

11 octobre 2010

Les Etats généraux de l'ESS en chantier !

Journée de lancement

Le Cahier de la mise en chantier: DOCUMENTS DE TRAVAIL

Chantier « Mettre en mouvement ! »	Page 3
Chantier « Convaincre l'opinion ! »	Page 8
Chantier « Influencer les décideurs ! »	Page 14
Principes d'action	Page 17

PREAMBULE :

La journée de lancement des Etats Généraux, le 11 octobre 2010 à Paris, doit permettre de :

- ▶ Préciser et adopter les moyens d'action pour mobiliser « ceux qui font » l'ESS.
- ▶ Structurer une 1^{ère} force opérationnelle de mobilisation des États généraux dans les territoires.
- ▶ Co-construire et adopter un premier programme d'action général des États généraux de l'ESS.

Elle s'articule en matinée autour de 3 Ateliers, sur trois Chantiers :

- ▶ Mettre en mouvement : Animer, dans les territoires, les Etats généraux de l'ESS
- ▶ Convaincre l'opinion : Mettre en œuvre une campagne citoyenne d'ampleur
- ▶ Influencer les décideurs : Constituer une force politique crédible

Ce cahier est avant tout un support préparatoire afin de permettre une participation active et constructive lors de cette journée de lancement.

Sa lecture est donc vivement recommandée !

Trois temps de mobilisation :

**Les Etats
généraux de
l'ESS
en Chantier !**

Octobre - Décembre 2010

**Les Etats
généraux de
l'ESS en
Mouvement !**

Janvier 2011 - Juin 2011

**Les Etats
généraux de
l'ESS
en Action !**

*A partir de juin 2011 ...
(événement national des 18 et 19 juin)*

**2012 :
Elections
présidentielles
et législatives**

METTRE EN MOUVEMENT !

Animation : Laurent FRAISSE (Le Labo de l'ESS) ;

Christiane BOUCHART (Réseau des Territoires de l'Economie Solidaire, Le Labo de l'ESS)

OBJECTIF : ANIMER DANS LES TERRITOIRES LES ETATS GENERAUX DE L'ESS

« Pour changer la donne, il faut mobiliser « ceux qui font » : la vigueur de nos entrepreneurs, la proximité et l'ancrage territorial de nos organisations et réseaux, l'engagement de nos sociétaires et bénévoles, consommateurs, la force de frappe de nos grandes entreprises, la mobilisation des élus locaux sont autant de leviers pour faire mouvement... » Extrait de l'appel "Vers des Etats généraux de l'ESS".

- Quels territoires sont déjà mobilisés ?
- Comment construire un premier agenda commun ?
- Comment favoriser la mise en place de coalitions régionales pour élargir la mobilisation ?
- Quels fils rouges communs aux différentes manifestations? Sur quelles initiatives existantes s'appuyer ?

Introduction : les territoires au cœur de l'animation des EG de l'ESS

Les territoires sont au cœur des dynamiques de l'ESS

L'ancrage territorial des initiatives et entreprises de l'ESS : Localisation d'activités en réponse aux besoins des populations et marchés locaux plus que par mise en concurrence fiscale et salariale des territoires, création d'emplois non délocalisables, génération de revenus et d'épargne réinjectés dans l'économie locale, développement de services de proximité et maintien d'une capacité de travail dans les territoires enclavés, valorisation de savoir faire anciens et la réhabilitation de filières délaissées..., l'ESS contribue à faire des territoires le cœur de l'économie réelle.

Le rôle aujourd'hui central des territoires pour la structuration des acteurs et *la mise en place de politique publique de l'ESS*. Depuis une dizaine d'années, les dynamiques territoriales de l'ESS sont innovantes et structurantes : organisation et regroupement des acteurs de l'ESS (réseaux sectoriels, CRES, réseaux économie solidaire), développement des politiques territoriales de l'ESS à différentes échelles (région, département, agglomération, commune), multiplication des événements et actions de sensibilisation ; dispositifs de soutien et de financement à la création d'activités et d'emplois...

Les territoires deviennent l'espace des *nouveaux compromis entre l'économique, le social et l'écologique pour explorer un développement local durable et solidaire*. C'est autant dans les territoires que dans l'entreprise que de nouvelles dynamiques multi-partie-prenantes, formes de dialogues sociales, et de régulations économiques s'inventent.

C'est à partir des territoires que l'animation et la mobilisation des EG de l'ESS prend tout son sens.

Objectifs et déroulement du chantier

Le chantier se déroulera en 3 temps correspondant aux objectifs du chantier :

- ▶ **Temps 1** : Déterminer collectivement les enjeux et objectifs communs de l'animation territoriale des EG de l'ESS.
- ▶ **Temps 2** : Identifier les premiers territoires mobilisés et initiatives proposées.
- ▶ **Temps 3** : Organiser le suivi et se mettre d'accord sur les principes de gouvernance partagée des EG de l'ESS sur les territoires.

Temps 1 : Quels enjeux et fils rouges communs des initiatives territoriales

Quelles sont les synergies et la plus-value des EG ESS par rapport aux manifestations déjà existantes sur les territoires ? Quels objectifs communs et quelle cohérence entre l'ensemble des initiatives ? Comment éviter la juxtaposition d'événements sans colonne vertébrale ? Les enjeux sont globalement ceux de l'appel des EG de l'ESS à savoir élargir le cercle des acteurs pour influencer les décideurs et convaincre les citoyens. C'est bien à partir des territoires que le processus s'engage dans les EG ESS.

Exemples d'enjeux et de fils rouges possibles

Faire de l'ESS le levier d'un développement durable et solidaire :

- ▶ Valoriser les pratiques et politiques de l'ESS qui permettent de changer d'échelle et d'irriguer l'ensemble de l'économie des territoires. Lever les freins pour que l'ESS soit un levier décisif d'un développement local durable et solidaire et pèsent sur les régulations économiques locales ?
- ▶ Faire campagne sur quelques propositions innovantes et mobilisatrices à partir d'une capitalisation d'expériences sur plusieurs territoires (exemples des pôles territoriaux de coopération, des circuits courts, etc...)
- ▶ Contribuer à la construction d'une politique nationale de l'ESS crédible à partir de l'expérience des territoires. Comment faire pour que les acquis de l'ESS sur les territoires contaminent le débat politique et médiatique national ?

Convaincre le citoyen dans la proximité :

- ▶ Comment les initiatives EG de l'ESS permettent la mobilisation d'un plus large public au-delà du cercle des initiés à l'ESS ?
- ▶ Montrer combien l'ESS répond à l'échelle des territoires aux besoins quotidiens des français et innove en temps de crise.
- ▶ Toucher et mobiliser ceux qui font l'ESS au quotidien (sociétaires, salariés, bénévoles).
- ▶ Faire émerger et rendre visible une nouvelle génération de militants, d'entrepreneurs et de salariés de l'ESS.

Se mettre en mouvement pour élargir le cercle des acteurs :

- ▶ Comment faire des EG ESS un laboratoire pour mieux faire travailler ensemble les différentes sensibilités de l'ESS, pour décroiser les acteurs et élargir les acteurs et les réseaux ?
- ▶ Comment les EG ESS permettent de valoriser et de favoriser la gouvernance multi-niveaux entre collectivités locales ?

Méthodes et livrables possibles

Exemples de méthodes :

- ▶ Faire remonter entre octobre et novembre à partir des acteurs et réseaux engagés le 11 octobre les 4 ou 5 enjeux et thématiques communs de l'animation territoriale des EG.
- ▶ Partir des « 50 propositions pour changer de cap » ou autres rapports pour retenir quelques propositions transversales aux événements EG ESS.
- ▶ Profiter du mois de l'ESS pour tester la pertinence et la cohérence de fils rouges.

Exemples de livrables possibles de l'animation territoriale :

- ▶ Un nombre significatif et visibles de rencontres EG ESS sur les territoires.
- ▶ Un plaidoyer commun autour de quelques propositions innovantes et structurantes.
- ▶ Un manifeste des territoires pour une politique nationale de l'ESS.
- ▶ Un cahier des bonnes pratiques de gouvernance locale de l'ESS (co-construction avec les acteurs, partenariat région-agglo-ville, impact sur les nouvelles régulations économiques).
- ▶ Animation locale de la campagne citoyenne des EG ESS.
- ▶ Recensement et valorisation des campagnes de sensibilisation et démarches d'éducation populaire qui marchent sur les territoires.
- ▶ Un évènement commun autour des jeunes qui font l'ESS sur les territoires.
- ▶ Répondre aux enjeux des EG de l'ESS à partir d'une capitalisation des témoignages, idées et propositions issues du mois de l'ESS dans un document commun.

Temps 2 : Quelles initiatives ? Quels territoires mobilisés ?

Information et repérage des premières initiatives engagées sur les territoires par les acteurs, réseaux et élus. Manifestations d'intérêt et volonté d'engagement des participants du 11 octobre. Identification des acteurs, organisations et institutions absents qu'il conviendrait de contacter et d'impliquer.

Méthode : prise de parole des participants, diffusion de contributions et propositions écrites,

circulation d'une feuille contacts pour recueillir les engagements et propositions des participants.

Résultats attendus à l'issu du chantier :

- ▶ Prise d'engagements publics d'acteurs et identification collective des réseaux impliqués.
- ▶ Liste des premiers réseaux et territoires engagés, esquisse d'un agenda commun.

Temps 3 : Vers un suivi commun et une gouvernance partagée des EG de l'ESS sur les territoires

La réussite des EG de l'ESS sur le territoire tient à la capacité des acteurs, réseaux et collectivités locales à les co-construire, à travailler ensemble, à élargir le cercle des participants et des institutions, à faire émerger de nouveaux acteurs et favoriser le renouvellement générationnel. Les EG ESS ne sauraient être un label d'événements locaux sans lien les uns avec les autres.

Les objectifs de ce troisième temps seraient les suivants :

- ▶ Se mettre d'accord sur quelques principes de gouvernance : co-construction des EG ESS et gouvernance partagée, information et diffusion des résultats, engagement sur des livrables communs pour chaque manifestation, participation à l'événement Brongniart...
- ▶ Identifier les compétences que les acteurs et réseaux comptent investir dans l'animation des EG de ESS.
- ▶ Identifier des personnes (ou réseaux) ressources qui s'engagent à assurer le suivi et la continuité de l'animation territoriale au sein du groupe de pilotage EG de l'ESS.

Résultats attendus à l'issu du chantier :

- ▶ Engagement à produire une charte et un plan d'action « Animation des EG ESS sur les territoires : enjeux, gouvernance et outils pour l'animation des EG ESS ».
- ▶ Pages Internet et cartographie des initiatives ESS dans les territoires.
- ▶ Propositions d'éléments pour un kit d'animation territoriale des EG ESS (thématiques, journée type, personnes et réseaux ressources...).
- ▶ Première liste publique et ouverte des personnes et réseaux responsables du suivi de l'animation territoriale des EG ESS sur les territoires et membres du groupe de pilotage EG.

Suites du 11 octobre et calendrier

Comme rappeler dans l'invitation, les EG généraux se dérouleront en trois temps : mise en chantier (octobre-décembre 2010) ; mise en mouvement (janvier-juin 2011), mise en action (juillet 2011-mai 2012).

Les orientations prises lors du chantier seront restituées cet après-midi lors de la plénière. Elles constitueront la base d'un premier cadre d'action de l'animation des EG de l'ESS sur les territoires qui sera diffusé d'ici fin octobre pour un enrichissement à l'occasion du mois de l'ESS.

CONVAINCRE L'OPINION !

Animation : Tarik GHEZALI (Le Labo de l'ESS),

Jean-Guy HENCKEL (Réseau Cocagne, Le Labo de l'ESS)

Objectif : Mettre en œuvre une campagne citoyenne d'ampleur

« Tant que l'ESS ne sera pas populaire, au sens premier du terme, elle ne sera pas prise au sérieux durablement. L'ESS doit montrer au plus grand nombre qu'elle est à la fois une économie utile à leur quotidien et à leur mieux-vivre, une économie à laquelle ils donnent sens par leur consommation, leur épargne, leur travail... ». Extrait de l'appel "Vers des Etats généraux de l'ESS".

- Comment mettre en œuvre une campagne citoyenne – sur la base de l'ESS – en faveur d'une autre économie ?
- Quelles initiatives existent déjà en la matière ? De quoi s'inspirer ?
- Sur quels réseaux et mouvements s'appuyer ?
- Quels moyens sont nécessaires ?
- Comment constituer une force de terrain capable de relayer la campagne dans les territoires ?

QUELS OBJECTIFS ?

Les idées et propositions pour une autre économie ne pèseront réellement et sérieusement sur le débat public et la décision politique que si elles sont relayées et portées par un mouvement de citoyens, large et populaire.

Ce mouvement est indispensable si on veut que les décideurs politiques et médiatiques changent de cap, prennent au sérieux l'ESS et plus largement, la nécessité de créer un environnement favorable à une économie humaine.

Comment créer un mouvement d'opinion fort, populaire et de proximité, un nouveau rapport de force en faveur d'une autre économie ?

Objectifs de l'atelier

Si cet objectif fait largement consensus, les modalités de concrétisation restent à définir.

Il est proposé de structurer les travaux de l'atelier autour de la **mise en débat de 3 scénarios**, trois approches possibles, succinctement décrits pages suivantes, qui appellent des moyens, des méthodes, des acteurs différents, et avec chacun des avantages et des inconvénients :

- ▶ **Campagne d'éducation populaire**
- ▶ **Campagne médiatique**
- ▶ **Campagne militante**

Bien évidemment, idéalement, les trois devraient être menées de front...

Mais de manière réaliste, il importe de **faire des choix**, de donner des orientations et de les approfondir, voire d'**inventer de nouvelles approches** à partir de ces trois scénarios initiaux.

L'atelier doit permettre d'apporter des éléments de réponse, restitués l'après-midi, sur 5 points :

- ▶ Objectifs et enjeux.
- ▶ Indicateurs de réussite.
- ▶ Calendrier.
- ▶ Modalités de mise en œuvre (acteurs, financement...).
- ▶ Articulation avec les autres chantiers et ateliers.

TROIS PREMIERS SCENARIOS POSSIBLES

1) Campagne d'éducation populaire

Projet et impact attendu

Campagne de **terrain**, d'éducation populaire, pour montrer aux gens l'utilité et la crédibilité de l'ESS. Miser sur le **contact direct**, moyen le plus efficace pour expliquer, démontrer, susciter l'adhésion.

Mobiliser, former et animer **500 jeunes ambassadeurs** dans le cadre du service civique, qui peut être mobilisé pour cette « cause d'intérêt général » : promouvoir et développer une économie plus humaine, au service du mieux-vivre des citoyens.

Premières orientations opérationnelles :

Aller **où on ne va pas d'habitude** : quartiers sensibles, zones rurales, marchés, syndicats professionnels, bourses du travail, campus étudiants, etc.

Créer un **lien** fort entre ces jeunes et les acteurs de terrain des réseaux mobilisés, notamment la jeune génération déjà engagée dans l'ESS.

Entrer par comment l'ESS comme **répond concrètement** aux besoins fondamentaux des gens :

- ▶ « Vous êtes résigné, vous avez l'impression qu'il n'y a plus de marge de manœuvre, que la machine économique s'impose à vous ? Pourtant, vous pouvez reprendre la main, redonner du sens et vous réapproprier votre vie économique, par une autre manière de consommer, d'épargner, de travailler... Reprenez le pouvoir sur l'économie, faites-en votre affaire, il n'y a pas de fatalité ! »

- ▶ « Vous vous améliorez concrètement votre qualité de vie, ici et maintenant : mieux manger, mieux vous loger, mieux travailler, être en meilleure santé, mieux financer vos projets, de manière économiquement compétitive, socialement et écologiquement responsable : il existe une économie, des initiatives, des entreprises qui le font. La preuve par l'exemple. »

Enjeu clé : **construire un nouveau langage autour de l'ESS**, plus concret, plus simple, plus quotidien, plus parlant pour l'homme de la rue, le néophyte...

Ecueils à éviter :

- ▶ Discours de défense de la corporation de l'ESS, trop manichéen ou « propagande »
 - ▶ Discours trop négatif. Il faut susciter, réveiller l'espoir
 - ▶ Discours trop « partisan » politiquement.
- ...

Nécessité de construire une véritable infrastructure de campagne :

- ▶ Outils de campagne : vidéo, ppt, flyer, argumentaires, pétition, etc.
- ▶ Formation des « ambassadeurs »
- ▶ Plateforme d'animation web et communication virale
- ▶ Relais territoriaux / coordination nationale de la campagne
- ▶ Evènements locaux et nationaux, aux formes innovantes, permettant de servir de caisses de résonance aux actions menées, permettant de rythmer la campagne.
- ▶ Option : prévoir de faire un film documentaire sur l'expérience et le process EG ?

Objectifs à fin 2012 (premiers chiffres) :

- ▶ 5000 à 10 000 personnes sensibilisées
- ▶ 50 000 à 100 000 personnes informées
- ▶ 500 000 à 1 million de personnes touchées

Exemples, bonnes pratiques :

Les Méditerranée : mobilisation de jeunes via le service civique pour sensibiliser à l'écologie des milliers de familles de quartiers populaires, partout en France. Initiative menée avec succès avec Unis-Cité, cofinancée par l'Etat et des partenaires privés.

Voir site des Méditerranée et article du Monde (30/06/10) :

<http://www.lesmediaterre.fr/articles-blog.html>

Equi-Tables (93) : éducation populaire pour démocratiser le commerce équitable à Stains. <http://www.avise.org/spip.php?article988>

Social entreprises ambassadors (UK) : <http://socialentrepriseambassadors.org.uk/> Programme de valorisation et de mise en avant d'ambassadeurs de l'entrepreneuriat social.

Modèle économique :

- ▶ Cofinancement public (national, territorial) - privé (ESS, hors ESS).
- ▶ Mobilisation de l'Agence du Service Civique.
- ▶ Mobilisation des réseaux d'éducation populaire et Unis-Cité.

Avantages :

- ▶ Faisabilité économique et opérationnelle.
- ▶ Travail de terrain, à impact durable, à vocation pédagogique.

Inconvénients :

- ▶ Caractère moins politique, moins militant.
- ▶ Moindre résonance médiatique.

2) Campagne médiatique

Projet et impact attendu :

Rechercher l'impact médiatique maximum, en construisant une campagne multimédia et massive:

- ▶ Site Internet
- ▶ Partenariats médias
- ▶ Médias spécialisés ou engagés (Age de Faire, Interdépendances, Politis, Alter Eco...)
- ▶ Médias grand public (imaginer tour de France d'une autre économie ?), TV et radio (exemple France Inter et ses 2 émissions Là-bas si j'y suis et Carnets de campagne ...)
- ▶ Affiches
- ▶ Publicité TV ou radio
- ▶ Vidéos

Innover sur le fond et la forme, pour surprendre et susciter l'intérêt des médias (exemple des idées de « Bourse des vraies Valeurs », « cotation citoyenne des entreprises »...).

L'accompagnement et appui d'une agence spécialisée est recommandé.

Se donner comme objectif de toucher 1 million de personnes (acteurs, bénéficiaires, sympathisants), partout en France, d'ici fin 2012.

Exemples, bonnes pratiques :

Le Pacte Hulot, 750 000 signataires. <http://www.fondation-nicolas-hulot.org/extras/archives-pacte/>

Modèle économique :

- ▶ Miser sur une campagne de souscription auprès des entreprises de l'ESS (grandes et petites) et des citoyens ? (avec l'idée « beaucoup donnent un peu »).

Avantages :

- ▶ Impact médias et décideurs,
- ▶ Dépasser les cercles classiques, franchir un cap en matière de visibilité.

Inconvénients :

- ▶ Coût très élevé, difficulté à monter financièrement le projet.
- ▶ Risque de « pschitt » après la campagne, en raison d'un côté potentiellement « hors sol ».

3) Campagne militante

Projet et impact attendu :

Mobiliser toutes les acteurs militants d'un « nouveau économique », qui met au cœur la réappropriation de l'économie par le citoyen, salarié, entrepreneur, bénévole, consommateur, épargnant. Ne pas chercher à fédérer de manière hégémonique mais à stimuler plutôt des fertilisations croisées et la dynamique, la mise en mouvement.

Créer **une dynamique militante**, d'acteurs et d'organisations plurielles autour de cette campagne:

- ▶ Des réseaux de l'ESS dans leur diversité
- ▶ Du monde associatif dans son ensemble et en particulier réseaux d'éducation populaire
- ▶ Attac
- ▶ Syndicats : de Sud à la CFTC, en passant par CGT et CFDT

La « cause » ne peut se réduire ici à celle de l'ESS, mais bien à celle d'une autre économie, **une économie humaine**. Il y a besoin d'élargir la base militante pour parvenir à un impact significatif.

Concrétiser cette dynamique par une :

- ▶ Une pétition ?
- ▶ Un cahier de doléances et de solutions ?
- ▶ Une grande marche festive et citoyenne, allant symboliquement de l'Assemblée nationale à la Bourse : « *on reprend la main sur l'économie et la finance* » ? Le soir du 17 juin (début de l'évènement au Palais Brongniart).

Lien direct et étroit avec le Chantier « Influencer les décideurs ».

Exemples, bonnes pratiques :

Les **campagnes Attac**, la dernière par exemple sur les retraites : <http://petition.exigences-citoyennes-retraites.net/>

La campagne des syndicats contre les paradis fiscaux (2010) : <http://www.stopparadisfiscaux.fr/>

Votation citoyenne sur la privatisation de la poste (1 à 2 millions de votants).

Campagne Obama : une campagne du 19^{ème} siècle (porte-à-porte, marchés, contact direct...) avec le moyens du 21^{ème} siècle (utilisation d'Internet pour mobiliser des millions de militants et toucher des dizaines de millions de personnes). Impact tract : 1 sur 100 000. Impact porte-à-porte : 1 sur 14. Voir étude Terra Nova : <http://www.tnova.fr/images/stories/groupes-de-travail/006-mission-us/terranova-rapportmissionus.pdf>

Modèle économique :

- ▶ Repose essentiellement sur du bénévolat, de la mobilisation militante
- ▶ Mettre en place aussi une campagne de souscription populaire ?

Avantages :

- ▶ Faisabilité opérationnelle (budget limité).

Inconvénients :

- ▶ Difficulté à construire le contenu pour l'action (pétition, marche, mots d'ordre...), un contenu qui fasse à la fois consensus mais soit aussi dynamique et mobilisatrice pour l'ensemble des acteurs.
- ▶ Difficulté à dépasser le « plafond de verre » des actions militantes (par exemple, 40 000 à 50 000 signatures sur les pétitions), l'entre-soi.

INFLUENCER LES DECIDEURS !

Animation : Emmanuel GAGNEROT (Le Labo de l'ESS),

Hugues SIBILLE (Agence de Valorisation des Initiatives Socio-Economiques, Le Labo de l'ESS)

Objectif : Constituer une force politique crédible

« Pour convaincre, nous devons porter des propositions fortes argumentées, transformatrices, réalisables, en s'appuyant sur les travaux existants. Nous devons aussi développer un langage de la preuve de nos pratiques et rechercher l'exemplarité. Et enfin, rechercher une meilleure articulation entre propositions et politiques publiques territoriales, nationales et européennes ». Extrait de l'appel "Vers des Etats généraux de l'ESS".

- Comment renforcer la crédibilité de ces propositions ? Comment mieux les illustrer par la parole et les pratiques de ceux qui font l'ESS dans les territoires ?
- Quels sont les acteurs à convaincre ? Quelles alliances à construire ensemble et avec d'autres ?
- Comment donner une meilleure audience aux propositions visant le développement de l'ESS ?
- Comment mutualiser les pratiques de lobbying ?

Introduction :

Ces cinq dernières années, de nombreuses initiatives ont été mises en œuvre afin d'influencer la décision publique en faveur du développement de l'économie sociale et solidaire. Missions parlementaires, plates-formes de propositions, manifestes, événements, sites internet... De manière générale, force est de constater que ces initiatives se sont faiblement traduites en **action d'envergure** permettant de renforcer et de développer solidement l'ESS.

Avant d'envisager les moyens à mettre en œuvre (campagne à l'occasion des présidentielles, lobbying législatif...) pour influencer les décideurs et d'identifier précisément les cibles à viser (Etat, parlementaires, journalistes, élus locaux/régionaux/européens, intellectuels, partis politiques...), il convient de faire dans un premier temps l'**état des lieux du niveau d'influence de l'ESS** et du type de **message collectif à construire** à l'occasion du processus enclenché par les Etats généraux de l'ESS. Ce premier diagnostic devra également prendre en compte les alliances à renforcer avec différents types d'acteurs (mouvements sociaux et civiques, syndicalistes...).

Sur cette base, le chantier « Influencer les décideurs » des Etats généraux de l'ESS vise à :

1. **Dresser collectivement un diagnostic du niveau d'influence de l'ESS sur les décideurs** (1er temps du débat : 45 minutes)
2. **Débattre et échanger sur les grands axes du message à porter auprès des décideurs dans le cadre des Etats généraux de l'ESS** (2ème temps du débat : 45 minutes)
3. **Proposer une méthode et des étapes permettant – dans le cadre des Etats généraux de l'ESS – de construire et de diffuser (vers les décideurs) un message collectivement partagé** (3ème temps du débat : 30 minutes)

Pour amorcer l'échange et nourrir le débat, il est proposé aux participants de s'appuyer sur les points suivants (non exhaustifs) :

Quelques FORCES propres à l'Economie sociale et solidaire :

- ▶ Une économie plurielle
- ▶ Des activités qui se développent avec et pour les territoires
- ▶ Une force économique et sociale : 200 000 entreprises, 2 millions de salariés, 3% du PIB français, 14 millions de bénévoles (sources : Insee, CNRS)
- ▶ L'ESS est positionnée sur des filières d'intérêt général
- ▶ Une gestion éthique qui repose sur des principes démocratiques et participatifs (« *Un homme, une voix* »)
- ▶ Une diversité de structures représentatives
- ▶ Les entreprises de l'ESS favorisent la participation citoyenne à l'économie
- ▶ L'ESS mobilise une variété de ressources : marchandes et non marchandes, publiques et privées, monétaires et non monétaires

Quelques MENACES qui pèsent sur l'Economie sociale et solidaire :

- ▶ Le développement de la concurrence entre structures de l'ESS
- ▶ Les effets de la crise économique
- ▶ Des financements fragiles et insuffisants
- ▶ Le désengagement de l'Etat
- ▶ Le risque de marginalisation - à des fonctions de réparation sociale - des activités développées par l'Economie sociale et solidaire
- ▶ Une culture du résultat qui limite l'évaluation des activités à des critères strictement quantitatifs, sans prise en compte des différentes facettes de l'utilité sociale (dimension qualitative, coûts évités pour les pouvoirs publics, consolidation de l'expression et de l'initiative citoyenne...)
- ▶ La banalisation de l'ESS à des fonctions gestionnaires et entrepreneuriales
- ▶ Une idéologie dominante individualiste et consumériste

Quelques OPPORTUNITES pour influencer les décideurs :

- ▶ L'ESS peut constituer un moyen pour sortir de la crise par le haut
- ▶ Depuis le début de la crise, les critiques sur le mode de développement capitaliste appellent des modes développement durable, respectueux de l'humain et de l'environnement

- ▶ Intérêt grandissant des collectivités territoriales (Régions) pour l'ESS
- ▶ Des propositions pour développer l'ESS existent et ont fait l'objet d'un consensus (propositions du rapport parlementaire du député Francis Vercamer, « L'économie sociale et solidaire, entreprendre autrement pour la croissance et l'emploi », avril 2010 ; « 50 propositions pour changer de cap » du Labo de l'ESS, décembre 2009)
- ▶ Une opinion publique globalement favorable : exemple des associations perçues comme un acteur efficace pour agir face à la crise, cf. sondage CSA d'octobre 2009
- ▶ Début/regain d'intérêt de partis politiques (Parti socialiste, Europe Ecologie) pour l'ESS sans pour autant identifier des doctrines claires au sein de ceux-ci
- ▶ La campagne des élections présidentielles peut constituer une occasion de plaider pour une autre économie à partir de la diversité de l'ESS

Quelques FAIBLESSES pour influencer les décideurs

- ▶ Une réalité et des définitions plurielles qui ne facilitent pas la lisibilité et la visibilité de l'ESS
- ▶ Un faible sentiment d'appartenance collectif
- ▶ Des mutualisations et des coopérations économiques insuffisantes pour le moment
- ▶ Une diversité de structures représentatives
- ▶ Une parole politique nationale et locale qui peine à se faire entendre
- ▶ Des alliances à construire avec les mouvements sociaux et civiques (syndicats, mouvements d'éducation populaire...)
- ▶ Les argumentations développées en faveur de l'ESS sont rarement renforcées par des éclairages externes à l'ESS : philosophes, macro-économistes, anthropologues, sociologues, syndicalistes, journalistes...
- ▶ Les moyens (chiffrés) pour trouver les financements de la mise en œuvre des propositions en faveur de l'ESS sont rarement envisagés ;
- ▶ L'ESS manque de moyens pour mettre en œuvre des activités de plaidoyer afin d'influencer les décideurs

Grand axes de messages à envisager pour influencer les décideurs en démontrant l'utilité et la crédibilité de l'ESS

- ▶ L'ESS est un lien entre l'action collective et l'action individuelle
- ▶ L'ESS est un lien entre l'Etat, les collectivités et les acteurs de la société civile
- ▶ L'ESS est un lien entre l'économie mondialisée et l'économie de proximité
- ▶ L'ESS est un levier pour faire en sorte que l'Etat ne soit pas dominé par le marché
- ▶ L'ESS, une autre économie qui permet de répondre, de manière durable et éthique, aux besoins des citoyens (se nourrir, se loger, se cultiver, travailler...)

PRINCIPES D'ACTION DES ETATS GENERAUX DE L'ESS

Document de travail

Disponible sur le site Internet du Labo de l'ESS et transmis aux participants de la journée de lancement des Etats généraux, ce document de travail sera mis en débat, amendé, et collectivement adopté le 11 octobre prochain.

Préambule

Toute personne ou tout groupe qui partage et revendique les valeurs et les objectifs de l'appel « Vers des Etats généraux de l'ESS : pour une autre économie ! » est invité à s'engager dans le processus des Etats généraux de l'économie sociale et solidaire. L'objectif est d'inciter ceux qui font l'ESS à faire mouvement pour lancer une campagne politique et citoyenne en faveur d'une économie respectueuse de l'humain et de l'environnement.

Innovante, partant des territoires, conviviale et démocratique, la démarche des Etats généraux de l'ESS repose sur des principes fondateurs à partager et respecter et sur trois objectifs à mettre en œuvre : faire mouvement, convaincre l'opinion et influencer les décideurs.

Lancé le 11 octobre, ce processus sera rythmé par trois phases importantes: la mise en chantier (d'octobre à décembre 2010), la mise en mouvement (janvier- juin 2011) et la mise en action (à partir de juin 2011).

1. Des principes fondateurs

Les Etats généraux de l'ESS reposent sur les principes fondateurs suivant :

► Une démarche d'ouverture, plurielle et conviviale

En sollicitant tous les acteurs participant à des initiatives s'inscrivant dans l'ESS et en s'adressant aussi bien aux forces vives de l'ESS qu'aux syndicats, aux pouvoirs publics et au grand public ; en organisant des événements festifs, en favorisant les échanges, en inscrivant la convivialité dans les valeurs et les pratiques de l'ESS.

► Une démarche territoriale, coopérative et partenariale

En ancrant la préparation des Etats Généraux dans les territoires, et en associant toutes les parties prenantes, tous les acteurs de terrain à la préparation des Etats généraux ; en permettant à des organisations aux sensibilités et visions diverses de se rencontrer, de dialoguer ; en définissant ce qui nous rassemble mais aussi en appréhendant nos différences ; en se mettant à l'écoute des autres, en mutualisant nos ressources et nos contributions, en développant les échanges aussi bien à l'échelle régionale que nationale.

► **Une démarche mobilisatrice qui s'inscrit dans la durée**

En mobilisant les acteurs de l'ESS sur un projet sociétal commun et en développant une campagne citoyenne ; en veillant à garantir la continuité du processus en faisant vivre sa démarche et ses propositions dans l'après juin 2011.

2. Modalités d'action

En participant aux Etats généraux de l'ESS, les acteurs de l'ESS s'engagent à respecter les principes fondateurs et les modalités d'action suivants :

- **Assurer un processus ouvert à tous.** L'organisation des Etats Généraux à un niveau territorial doit être co-portés par les différents réseaux territoriaux représentatifs de l'ESS ; des actions multipartites doivent être encouragées ; on veillera à associer les acteurs de terrains, à faire participer toutes les générations et à respecter la parité et la mixité.
- **Assurer la transparence sur le processus.** L'organisation et les modes de décision des Etats généraux doivent être clairs et transparents.
- **Rendre l'information accessible à tous et libre des droits.** Les contributions de chaque acteur, de chaque territoire, de chaque groupe de travail pourront être visibles par tous et réutiliser en citant la source ;
- **Respecter la transversalité et la co-construction.** Les groupes de travail, les ateliers, les territoires doivent se relier, en coordonnant leur réflexion et en décloisonnant les échanges.
- **Accorder une attention égale** à tous les engagements, les initiatives et les propositions.
- **Respecter et participer à la mise en œuvre des objectifs des Etats Généraux.** Les contributions doivent répondre aux trois objectifs des Etats généraux de l'ESS: *METTRE EN MOUVEMENT, CONVAINCRE L'OPINION, INFLUENCER LES DECISIONS.* **Assurer un travail de convergence** pour construire un langage commun, sur qui nous sommes et où nous voulons aller.

3. Deux outils support

Pour assurer la mise en œuvre, la collaboration, l'information, et la communication des Etats généraux de l'ESS deux outils sont en préparation :

1. Une Plateforme collaborative des Etats généraux de l'ESS

Outils à disposition des acteurs de l'ESS engagés dans les Etats généraux de l'ESS, la plateforme collaborative a pour objectifs de capitaliser les propositions avant de les proposer sur le site national.

- *Créer de l'intelligence collective*

Permettre aux acteurs de l'ESS de mettre en débat des propositions à partir du cadre commun

structurant.

- ▶ *Partager des bonnes pratiques*

Présenter une cartographie des acteurs et des projets, proposer un annuaire des ressources, mettre à disposition les outils disponibles et proposer et animer les groupes de travail thématiques et régionaux...

- ▶ *Fournir des outils de mobilisation*

Mettre à disposition un kit de communication, des argumentaires, des éléments de langage...

2. Un Site national des Etats généraux de l'ESS: la vitrine pour informer, mobiliser, proposer et débattre

Permettre au grand public de s'informer, de se mobiliser et de débattre sur les propositions émanant des Etats généraux de l'ESS.

- ▶ *Informer*

Présenter les Etats généraux de l'ESS : le projet, les objectifs, les acteurs, les rendez-vous, un kit presse, FAQ, etc.

- ▶ *Mobiliser*

Outils de support pour la campagne citoyenne.

- ▶ *Proposer et mettre en débat*

Les propositions issues de la plateforme collaborative seront une fois formalisées, proposées en ligne et mises en débat.