



CASYE
CULTURAL & SOCIAL YOUTH ENTREPRENEURSHIP

RECOMMANDATIONS POLITIQUES

101



Cofinancé par
l'Union européenne



diesis
network



Fondazione
Trulza



Avis de non-responsabilité

Financé par l'Union européenne. Les points de vue et opinions exprimés n'engagent toutefois que les auteurs et ne reflètent pas nécessairement ceux de l'Union européenne ou de l'Agence exécutive européenne pour l'éducation et la culture (EACEA). Ni l'Union européenne ni l'EACEA ne peuvent en être tenus responsables.

Remerciements

Ce document a été produit par Diesis Network (BE) grâce à la contribution de tous les partenaires : IARS (UK), Asociación Caminos (SP) et Fondazione Triulza (IT).

Plus d'informations et contact

Diesis Network

Boulevard Charlemagne 74

Bruxelles, Belgique

www.diesis.coop

Table des matières

Introduction	4
1. A propos du projet	4
2. A propos des partenaires	4
3. A propos de ce document	4
Élaboration des recommandations politiques	5
1. Élaboration des recommandations politiques	5
2. Structure des recommandations politiques et groupes cibles	5
Recommandations politiques	7
1. Investir dans la jeunesse, l'entrepreneuriat social et le secteur créatif	7
a. Contexte	7
Industries créatives et culturelles (ICC)	7
L'économie sociale	7
b. Recommandations politiques	8
Ensemble de résultats 1 : La culture est la base de la société, mais sa valeur n'est pas suffisamment reconnue.	8
Ensemble de résultats 2 : La culture n'est pas reconnue comme un investissement stratégique.	8
Ensemble de résultats 3 : La durabilité économique à long terme reste l'un des principaux défis des entreprises sociales créatives et culturelles.	9
Ensemble de résultats 4 : Il existe un besoin d'outils pour mesurer l'impact de l'investissement dans les ICC et les entreprises sociales.	9
2. Les industries culturelles créatives comme nouveau moteur de croissance et vecteur d'autonomisation des communautés	11
a. Contexte	11
b. Recommandations politiques	12
Ensemble de résultats 1 : Il est nécessaire de stimuler l'apprentissage par les pairs, de partager les bonnes pratiques et les exemples de réussite pour donner aux communautés les moyens d'agir en faveur des ICC.	12
Ensemble de résultats 2 : Les industries créatives et culturelles sont un outil sous-estimé qui peut engager les jeunes générations dans leur communauté.	12
Ensemble de résultats 3 : Assurer la durabilité des activités à long terme dans la communauté est l'un des principaux défis du processus de régénération.	13
3. Promouvoir l'entrepreneuriat social chez les jeunes	14
a. Contexte	14
b. Recommandations politiques	15
Ensemble de résultats 1 : Il existe un besoin de nouvelles formes de publicité percutante pour impliquer les jeunes	15
Ensemble de résultats 2 : Il est essentiel de permettre l'accès aux programmes d'éducation et de tutorat à tous les jeunes, en particulier aux groupes marginalisés et défavorisés.	15
Ensemble de résultats 3 : La narration de l'entrepreneuriat social est essentielle.	16
Annexe - Participants à l'atelier de co-création de recommandations politiques	17

Introduction

1. A propos du projet

Le projet CASYE (Cultural and Social Youth Entrepreneurship) vise à développer des outils innovants, accrédités par le développement professionnel continu (DPC), pour aider les jeunes marginalisés à devenir des entrepreneurs dans les secteurs sociaux et culturels. Cela se fera par le biais du renforcement des capacités et de la certification des travailleurs de jeunesse et d'autres professionnels en leur donnant de nouvelles approches pour soutenir et renforcer leur travail, améliorer leurs compétences et accroître la qualité de leurs interventions.

L'objectif du programme CASYE est de soutenir l'entrepreneuriat des jeunes dans le secteur créatif par le développement et le pilotage d'un modèle d'économie sociale, en mettant l'accent sur l'autonomisation des jeunes ayant moins d'opportunités (obstacles sociaux, géographiques et/ou économiques). Le programme CASYE permettra de créer un écosystème durable pour soutenir les jeunes entrepreneurs dans les secteurs créatifs, culturels et sociaux européens.

Compte tenu de la capacité des jeunes, notamment des adolescents, à utiliser les nouvelles technologies et les nouveaux médias, il est important de développer des méthodologies adaptées aux situations actuelles dans lesquelles ils vivent. L'efficacité des méthodologies et des outils du travail de jeunesse est étroitement liée à la capacité de motiver les bénéficiaires et de promouvoir leur participation aux activités proposées. Le projet CASYE vise à aider les travailleurs de jeunesse à atteindre un public jeune qui a soif d'entrepreneuriat social et culturel par le biais d'actions largement suivies par les jeunes, et qui les influencent directement et indirectement ainsi que leur comportement. Notre projet permettra aux travailleurs de la jeunesse d'améliorer leur travail actuel avec les jeunes, tout en validant ces nouvelles connaissances par la délivrance de certificats de développement professionnel continu (DPC).

2. A propos des partenaires

Le projet Cultural & Social Youth Entrepreneurship (CASYE) réunit un partenariat stratégique de quatre organisations du Royaume-Uni, de Belgique, d'Italie et d'Espagne pour aborder un certain nombre de priorités sectorielles et horizontales pour Erasmus.

- [IARS](#), Royaume Uni
- [DIESIS Network](#), Belgique
- [Fondazione Triulza](#), Italie
- [Asociación Caminos](#), Espagne

3. A propos de ce document

Ce document est la dernière partie du IO1 du projet CASYE : il s'agit d'une série de recommandations politiques pour les décideurs et les éducateurs traitant de l'importance de promouvoir davantage l'entrepreneuriat social des jeunes dans le secteur créatif. Ce document a été développé après la mise en œuvre d'une recherche de fond sur le sujet, d'une collection de bonnes pratiques et d'un cadre de programme de mentorat pour les éducateurs.

Élaboration des recommandations politiques

Les recommandations politiques de CASYE visent à offrir un ensemble de recommandations pour soutenir les jeunes entrepreneurs sociaux dans le secteur culturel et créatif au niveau local, national et européen.

Ce document politique s'adresse à diverses parties prenantes telles que les décideurs politiques, les formateurs, les professionnels et les organisations du troisième secteur dans le secteur alimentaire aux niveaux local/régional, national et européen.

1. Élaboration des recommandations politiques

En septembre 2021, les partenaires du projet CASYE ont organisé un atelier de co-création pour élaborer les recommandations politiques du projet. L'événement a été organisé à Milan par Diesis Network et la Fondazione Triulza, avec le soutien de l'IARS et de Caminos.

Nous avons invité un large éventail de parties prenantes qui nous ont aidés à recueillir des contributions significatives pour l'élaboration des recommandations politiques. Ces recommandations seront partagées avec les décideurs politiques et les éducateurs et traiteront de l'importance de promouvoir davantage l'entrepreneuriat social des jeunes dans le secteur créatif. Nous avons organisé des ateliers avec des représentants d'entreprises sociales et des acteurs de l'économie sociale, des industries culturelles et créatives, des universités, des fondations, des associations, des banques, des secteurs privés et des centres de recherche se sont joints à l'atelier (vous trouverez la liste complète à l'annexe 1).

Afin de recevoir des contributions sur les aspects clés liés au sujet, nous avons divisé les parties prenantes en trois groupes :

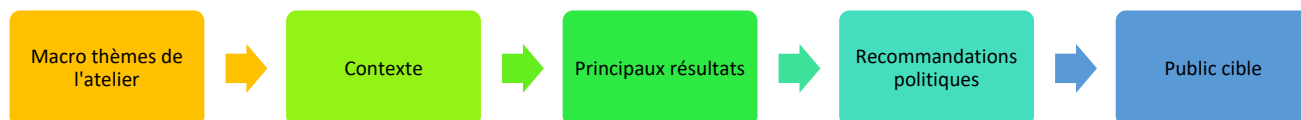
- **Atelier 1** - Pourquoi investir dans l'entrepreneuriat social des jeunes dans le secteur créatif ?
- **Atelier 2** - Les industries culturelles créatives comme nouveau moteur de croissance et vecteur d'autonomisation communautaire.
- **Atelier 3** - Comment promouvoir l'entrepreneuriat social culturel auprès des jeunes ?

Chaque atelier a été animé par l'un des partenaires du projet CASYE. Plusieurs questions et sous-thèmes ont été fournis afin d'orienter la discussion et de permettre aux parties prenantes de discuter tout en fournissant des contributions significatives.

Les contributions ont ensuite été collectées, organisées et analysées par le réseau Diesis.

2. Structure des recommandations politiques et groupes cibles

Pour le thème de chacun des ateliers de co-création, une analyse des principaux résultats a été réalisée par le réseau Diesis. Pour chaque sujet, nous avons développé une brève analyse du contexte, identifié les principaux sous-thèmes, rédigé une série de recommandations politiques et indiqué le groupe cible.



Les principaux groupes cibles identifiés pour les recommandations politiques sont les suivants :

- **Les décideurs politiques** : certaines des recommandations s'adressent aux décideurs politiques européens et/ou nationaux, et/ou aux institutions en général.
- **Les éducateurs, les professionnels de la jeunesse, les mentors et les formateurs, les travailleurs de jeunesse** : certaines recommandations s'adressent aux personnes qui travaillent, éduquent et interagissent directement avec les jeunes, et à la manière dont elles peuvent adapter leur travail et les soutenir au mieux.

Recommandations politiques

1. Investir dans la jeunesse, l'entrepreneuriat social et le secteur créatif

a. Contexte

Tant les industries créatives et culturelles que les entreprises de l'économie sociale sont un moteur de l'économie européenne. Néanmoins, l'investissement dans ces domaines, en particulier lorsqu'il s'agit de jeunes entrepreneurs, est toujours perçu comme un risque.

Industries créatives et culturelles (ICC)

Les secteurs créatifs contribuent largement au PIB de l'UE, tout en favorisant la cohésion sociale et l'appréciation de la diversité culturelle. Les ICC représentent jusqu'à 4,5 % du PIB de l'UE, car elles constituent 11,2 % de toutes les entreprises privées et 7,5 % de toutes les personnes employées dans l'économie totale : elles fournissent des emplois de qualité (8 millions), en particulier pour les jeunes. En outre, les PME prédominent dans les ICC, puisque 95 % des ICC sont des entreprises employant jusqu'à neuf personnes. Les ICC comptent parmi les secteurs les plus entreprenants de l'UE et développent des compétences transférables telles que la pensée créative, la résolution de problèmes, le travail en équipe et l'ingéniosité.

Les ICC jouent un rôle essentiel dans le bien-être et la croissance économiques, mais elles favorisent également le développement social et culturel et ont des retombées sur d'autres secteurs en agissant comme catalyseurs de l'innovation dans l'ensemble de l'économie. Le nouvel agenda européen de la culture reconnaît le rôle des secteurs culturel et créatif dans la "génération de solutions innovantes qui ont un impact positif sur d'autres secteurs et contribuent à stimuler la compétitivité de notre économie".

Néanmoins, ce secteur est également confronté à divers défis qui l'empêchent d'exploiter pleinement son potentiel, tels que l'accès au financement, la gestion des ressources humaines (méthodes et formes de travail), la demande irrégulière de services et de produits culturels, les difficultés de mise en réseau et de coopération, les risques liés à l'internationalisation, les défis et les coûts liés à la numérisation et à l'innovation, et de nombreuses menaces pour le marché.

L'économie sociale

L'économie sociale est un acteur social et économique majeur de l'économie de l'UE, représentant 8% du PIB de l'UE. On compte 2,8 millions d'entreprises et d'organisations de l'économie sociale : coopératives, mutuelles, associations, fondations, banques éthiques, entreprises sociales, et autres déclinaisons nationales. L'économie sociale est présente dans tous les secteurs. En additionnant les emplois rémunérés et non rémunérés, les entreprises de l'économie sociale présentent une main d'œuvre de plus de 19,1 millions de personnes, avec plus

de 82,8 millions de bénévoles et 5,5 millions de travailleurs à temps plein. En outre, les coopératives, les mutuelles et les entreprises similaires comptent plus de 232 millions de membres.^{1 2 3}

b. Recommandations politiques

Ensemble de résultats 1 : La culture est la base de la société, mais sa valeur n'est pas suffisamment reconnue.

Les revenus des industries culturelles et créatives rapportent 2,25 milliards de dollars par an et représentent 3% du PIB mondial. Les CSC génèrent 29,5 millions d'emplois dans le monde, soit plus que l'industrie automobile en Europe, au Japon et aux États-Unis réunis - principalement dans les arts visuels, la musique et les livres. Mais qu'est-ce qui est le plus important dans tout cela ? Que la production culturelle soit jeune, inclusive et entreprenante. En Europe, les CSC emploient plus de travailleurs âgés de 15 à 29 ans que tout autre secteur, principalement des petites entreprises et des indépendants.⁴

Recommandations :

- Sensibiliser davantage au rôle et à l'importance de la culture dans nos sociétés ;
- Diversifier et aligner les politiques liées à la culture ;
- Promouvoir la mise en réseau au niveau local pour valoriser la culture ;
- Rendre le financement de la culture plus/directement accessible (pas via les autorités locales) ;
- Créer davantage de passerelles entre les communautés/les pays de l'UE et promouvoir la création de partenariats.

Public cible : Décideurs politiques européens et nationaux

Ensemble de résultats 2 : La culture n'est pas reconnue comme un investissement stratégique.

La culture et la créativité ne se limitent pas à la valeur artistique. Le développement d'expériences dans le domaine de l'industrie créative s'est avéré particulièrement bénéfique pour conduire la transformation économique vers une économie de la connaissance, la conception de nouveaux produits et services. Dans le cadre de stratégies d'innovation régionales plus larges, ces types d'investissements peuvent faire place à des niches de marché de plus grande valeur dans les régions périphériques. La culture et la créativité peuvent être d'importants moteurs et catalyseurs de l'innovation, ainsi qu'une source importante pour l'esprit d'entreprise. La culture est un moteur essentiel de l'augmentation des recettes du tourisme, le tourisme culturel étant l'un des segments touristiques les plus importants et à la croissance la plus rapide dans le monde. La culture a également un rôle important à jouer dans la promotion de l'inclusion sociale.⁵

¹ Site web de Social Economy Europe : <https://www.socialeconomy.eu.org/the-social-economy/>

² Page "L'économie sociale dans l'UE" sur le site de la Commission européenne : https://ec.europa.eu/growth/sectors/social-economy-eu_en

³ CIRIEC (2017). Évolution récente de l'économie sociale dans l'Union européenne, Bruxelles : CESE.

⁴ EY (2015) Cultural times, la première carte mondiale des industries culturelles et créatives, publiée par l'UNESCO.

⁵ https://ec.europa.eu/regional_policy/en/policy/themes/culture/

Recommandations :

- Faciliter les investissements entre/au sein des pays de l'UE : il faut davantage de liquidités entre les EM ;
- Les ICC sont par définition résilientes, mais COVID-19 a souligné que les droits des personnes qui travaillent dans la culture et les ICC devraient être davantage protégés ;
- Créer un marché plus large pour les produits culturels et artistiques en Europe ;
- créer davantage de liens entre les financements disponibles, en particulier les financements d'impact.

Public cible : Décideurs politiques européens et nationaux

Ensemble de résultats 3 : La durabilité économique à long terme reste l'un des principaux défis des entreprises sociales créatives et culturelles.

En raison d'un manque de connaissances en matière de finance et de gestion, le secteur de la création a souvent du mal à accéder aux financements et il n'est pas rare de voir des organisations tellement sous-capitalisées qu'elles doivent procéder à des coupes importantes. En conséquence, les organisations ratent régulièrement des occasions d'explorer de nouveaux projets ou de prendre ces risques créatifs si importants. En outre, la viabilité à long terme est menacée par les nombreux défis qui caractérisent les industries créatives (voir la partie "Contexte" ci-dessus).

Recommandations :

- Promouvoir l'enseignement de l'économie et de la gestion dès le plus jeune âge afin de donner à tous la possibilité d'acquérir des connaissances économiques de base et de développer l'esprit d'entreprise ;
- Développer davantage de programmes éducatifs axés à la fois sur l'économie et sur la valeur sociale de l'investissement dans la culture ;
- Augmenter les investissements visant à développer les compétences des jeunes, y compris les compétences non techniques ;
- Sensibiliser davantage à l'importance du travail en équipe lors du développement d'une entreprise ;
- Promouvoir l'incubation au niveau européen/transfrontalier. Cela permettrait de s'attaquer aux problèmes sociaux au niveau européen et de renforcer la cohésion entre les pays ;
- Promouvoir l'investissement au niveau de l'UE dans les programmes du secteur culturel créatif pour les jeunes par le biais d'instruments européens ;
- Rendre le secteur culturel plus attractif pour les investisseurs en contribuant à changer le discours sur l'économie sociale et les investissements dans la culture.

Public cible : Décideurs politiques européens et nationaux

Ensemble de résultats 4 : Il existe un besoin d'outils pour mesurer l'impact de l'investissement dans les ICC et les entreprises sociales.

Plusieurs études ont examiné la relation entre la participation aux arts et à la culture et les résultats sociaux tels que l'augmentation du niveau d'éducation, la réduction des taux de criminalité, la santé et le bien-être général. Beaucoup de ces résultats ne sont pas aussi faciles à quantifier pour montrer leur valeur ajoutée et leurs impacts.

sociaux et économiques (Carnwath, 2014).⁶ Certains des avantages créés par les arts - par exemple, la cohésion communautaire et l'engagement civique - sont difficiles à conceptualiser au niveau individuel, puisqu'ils sont communautaires par nature (Throsby 2001).⁷

Recommandations :

- Sensibiliser à ce qu'est l'impact social ;
- Collecter les meilleures pratiques d'investissement dans les entreprises (sociales) culturelles et soutenir la création d'une base de données européenne pour partager ces meilleures pratiques ;
- Créer des lignes directrices et développer de nouveaux outils (tels que de nouveaux indicateurs clés de performance, de nouveaux critères de référence, etc.) pour mesurer l'impact des investissements dans la culture et la société.

Public cible : Décideurs politiques européens et nationaux.

⁶ Carwath, J. et al. (2014). COMPRENDRE la valeur et les impacts de l'expérience culturelle, © 2014 Arts Council England.

⁷ Throsby, David. 2001. Economics and Culture. Cambridge University Press.

2. Les industries culturelles créatives comme nouveau moteur de croissance et vecteur d'autonomisation des communautés

a. Contexte

La culture est le quatrième pilier du développement durable. La culture joue un ensemble de rôles cruciaux au niveau social, allant de la promotion de la cohésion dans des contextes socialement divers (Everingham, 2003) à la base de l'autonomisation pour un développement du potentiel humain axé sur la société. Le capital culturel est un facilitateur d'objectifs pertinents tels que la régénération sociale et la définition d'une vision partagée et convaincante du développement économique local (Sacco et al., 2008).⁸

Par exemple, la culture joue un rôle essentiel dans la réhabilitation des décharges ou des friches industrielles. La création de "boîtes culturelles" dans des régions dépeuplées et controversées est généralement considérée comme une mesure intelligente visant à réduire le risque de zone perçue individuellement et collectivement. Dans cette perspective, la culture est considérée comme un outil politique sophistiqué qui fournit une plate-forme pour la prise de conscience et le débat collectifs, contribuant à les redéfinir de manière plus constructive. En conséquence, les politiques culturelles acquièrent une pertinence croissante dans la boîte à outils des décideurs politiques dans les différentes dimensions - sociale, économique, environnementale.

Les industries créatives et culturelles (ICC), qui s'épanouissent au niveau local et régional, occupent une position stratégique pour associer la créativité et l'innovation afin de promouvoir la croissance économique et l'autonomisation des communautés. Elles peuvent contribuer à dynamiser les économies locales, à stimuler de nouvelles activités, à créer des emplois nouveaux et durables, à avoir des retombées importantes sur d'autres industries et à renforcer l'attractivité des régions et des villes. Les industries créatives sont donc des catalyseurs du changement structurel dans de nombreuses zones industrielles et rurales et ont le potentiel de rajeunir leurs économies et de contribuer à changer l'image publique des régions.⁹

L'une des initiatives les plus récentes et les plus inspirantes lancées par la Commission européenne semble être parfaitement en phase avec ces principes. Le New European Bauhaus (NEB) est un projet interdisciplinaire, agissant comme un pont entre le monde de la science et de la technologie et le monde de l'art et de la culture, et repensant les opportunités que les défis verts et numériques pourraient apporter à nos vies. Le NEB appelle à un effort collectif pour imaginer et construire un avenir durable (y compris la circularité), inclusif (y compris l'accessibilité) et de qualité d'expérience (y compris l'esthétique) pour nos esprits et nos âmes, afin de travailler ensemble pour développer une régénération urbaine/rurale, économique et sociale. Cette dernière vise à créer de nouvelles opportunités, à promouvoir le bien-être et à réduire les inégalités là où les gens vivent, maintenant et à l'avenir, afin d'améliorer leur vie et de renforcer les communautés. L'ONE exige également un lien direct des sphères culturelles et créatives, afin de développer la régénération des communautés et des territoires d'une manière belle et inclusive.

⁸ Sacco, P. ; Blessi, G. ; Nuccio ; M. (2008) La culture comme moteur des processus de développement local : les districts culturels à l'échelle du système.

⁹ Commission européenne, Politique régionale contribuant à une croissance intelligente en Europe 2020, 2010

Dans les industries culturelles et créatives, nous avons vu que leurs activités génèrent souvent des impacts positifs dans les zones où elles sont situées, car leur ouverture et leur interaction avec d'autres activités donnent lieu à des effets d'agglomération et de cluster et elles ont tendance à générer une proportion élevée de la valeur ajoutée totale au niveau local. Diverses expériences suggèrent que les industries culturelles et créatives pourraient offrir de nouvelles opportunités pour améliorer le développement local dans les zones peu peuplées et sous-peuplées et atténuer l'émigration des jeunes des régions rurales et sous-peuplées à la recherche d'emplois durables et de bonne qualité. Les activités artistiques et culturelles améliorent effectivement la vie : elles proposent des activités créatives participatives qui contribuent à restaurer le bien-être des gens et à accroître leur estime de soi, leur confiance et leur autonomie, tout en favorisant la cohésion sociale, l'éducation et le développement personnel.

b. Recommandations politiques

Ensemble de résultats 1 : Il est nécessaire de stimuler l'apprentissage par les pairs, de partager les bonnes pratiques et les exemples de réussite pour donner aux communautés les moyens d'agir en faveur des ICC.

L'apprentissage par les pairs est une technique d'apprentissage qui favorise la collaboration et le travail en équipe pour acquérir des connaissances. En effet, ce sont les apprenants qui, à partir d'un concept et de différentes informations, doivent répondre à un problème sans l'intervention d'un enseignant. Cette méthode, ainsi que le partage de bonnes pratiques et d'histoires de réussite, permettra aux jeunes et/ou aux aspirants entrepreneurs d'apprendre de l'expérience d'autres entrepreneurs. En même temps, elle permettra aux communautés où ces personnes agissent, de comprendre l'intérêt des entreprises socioculturelles.

Recommandations :

- Promouvoir l'apprentissage par les pairs et la collaboration transfrontalière, et partager les meilleures pratiques européennes en matière de culture et d'entrepreneuriat social ;
- Faire évoluer l'état d'esprit des institutions vers des approches plus flexibles et interdisciplinaires dans les programmes éducatifs pour la culture et l'entrepreneuriat ;
- Apprendre des jeunes en leur donnant la possibilité de travailler avec des adultes et en leur fournissant les outils dont ils ont besoin pour s'engager dans des activités culturelles et/ou des programmes d'entrepreneuriat.

Public cible : Décideurs politiques européens et nationaux

Ensemble de résultats 2 : Les industries créatives et culturelles sont un outil sous-estimé qui peut engager les jeunes générations dans leur communauté.

En général, les jeunes aiment s'amuser, être avec les autres et s'exprimer. De nos jours, il peut être parfois difficile pour les jeunes de s'engager et d'accéder aux activités artistiques et culturelles actuelles, ainsi qu'à l'esprit d'entreprise, car de nombreux obstacles existent. Les industries créatives et culturelles pourraient être un outil permettant de canaliser les besoins et les aspirations des jeunes et de les faire participer aux communautés, ce qui renforcerait la cohésion sociale.

Recommandations :

- Promouvoir la culture comme un espace d'expression des jeunes qui ont besoin d'être compris ;
- Déchiffrer les deux principaux problèmes des jeunes : la confiance et la motivation ;

Public cible : Décideurs politiques européens et nationaux

Ensemble de résultats 3 : Assurer la durabilité des activités à long terme dans la communauté est l'un des principaux défis du processus de régénération.

Les entreprises créatives et culturelles et les entreprises sociales répondent aux besoins de la communauté et de la société, c'est pourquoi elles ont tendance à être durables à long terme : elles sont capables de s'adapter aux besoins et de toujours trouver de nouvelles façons innovantes de proposer des solutions. En outre, parce qu'elles sont profondément enracinées dans la société, elles sont plus résistantes que les entreprises ordinaires aux défis macroéconomiques. Néanmoins, les industries créatives et les entreprises sociales sont considérées comme un investissement risqué car elles sont perçues comme non durables à long terme.

Recommandations :

- Promouvoir une approche ascendante pour évaluer les risques liés aux investissements dans la culture et l'entrepreneuriat des jeunes ;
- L'éducation sur la finance et l'esprit d'entreprise devrait commencer dès le plus jeune âge ;
- Comprendre l'importance d'écouter les besoins des deux communautés, des entrepreneurs et des jeunes ;
- Créer un climat de confiance et d'encouragement entre les jeunes entrepreneurs et la communauté et encourager les jeunes à prendre des risques ;
- Développer davantage la collaboration entre les acteurs publics et privés pour créer un espace institutionnel plus sûr qui garantirait la durabilité des ICC et des entreprises d'économie sociale.

Public cible : Œuvres de jeunesse, éducateurs et décideurs politiques européens et nationaux.

3. Promouvoir l'entrepreneuriat social chez les jeunes

a. Contexte

Actuellement, l'économie sociale n'est pas très présente dans les programmes d'éducation formelle et non formelle destinés aux jeunes. De nombreux jeunes en Europe ne connaissent pas l'existence de l'économie sociale et de ses modèles économiques (composés d'organisations telles que les coopératives, les mutuelles, les associations, les fondations et les entreprises sociales), et souvent ils n'ont pas accès à des informations sur la manière de créer leur propre entreprise d'économie sociale.

Cela devrait changer : il est urgent de trouver des moyens de promouvoir l'entrepreneuriat social auprès des jeunes et de soutenir la formation des jeunes entrepreneurs à l'économie sociale et à l'entrepreneuriat social. En effet, l'entrepreneuriat social pourrait être très bénéfique et attrayant pour les jeunes générations, tant sur le plan économique que social, car il offre une occasion unique de combiner génération de revenus et impact social.

Premièrement, l'entrepreneuriat social peut être une source d'emplois décents et équitables et de stabilité économique, répondant ainsi à l'un des plus grands défis sociaux : le chômage des jeunes. Le secteur de l'économie sociale représente une opportunité pour les jeunes citoyens d'accéder au marché du travail et/ou de créer leur propre entreprise.

Il peut également inciter les jeunes à trouver des solutions aux problèmes de leur communauté et à contribuer à son développement. En effet, l'entrepreneuriat social exploite les talents et les capacités des jeunes, il peut soutenir le développement individuel et social et les efforts de changement.¹⁰

"Les jeunes sont encore régulièrement exclus des politiques et des décisions politiques qui affectent leur vie, et l'entrepreneuriat social leur offre un moyen d'exprimer leurs opinions et d'avoir un impact sur la société."¹¹ Aujourd'hui, les jeunes sont de plus en plus conscients et responsables sur le plan social et environnemental, ils exigent de plus en plus une plus grande inclusion et un engagement significatif. Les jeunes commencent à agir eux-mêmes pour relever les défis du développement dès leur plus jeune âge. Ils recherchent donc des emplois qui reflètent leurs valeurs, afin de contribuer à la société et de tenir compte de la durabilité.¹²

Le véritable défi consiste à atteindre les jeunes, en particulier ceux qui sont marginalisés, à les intéresser, à les faire participer et à rendre les programmes éducatifs accessibles à tous.

¹⁰ IED (2017), Kit d'outils : Comment promouvoir l'économie sociale auprès des jeunes ?

¹¹ Nations Unies (2020), Rapport mondial sur la jeunesse : L'entrepreneuriat social des jeunes et l'Agenda 2030.

¹² CESE (2021), Atelier 2 : Économie sociale et entrepreneuriat des jeunes pour une relance durable.

b. Recommandations politiques

Ensemble de résultats 1 : Il existe un besoin de nouvelles formes de publicité percutante pour impliquer les jeunes.

Pour être sûr d'atteindre les jeunes, les canaux et les formes de communication doivent être adaptés pour atteindre efficacement ce groupe cible. Il convient également de prêter attention à la manière dont le contenu du message est communiqué et dont il est délivré.

Recommandations :

- Promouvoir l'utilisation de lieux physiques et de rencontres physiques (surtout après la pandémie) : cela permettra aux jeunes d'avoir un espace pour faire preuve de culture et de créativité ;
- Lorsque vous communiquez avec les jeunes, utilisez leur langage et leurs émotions ;
- Explorer de nouvelles formes de communication, en particulier les formes numériques courantes chez les jeunes ;
- Changer le discours relatif à l'éducation et au mentorat sur l'esprit d'entreprise : il doit être considéré comme une ressource pour les jeunes, facilement accessible et compréhensible par eux.

Public cible : Éducateurs et travailleurs de jeunesse

Ensemble de résultats 2 : Il est essentiel de permettre l'accès aux programmes d'éducation et de tutorat à tous les jeunes, en particulier aux groupes marginalisés et défavorisés.

L'éducation, tant formelle que non formelle, sur l'entrepreneuriat social devrait être mise à la disposition de tous les jeunes, en particulier des groupes défavorisés qui en bénéficieraient le plus.

Recommandations :

- Il est important de ne pas identifier les groupes marginalisés comme des étrangers, mais de les considérer comme des individus et de réduire les écarts avec les autres groupes ;
- Interagir directement avec les jeunes et rechercher leurs besoins, en particulier ceux des groupes marginalisés. En fonction de leurs besoins, proposer des outils éducatifs adaptés ;
- Créer des espaces publics pour rassembler les jeunes et leur confier de nouvelles opportunités et responsabilités.
- il est important de mélanger les groupes de jeunes, en évitant la séparation et la fragmentation, pour les faire travailler ensemble.

Public cible : Décideurs politiques et éducateurs

Ensemble de résultats 3 : La narration de l'entrepreneuriat social est essentielle.

Il est nécessaire de partager davantage les meilleures pratiques et de raconter des histoires afin d'inspirer et d'impliquer les jeunes : promouvoir, montrer les avantages d'être impliqué dans l'entrepreneuriat social culturel et partager les modèles est essentiel.

Recommandations :

- Utiliser les récits et les histoires de réussite pour communiquer avec les jeunes et les faire participer aux programmes éducatifs ;
- Promouvoir l'approche ascendante tant dans la publicité des programmes éducatifs que lors de leur mise en œuvre.

Public cible : Éducateurs, travailleurs de jeunesse et décideurs politiques nationaux et européens.

Annexe - Participants à l'atelier de co-crédation de recommandations politiques

Nom du participant	Type de partie prenante	Site web	Brève description
Fondazione Triulza	Partenaire de la CASYE - Fondation	https://fondazione.netriulza.org/	La Fondazione Triulza est un Lab-Hub pour l'innovation sociale et le développement durable. La mission de la Fondazione Triulza est de stimuler l'innovation dans les organisations à but non lucratif, de créer des start-ups, des emplois et des réseaux, de suivre le développement de MIND du point de vue de l'impact social et environnemental.
Diesis Network	Partenaire CASYE - Réseau d'économie sociale	http://www.diesis.coop/	Le réseau Diesis soutient le développement de l'économie sociale, de l'entrepreneuriat social et de l'innovation sociale en Europe par la mise en œuvre d'activités basées sur la connaissance, telles que la formation, la conception de projets, les services de consultation et de conseil, l'assistance technique et la recherche.
IARS	Partenaire CASYE - Association d'économie sociale	https://iars.org/	L'Institut international d'études et de recherches universitaires indépendantes (IARS) est une ONG dirigée par des jeunes qui fournit des services de classe mondiale et de pointe en matière d'éducation, de recherche, de politique et de mise en réseau d'importance locale, nationale et internationale, tout en améliorant les pratiques dans les domaines de la jeunesse, de l'égalité et de la justice à travers les expériences vécues de personnes réelles.
Associacion Caminos	Partenaire CASYE - Association d'économie sociale	https://www.asocaminos.org/	Le travail de Caminos se concentre sur le développement et le transfert de méthodes innovantes d'autres pays dans le contexte européen vers des entités espagnoles qui offrent des services permanents.
Banca Etica	Banque	https://www.bancaetica.it/	Banca Etica est une banque coopérative qui opère en Italie et en Espagne. Elle est née grâce à l'engagement d'un certain nombre de personnes et d'organisations qui ont uni leurs forces pour créer un établissement de crédit fondé sur les principes de la finance éthique : transparence, participation, sobriété, efficacité et attention aux conséquences non économiques des actions économiques.
Fondazione Venture Capital Giordano dell'Amore	Institution financière	https://www.fondazione-social-venturegda.it/	La Fondation italienne vise à promouvoir la culture de l'investissement d'impact, afin de faciliter l'innovation sociale.
Genera Imprese	Institution financière	http://www.generaimprese.it/	Genera est une société qui investit dans des entreprises actives dans le domaine de l'innovation et de l'économie coopérative. Nous investissons dans des initiatives entrepreneuriales nouvellement créées et dans des

			entreprises existantes avec des projets de reconversion qui sont innovants et durables. Nous fournissons des ressources financières et des conseils en matière de développement.
Lendlease	Institution financière	https://www.lendlease.com/it/	Lendlease est un groupe immobilier et d'investissement intégré à l'échelle mondiale, dont l'expertise principale consiste à façonner les villes et à créer des communautés fortes et connectées. Notre approche est caractérisée par l'audace et l'innovation, et notre intention est de faire ce qui est important.
Shifton per Adriano Community Center	Entreprise sociale	https://adrianocommunitycenter.it/	Le centre communautaire Adriano fait partie d'un vaste projet de régénération urbaine, qui s'étend sur une superficie de 500 000 m2 dans la périphérie nord-est de Milan.
Fondazione Comunitaria Milano	Fondation	https://www.fondazionecomunitamilano.org/	La Fondazione di Comunità Milano Onlus soutient les idées et les projets qui contribuent à améliorer la vie de la communauté dans les territoires de la ville de Milan. La Fondation favorise de nouvelles formes de participation, de solidarité et de réseaux de proximité, avec des initiatives qui partent de la base et deviennent les pièces d'une mosaïque de régénération sociale. Elle oriente la générosité et la solidarité vers les bonnes pratiques pour la croissance sociale de la communauté.
Università Cattolica di Milano - ConLab	Université	https://www.unicatt.it/conlab	ConLab est l'espace de coworking de l'Université Catholique : un lieu dédié exclusivement aux activités d'auto-entrepreneuriat. Le projet, né au sein du Centre d'innovation universitaire (ILAB), vise à promouvoir la culture de l'esprit d'entreprise et de l'innovation, en exploitant de nouveaux modèles d'apprentissage et en stimulant une approche interdisciplinaire.
Fondazione Enaip Lombardia	Fondation	https://www.enaip Lombardia.eu/	La mission de l'Enaip Lombardia vise à favoriser : le développement professionnel et civil des personnes, la reconnaissance de l'égalité des chances au travail et dans la société, l'intégration sociale des personnes les plus exposées au risque de marginalisation, la croissance des économies territoriales et du système de production, en relation avec les institutions locales, et le développement du troisième secteur et des organisations sociales.
Consorzio Nazionale CGM	Association d'économie sociale	http://cgm.coop/	Le Groupe Coopératif Gino Mattarelli (CGM) met en réseau et valorise les coopératives sociales dans toute l'Italie. Aujourd'hui, nous sommes un vaste réseau de consortiums territoriaux, répartis sur tout le territoire italien, qui coordonnent les activités des coopératives et des entreprises sociales.
Legacoop Lombardia	Association d'économie sociale	https://www.legacoop Lombardia.it/	La Ligue nationale des coopératives et associations est la plus ancienne des coopératives italiennes. Legacoop s'emploie à promouvoir le développement de la coopération et de l'entraide, de la solidarité et des relations économiques des coopératives membres et à encourager la diffusion des principes et valeurs coopératifs. Les 15 000

			autres coopératives membres sont actives dans toutes les régions et dans tous les secteurs de production.
Fondazione Comunitaria Nord Milano	Fondation	https://www.fondazioniordmilano.org/	Créée par la Fondation Cariplo, sur le modèle des fondations communautaires, la Northern Milan Community Foundation a pour objectif de diffuser la culture du don au niveau local et de promouvoir le bien-être de sa communauté de référence. Il s'agit d'une institution indépendante qui contribue à des projets spécifiques, en aidant les personnes, les organisations et les entreprises à soutenir des projets d'utilité sociale.
Stripes Cooperativa Sociale Onlus	Coopérative sociale dans le secteur socio-éducatif	https://www.pedagogia.it/stripes/	Stripes est une coopérative sociale qui mène des activités de recherche, de conseil, de formation, de planification et de gestion de services socio-éducatifs.