa cum a sugerat inițial Schumpeter, în sensul că o inovație principală este însoțită de altele, ceea ce duce la schimbarea nu numai a relațiilor economice, ci și sociale, politice sau chiar culturale, care contribuie la o schimbare mai largă (Bouchard, 2006).

Inovarea socială menține astfel legături strânse cu economia socială și de solidaritate. Pentru Bouchard (2007), această economie este un motor al inovării sociale. Pe de o parte, într-o abordare mai funcționalistă a inovării sociale, economia socială tinde să răspundă nevoilor nesatisfăcute de către stat sau piață pe baza capacității sale de a detecta și de a răspunde cererii sociale, mobilizând resursele comerciale și necomerciale. Pe de altă parte, într-o concepție mai transformatoare a inovării sociale, încă de la începutul istoriei sale economia socială a experimentat, în legătură cu luptele sociale, noi forme de răspuns la nevoile economice și sociale, busculând normele și instituțiile în vigoare. Pentru Bouchard (2006), economia socială produce "inovații sociale durabile", care depășesc nivelul

organizațional pentru a ajunge la cadrul instituțional și oferă o alternativă la sistemul economic actual.

Noțiunea de inovație socială reflectă astfel o parte din dimensiunile normative conținute în proiectul și în valorile economiei sociale și de solidaritate, permițând în același timp să se îndepărteze de o viziune a acesteia din urmă, dominată de statutele juridice (cooperative, societăți mutuale, asociații și fundații). De asemenea, ea contribuie la o modernizare a retoricii economiei sociale și de solidaritate, care apare ca un instrument de semnalare (atenționare) într-o economie extrem de competitivă. Dar dacă orice întreprindere din acest tip de economie nu produce inovare socială, nu toate inovările sociale sunt singurul produs al economiei sociale și de solidaritate. Cu toate acestea, normele care stau la baza economiei sociale și de solidaritate, și anume democrația economică, lucrabilitatea limitată, o guvernare multiplă cu părțile interesate și concepțiile despre performanță pe care le promovează constituie în sine o inovare socială care trebuie difuzată atunci când se aspiră la un proiect democratic și mai egalitar al societății.

Inovarea socială face parte dintr-o concepție mai explicită a dinamicii economice și sociale și a dezvoltării teritoriilor. Începând de acum, actorii antreprenoriali sunt susceptibili să-și fixeze constrângeri și un cadru care să "garanteze" punerea în aplicare a principiilor și a valorilor prea adesea considerate magice. Pe de o parte, aceste cadre au ca vocație să încadreze practicile în interior și să constituie un referențial pentru acțiune. Pe de altă parte, inovarea socială devine un instrument de revendicare a sprijinului comunitar pentru proiecte "etichetate". Acest ultim argument are un sens deosebit atunci când se citește raportul Vercamer (2010), în care se subliniază că recunoașterea inovării sociale presupune deschiderea unor instrumente de drept comun (adică deschise companiilor, în general, în materie de inovare) ale organizațiilor economiei sociale și de solidaritate, cu condiția ca inovarea socială să poată fi specificată în mod precis.

Aceste trei concepții ale inovării sociale coexistă astăzi. Dacă acestea sunt îndepărtate din punctul de vedere al modelelor de dezvoltare economică care le susțin, ele au în comun accentuarea inițiativelor creative noi, luate de un individ, un grup sau o instituție pentru a rezolva problemele sociale sau societale.

III.4. ÎNTREBĂRI ȘI PROVOCĂRI ÎN JURUL CONCEPTULUI DE INOVARE SOCIALĂ

Din prezentarea relativ sumară a celor trei concepții relativ divergente despre inovare sunt de reținut trei aspecte principale:

- natura inovării și a procesului său de apariție și de difuzare;
- semnificația și domeniul de aplicare ale dimensiunii "sociale" a inovării;
- caracteristicile organizației "inovatoare", purtătoare de inovare, în special a modalităților de guvernare și de participare a unei pluralități de părți interesate.

III.4.1. NATURA INOVĂRII

Dacă astăzi pare să apară un consens în jurul naturii inovării ca un proces de "schimbare", inovarea socială se străduiește cu greu să se poziționeze sau să se articuleze cu inovația tehnologică.

După cum subliniază mai mulți autori, printre care Durance (2011), "inovarea este un concept care aparține inițial lumii întreprinderilor". Astfel, în Manualul de la Oslo, OECD se concentrează asupra inovării tehnologice de produs și de proces (tehnologie) și o definește după cum urmează (1997): "Inovarea tehnologică a produsului este definită ca punerea la punct/ comercializarea unui produs mai performant, pentru a oferi consumatorului în mod obiectiv servicii noi sau îmbunătățite. Inovarea tehnologică de proces se referă la punerea la punct/ adoptarea unor metode de producție sau de distribuție noi sau semnificativ îmbunătățite. Aceasta poate implica schimbări care afectează, separat sau în același timp, echipamentele, resursele umane sau metodele de muncă".

În timp ce ponderea tehnicii rămâne dominantă în capacitatea unei societăți de a progresa, mai multe elemente conduc la critica "modelului virtuos" al progresului tehnic care aduce creștere și progres social. După cum notează Durance (2011), "mitul progresului continuu legat de schimbările tehnice este astfel parțial fragmentat". OCDE însăși, în cea de-a treia ediție a Manualului de la Oslo (2005), ia în considerare inovarea nontehnică și relațiile dintre diferitele tipuri de inovare. Inovația devine astfel "implementarea unui produs (bun sau serviciu) sau a unui procedeu nou sau sensibil ameliorat, a unei noi metode de comercializare sau a unei noi metode organizaționale în practicile întreprinderii". Această evoluție ilustrează faptul că inovarea este "atât un proces, cât și un rezultat" (Durance, 2011).

Folosirea termenului de "inovare socială" poate avea ca funcție, prin urmare, punerea în valoare a finalității sociale a inovării și eludarea concepției negative a efectelor inovațiilor tehnologice, percepute adesea de o manieră dureroasă de cei care îi sunt victime. Într-adevăr, inovațiile tehnologice provoacă deseori dezechilibre semnificative, în special sociale, pe termen scurt și mediu, înainte de a se face adaptarea (Klein, Harrison, 2010). Introducerea inovării sociale este, prin urmare, o modalitate de a opri criticile detractorilor inovării tehnologice și de relegitimizare a proceselor de inovare.

De fapt, concepțiile prezentate mai sus dau mai mult sau mai puțină importanță proceselor care au condus sau au permis inovarea socială, în raport cu rezultatul însuși în ceea ce privește satisfacerea nevoilor sociale. Astfel, poate să apară interesul pentru difuzarea acesteia, prin identificarea "rețelei", în sensul sociologiei traducerii (Callon ș.a., 2001), care a dus la apariția, difuzarea și consolidarea inovației sociale.

Raportul BEPA (2010) consideră în mod explicit că inovarea socială este un proces și un rezultat. Acest raport subliniază că inovarea socială se poate traduce prin noi forme și interacțiuni cu scopul de a releva provocările sociale care au ca scop transformarea societății într-o perspectivă mai participativă.

Școala inovării, reprezentată aici de Dees (1998), insistă, de asemenea, asupra procesului continuu al inovării sociale, al adaptării și al învățării, precum și asupra necesității de a avea o legătură strânsă cu comunitățile și cu părțile interesate, în general, care sunt ținta inovării sociale. Pe de altă parte, cu riscul de a caricaturiza anumite cercetări, se pare că în școala resurselor comerciale americane, precum și în abordarea "afacerilor sociale", procesele sunt puțin utilizate, impactul în termeni sociali fiind o prioritate.

În ceea ce privește concepția instituționalizată a inovării, accentul se pune în mod clar pe proces, atât din punctul de vedere al învățării, cât și din punct de vedere al coordonării între actori. Pentru Bouchard (2006), "inovația socială se referă, de asemenea, la interacțiunile care intervin între indivizi, la învățarea colectivă și la relațiile interorganizaționale prin care pot apărea noi norme instituționale". Harrisson și Vézina (2006) subliniază această dimensiune a "rețelei". Inovarea socială, pentru a continua, trebuie să fie promovată de câțiva actori care dau sens și care pot încerca să convingă ceilalți actori ai organizației să consolideze inovația socială.

În final, se poate pune problema amplitudinii sau intensității inovării. În acest sens apare întrebarea dacă ar fi suficiente o schimbare radicală, o ruptură pentru a vorbi de inovare sau de o schimbare incrementală.

Din acest punct de vedere, diferitele concepții prezentate mai sus se întâlnesc. Mai mulți autori consideră că, spre deosebire de inovația tehnologică în dimensiunea sa radicală, inovarea socială poate fi limitată la reajustarea unei practici vechi, contestată de modernitate, dar a cărei reinventare constituie o a doua modernitate. Astfel, pentru Schumpeter, preluat de Dees (1998, 2001), întreprinzătorii sunt inovativi, dar nu trebuie să fie "inventatori". Inovația se poate referi la aplicarea unei idei existente într-un alt context sau la mobilizarea unor noi surse de finanțare ... Această viziune este reluată în raportul BEPA (2010), care consideră că "inovația poate fi macro sau micro, structurală sau locală (...)". O inovație socială poate fi "un produs, un proces de producție, o tehnologie, dar poate fi și un principiu, o idee, o lege, o mișcare socială, o intervenție sau o combinație a acestora". În aceeași ordine de idei, pentru Mumford (1992, citat de Hillier ș.a., 2004), există o "gamă de inovații", mergând de la "marile inovații", așa cum au fost cele introduse de Martin Luther King sau Henry Ford, la "microinovații", cum ar fi un nou mod de a organiza munca în echipă sau dezvoltarea de noi practici comerciale.

Subiecte noi au devenit astăzi redefinirea activităților vechi, care se referă la alimentație, cum ar fi grădinile colective, magazinele de solidaritate sau AMAP (Asociațiile pentru menținerea unei agriculturi țărănești- în Franța), la mobilitate, ca și în cazul inițiativelor de colectare a cărașiei sau de partajare a autoturismelor, dar și la Cooperativele de Activitate și de Locuri de Muncă (CAE), ca protecție reciprocă a parcursurilor profesionale împotriva șomajului, la precaritatea antreprenorului individual etc. În mod paradoxal, inovarea socială este asemănătoare cu o cunoaștere "banală" (Richez-Battesti, 2010) "a cărei radicalitate se dezvoltă doar din momentul în care ea realizează un sistem în cadrul unor ciorchini de inovații sau mai mult, un sistem de inovații".

III.4.2. SOCIAL, SOCIETAL, ORGANIZAȚIONAL : CE SEMNIFICĂ, ÎN DEFINITIV, O INOVAȚIE « SOCIALĂ » ?

Inovarea este caracterizată atât printr-un proces continuu de schimbare și de învățare, cât și printr-un rezultat. Prin conceptul de social, toată lumea pare să fie de acord asupra faptului că inovarea este "socială", deoarece permite să se răspundă nevoilor sociale nesatisfăcute sau slab satisfăcute. Se pune problema identificării sensului final al acestei dimensiuni "sociale" a inovării.

Social în sens de intervenție socială ?

În contextul tendințelor sociale, economice și demografice și în contextul crizei care tocmai a trecut (2007-2012), inovarea socială pare a fi o cale promițătoare pentru combaterea sărăciei și a excluziunii și pentru a face față noilor provocări sociale, cu precădere gestionarea dependenței. Soluțiile inovatoare pot fi găsite apelând la creativitatea actorilor privați, la dinamicele de parteneriat sau de cooperare între o pluralitate de actori publici și privați. Inovația este aici socială datorită dorinței sale de a răspunde cerințelor sociale (BEPA, 2010).

În abordarea afacerii sociale, termenul social se referă la cei săraci, la cei care au puțin sau deloc acces la anumite bunuri și servicii sau care le accesează ca parte a unei redistribuiri publice postulată ca ineficace, la cei care trăiesc sub pragul sărăciei și pentru care acțiunea este deosebit de importantă. Inovarea socială ar fi atunci o inovație netehnologică, al cărei obiectiv este acela de a facilita accesul la piață al celor săraci; ea se bazează pe antreprenorii care sunt capabili să contribuie la apariția și la creșterea interesului general, pe lângă sau în locul autorităților locale și a statului, atunci când acestea lipsesc, în special în țările în curs de dezvoltare. Inovația este socială, în principal, prin publicul pe care îl vizează.

Social în sens societal ?

Dar termenul "social" poate fi, de asemenea, extins pentru a include, de exemplu, nevoile de mediu, referindu-se la o dimensiune mai globală sau "societală" a inovării. Este un social apropiat de societal, care este apoi mobilizat în termenul de inovare socială, în sensul că se referă la societate în ansamblul ei, lărgind astfel obiectivele inovării sociale la transformarea societății. Abordarea vehiculată de Uniunea Europeană, în special în raportul BEPA, pare să facă parte din această dorință de inovare socială și societală. Astfel, în inițiativa "O Uniune pentru inovare", lansată prin Comunicarea Comisiei din 6 octombrie 2010, inovarea "permite furnizarea de răspunsuri la nevoi noi, care nu sunt satisfăcute sau sunt puțin satisfăcute de piață sau de către sectorul public, cum ar fi problemele ocupării forței de muncă, ale schimbării climatice, de energie, de sănătate, ale îmbătrânirii populației". Apare

aici cea de-a doua perspectivă propusă în raportul BEPA, cea privind dimensiunea societală a inovării.

Social în sens organizațional ?

O altă postură a analizei este aceea de a adopta o grilă de lectură mai organizațională a inovării sociale. Inovarea socială abordează apoi evoluțiile organizaționale care îmbunătățesc eficacitatea organizațiilor (Hillier ș.a., 2004). În primul rând, se poate concentra interesul spre emergența unor noi forme de organizare, „inovatoare“, așa cum a subliniat raportul BEPA, pentru a încuraja cooperarea între actori în vederea îmbunătățirii serviciilor oferite și satisfacerii de noi nevoi. Astfel, mai multe statute juridice noi permit asocierea unei multitudini de părți interesate dintr-o industrie sau un anumit teritoriu și punerea în comun a resurselor între ele. Se poate oferi, ca exemplu, statutul societății cooperative de interes colectiv (SCIC), adoptat în Franța în 2001, gruparea de servicii din sectorul social și medico-social (GCSMS) sau un grup de angajatori la platformele de servicii.

III.4.3. CARACTERISTICILE ORGANIZĂRII: PARTICIPAREA ACTORILOR ȘI PROVOCĂRILE GUVERNANȚEI

Diferitele concepții ale inovării sociale nu includ toate inovațiile într-un proiect antreprenorial. Cu toate acestea, se pot examina într-o mai mare măsură caracteristicile organizațiilor care fac să apară inovarea, care permit ca ea să fie consolidată și care contribuie la difuzarea acesteia.

Antreprenorul sau cooperarea dintre actori ca sursă de inovare?

O primă dimensiune a analizei se referă la caracterul individual sau colectiv al organizării. Două concepții se opun acestui punct. Dacă școala americană a inovării sociale evidențiază mai întâi caracteristicile antreprenorului social în apariția, în difuzarea și în continuitatea inovației sociale (dinamism, viziune, creativitate, leadership etc.), concepțiile întreprinderii sociale europene, precum și concepția mai instituționalistă a inovării sociale subliniază dimensiunea colectivă a organizării.

În această din urmă perspectivă, spre deosebire de abordările axate pe antreprenorul individual, inovarea socială se dezvoltă într-o întreprindere (inițiativă) colectivă, bazată pe o guvernanta partenerială, care permite o abordare a inovării sociale de către diversele părți interesate. Această perspectivă are mai multe consecințe.

În primul rând, forma antreprenorială nu mai este consacrată, de neatins, (Richez-Battesti et al., 2011); ea devine suportul unei largi asocieri a părților interesate pentru realizarea unui proiect de la bază și promotor al unei concepții originale a valorii, în sensul că ea se înscrie într-un termen lung și în interesul grupului.

În al doilea rând, inovarea socială este abordată la fel de mult în procesele care fac posibilă apariția și desfășurarea ei, ca și în utilizările și în abordarea ei de către actori. Prin urmare, se acordă o importanță deosebită participării actorilor și împuternicirii acestora pentru a-și consolida capacitatea de a acționa în teritorii. În cele din urmă, inovarea socială nu mai privește o categorie de oameni în raport cu alta, ci caracterizează mobilizarea resurselor eterogene în organizațiile participative, care privilegiază cooperarea și învățarea colectivă pe plan intern și extern. În acest sens, antreprenoriatul colectiv face parte din teritorii, pentru a mobiliza actorii și resursele existente pe acest teritoriu.

Ea este deci un proces de transformare a regulilor, de introducere a unor cooperări reînnoite și puse în legătură cu teritoriile, cu scopul de a produce în mod voluntar efecte pozitive pe termen lung.

Producția realizată are o funcție triplă:

- ea devine o oportunitate de a "face împreună", într-un proces participativ și incluziv (inovarea socială are sens doar dacă toate părțile interesate și-o însușesc);
- pentru o utilizare ea însăși colectivă;
- ale căror efecte depășesc consumul individual.

Probleme ale guvernării și ale procesului democratic

Atunci când se face referire la inovarea socială în general, nici problema democrației, nici cea a unei guvernări partenariale care ar însoți-o, cu atât mai mult cea a calității duale specifice economiei sociale și de solidaritate sau a susținerii unei mișcări colective nu sunt delimitate în concepția europeană a întreprinderii sociale sau în abordarea mai instituționalistă a organizației. Cu toate acestea, trebuie să se ia măsuri de precauție împotriva riscului de abordare generalizată și doar "cosmetică" a conceptului de către orice întreprindere, fie că este colectivă sau nu, democratică, participativă și nonprofit. Principalele întrebări care apar sunt legate de identificarea factorilor (părților interesate) implicate în organizare, a celor care iau deciziile și a existenței sau a nonexistenței unei guvernante democratice.

În ceea ce privește problema alocării profitului, fie că ea apare într-o restricție de neredistribuire strictă (în cazul organizațiilor nonprofit) sau într-o constrângere mai suplă, care acordă o redistribuire limitată a acestuia către deținătorii de capital, scopul său este acela de a reinvesti profitul excedentar al misiunii sociale, ori acest fapt nu este transparent, deoarece acumularea de capital nu este o prioritate și este trecută sub tăcere.

Cu toate acestea, după cum s-a subliniat anterior, și metoda și procesele de desfășurare a activității sunt cele care contează, în special dimensiunile colective și cele democratice. "Cum-ul" este deci departe de a fi neutru. El nu se rezolvă prin introducerea unor mari principii de management, caracterizate drept generice prin faptul că ar putea fi aplicate în toate organizațiile. Astfel, dincolo de urmărirea unui scop social, caracterizarea formelor de organizare se poate face plecând de la următoarele trei dimensiuni:

- gradul de redistribuire individuală a profiturilor: gama formelor de antreprenariat menționate cuprinde în același timp organizații restricționate printr-o nonlucrativitate strictă, altele cu o lucrativitate limitată, altele care maximizează profitul pentru a maximiza lor obiectivele sociale;

- structura de guvernanță: atribuirea drepturilor de proprietate uneia sau mai multor părți interesate, natura democratică a luării deciziilor, recunoașterea principiului dublei calități, existența unor spații de participare și dezbateri în cadrul organizației;

- resursele mobilizate și gradul de autonomie financiară: partea relativă a resurselor filantropice sau de voluntariat (donații și muncă de voluntariat), resurse comerciale și necomerciale în bugetul organizației, hibridarea resurselor sau apelul la capitalul privat, în scopul de a asigura independența financiară (capital de risc, joint filantropy, fonduri de investiții de solidaritate).

III.4.4. CONDUCEREA UNUI DEMERS DE INOVARE SOCIALĂ

Procesul de inovare socială poate fi susținut de trei categorii de actori, respectiv întreprinzători (antreprenori), autorități publice și cetățeni. Prezentul material se concentrează asupra inovației sociale antreprenoriale.

Inovarea socială antreprenorială. În țările europene dezvoltate există o tradiție îndelungată de inovare socială în sectorul economiei sociale și de solidaritate. Sectorul asociativ este din punct de vedere istoric primul laborator de inovare socială. Datorită proximității sale și a cunoașterii profunde a populației și a teritoriului, el este capabil să detecteze nevoile sociale existente puțin sau defectuos satisfăcute, precum și cele noi și să ofere răspunsuri printr-un demers de experimentare și de modelare a soluțiilor create. Noile generații de antreprenori sociali dezvoltă inovații sociale cu scopul de a aduce soluții la provocările societale majore. Dacă aceste structuri constituie un creuzet al inovațiilor sociale, întreprinderile clasice pot și ele să dezvolte acest tip de proiecte.

Inovarea socială cetățenească. Acest tip de inovare este susținută de unul sau mai mulți cetățeni voluntari care se angajează să acționeze și să răspundă, la nivelul lor, la marile provocări sociale de astăzi.

Inovarea socială în politicile publice. Este susținută de actorii publici, îndeosebi de consiliile regionale, locale care caută să reexamineze modul în care politicile publice sunt concepute și implementate, prin lansarea unor experimente cu o abordare multidisciplinară (cetățeni, proiectanți de servicii, urbaniști etc.).

III.4.5. CARACTERIZAREA INOVĂRII SOCIALE

O cunoaștere adecvată a inovării sociale permite să se identifice, să se selecteze și să se coordoneze corespunzător proiectele socialmente inovatoare. Nu este întotdeauna ușor să se înțeleagă particularitățile inovației sociale, cum ar fi profitabilitatea limitată, utilizarea științelor umane și sociale, statutul asociativ sau cooperativ. Plecând de la această observație, sub egida Avise și Mouves (organizații implicate în cercetarea procsului de inovare socială) a fost realizată în anul 2011 o grilă de caracterizare a inovării sociale. Fructul unei cercetări multidisciplinare, care a reunit treizeci de actori (actori din domeniul inovării, actori publici), această grilă a fost construită în jurul a patru domenii cheie de apreciere a proiectului. Inițial au fost definite opt criterii de bază, acceptate de toți actorii consultați, care au constituit nucleul caracterizării inovației sociale, iar ulterior acest set a fost îmbogățit cu alte douăsprezece criterii complementare.

Toate aceste criterii ale caracterizării inovației sociale au fost incluse în 4 mari axe respectiv:

- a) Răspuns la o nevoie socială satisfăcută necorespunzător (5 criterii);
- b) Generare a unor alte efecte pozitive (4 criterii);
- c) Experimentare și asumarea riscului (6 criterii);
- d) Implicare a părților interesate (5 criterii).

De notat faptul că această caracterizare stă, de cele mai multe ori, la baza politicilor publice care urmăresc dezvoltarea inovării sociale, fiind cuprinsă în ghidul care permite eligibilitatea și selecția celor mai reprezentative proiecte.

Răspuns la o cerință defectuos satisfăcută

1. *Identificarea explicită a unei necesități pe un teritoriu de implantare, precum și a insuficienței răspunsurilor disponibile la această necesitate.*

2. *Este înregistrată dorința de a implementa un nou răspuns, care adaugă valoare în raport cu nevoia socială înscrisă explicit ca rațiune de a fi a proiectului. Ca indicatori se pot utiliza:*

a) pentru aspectul pozitiv: înscrierea acestei finalități în obiectul social, în statut, în actul constitutiv, în pactul acționarilor (când este vorba de o întreprindere socială)/în planul de afaceri al proiectului (când este vorba de un proiect social inovator susținut de o întreprindere);

b) pentru cel negativ: limitarea lucrativității (de exemplu, supravegherea remunerării aporturilor la fonduri proprii, supravegherea scării salariale, surplusurile majoritar reinvestite în cadrul proiectului).

3. *Proiectul oferă în amonte mijloacele necesare pentru a evalua relevanța răspunsului la necesitatea socială (instrumente și indicatori). La termen, impactul proiectului asupra soluționării nevoii sociale identificate este pozitiv, măsurat, explicit și riguros (cantitativ și/sau calitativ).*

4. *Proiectul se înscrie pe termen lung (răspuns durabil la nevoile sociale), ceea ce se*

traduce, în special, printr-un model economic viabil, permițând echilibrul său economic pentru un orizont de +/- 3 ani.

5. Proiectul este conceput ca un experiment care are vocația să schimbe scara și/sau să inspire noi proiecte în alte teritorii (transpunere, duplicare). Acest lucru se traduce în fapte, ca de exemplu:

- a) promotorii proiectului implementează demersuri concrete pentru a răspândi (de ex. pentru a forma noi actori în alte teritorii);*
- b) alți actori manifestă interes pentru implementarea proiectului pe teritoriul lor;*
- c) promotorii proiectului implementează demersuri care vizează irigarea și influențarea politicilor publice.*

Generarea de alte efecte posibile

6. Proiectul are un impact pozitiv și măsurabil direct sau indirect asupra dezvoltării economice a teritoriului unde este promovat, de exemplu în termeni de creare a unor locuri de muncă durabile.

7. Proiectul are impacturi pozitive și măsurate asupra altor nevoi sociale.

8. Proiectul este sensibil la impactul său asupra mediului și asigură faptul că acesta nu este negativ.

9. Proiectul suscită alte inovații (grupuri de inovații), crearea/structurarea unei noi filiere, contribuie la reînnoirea unui sector de activitate/teritoriu.

Experimentarea și asumarea riscului

10. Implementarea proiectului prezintă riscuri. În amonte (cercetare-dezvoltare) există blocări reale și incertitudini care trebuie menționate pentru a dezvolta răspunsul dorit. În plus, la momentul furnizării ofertei către utilizatori, caracterul nou al ofertei riscă să se confrunte cu tensiuni și rezistențe din partea actorilor existenți sau a respingerii de către publicul vizat.

11. Răspunsul este într-adevăr nou în raport cu starea pieței pe teritoriu: este clar distinct de soluții disponibile în acest teritoriu. În cazul în care răspunsul este inspirat de proiecte existente în alte teritorii, el se concentrează pe adaptarea la nevoile specifice ale teritoriului său: el este o transpunere și nu o duplicare. Răspunsul este, de fapt, mai bine adaptat pentru a satisface nevoia socială decât soluțiile alternative disponibile pe acest teritoriu (îmbunătățiri evidente, crearea de valoare).

12. Actorii proiectului dezvoltă o cultură a inovării manifestă (accentul pus pe creativitate, pe încurajarea căutării de soluții noi) și dispun de competențe complementare (multidisciplinaritate).

13. Utilizarea cercetătorilor și/sau a experților de teren pentru a dezvolta o expertiză în vederea diminuării incertitudinilor și gestionarea riscurilor.

14. *Proiectul este implementat pentru prima dată într-un mod experimental: test de fază, cu un proces formal de evaluare și ajustare.*

15. *Structura care susține proiectul are capacitatea financiară de a suporta riscurile și perioada îndelungată a procesului de inovare: fonduri proprii/ modificări care permit angajarea partenerilor financiari etc.*

Implicarea părților interesate

16. *Actorii vizați de această nevoie socială (beneficiarii viitori) sunt implicați în identificarea cerințelor sociale (anchetă pentru a colecta nevoile) și/sau în construirea răspunsului inovator la această necesitate.*

17. *Diferiți actori ai teritoriului sunt implicați în identificarea nevoilor sociale acoperite slab și/sau în căutarea răspunsului inovator la această nevoie: actori publici (autoritățile locale etc.) și actori privați (asociații, întreprinderi etc.).*

18. *Actorii vizați de această nevoie socială (beneficiari) sunt implicați în implementarea operațională a proiectului.*

19. *Diferiți actori ai teritoriului, ai autorităților publice (autoritățile locale etc.) și ai organizațiilor private (asociații, întreprinderi etc.) sunt implicate în implementarea operațională a proiectului (parteneriat sau participare directă).*

20. *Diferitele părți interesate (actorii privați și publici din teritoriu, beneficiari etc.) sunt implicate în guvernarea proiectului (de exemplu, participarea la consiliul de administrație /comitetul director al unui partener diferit de deținătorii capitalului).*

BIBLIOGRAFIE