

## Module 2 | Idées d'entreprise sociale

<b>Nom du module :</b>	Idées d'entreprise sociale
<b>Âge ou niveau scolaire :</b>	Secondaire 2 (groupe d'âge mixte)
<b>Discipline :</b>	Carrière et développement communautaire
<b>Niveau :</b>	Intermédiaire
<b>Durée :</b>	4 semaines

Message à l'enseignant :

Au cours de ce module, les élèves explorent le processus de conception et trouvent de nombreuses idées pour une entreprise sociale ayant une mission sociale ou environnementale.

- Objectif
- Compétences, indicateurs, habiletés et concepts
- Survol du module
- Mise en contexte
- Évaluation
- Résultats escomptés pour le module
- Ressources
- Ateliers et leçons

### Objectif

L'objectif du **Module 2 – Idées d'entreprise sociale** est de permettre aux élèves d'imaginer une entreprise ayant une mission sociale ou environnementale. À partir des idées qu'ils auront trouvées en classe, ils créeront une marque pour leur entreprise sociale et feront une présentation sur la façon dont elle se sert des affaires pour créer un changement positif.

### Emploi du temps

Le temps est relatif. Vous pouvez modifier le temps recommandé pour chacune des activités et des évaluations en fonction de la taille de votre groupe et de la dynamique qui le sous-tend. Laissez de la place à la flexibilité et à des moments d'apprentissage spontanés. Chacun des modules est conçu de manière à ce que les apprentissages puissent se concrétiser dans des situations réelles.

Il est aussi possible de diviser le cours selon le calendrier suivant :

Module 1 – du 15 août au 15 septembre

**Module 2 – du 16 septembre au 16 octobre**

Module 3 – du 16 octobre au mois de novembre

Module 4 – du mois de décembre au 15 avril

Module 5 – du 15 avril au 15 mai

Activité de clôture : déployez vos connaissances – fin mai

## Compétences, indicateurs, habiletés et concepts

### Compétences

- Répertorier les possibilités actuelles au sein de la communauté
- Imaginer un concept d'entreprise sociale et la mission sociale
- Créer une marque qui illustre la mission sociale

### Indicateurs

- Désigner une occasion d'affaires axée sur les effets
- Imaginer une entreprise sociale
- Créer l'image de marque d'une entreprise sociale

### Habiletés essentielles

**Communication**

**Entrepreneuriat, créativité et innovation**

### Concepts

**Schématisation de la problématique**

**Entreprise sociale**

**Identité de marque**

## Survol du module

Dans le **Module 2 : Idées d'entreprise sociale**, les élèves commenceront par bien étudier le marché, les tendances et la démographie de leur communauté et de leur région. En groupe, ils détermineront les forces, les faiblesses et les possibilités de leur communauté de même que les menaces qui pèsent sur elle. Au lieu de se concentrer uniquement sur les problèmes de leur communauté, les élèves seront appelés à repérer des possibilités et à recenser des membres de la communauté qui déploient des efforts considérables afin d'apporter des changements positifs. Les élèves seront également initiés au concept de pensée systémique – une approche holistique pour analyser leur communauté en considérant les systèmes comme un tout, au lieu de les décomposer en entités distinctes.

À l'aide de ces connaissances et de cette compréhension de leur communauté, les élèves trouveront des idées d'entreprise ayant une mission sociale. Pour ce faire, ils acquerront des notions d'[économie sociale](#) – comment faire le bien en faisant du commerce – et ils passeront en revue différents modèles d'entreprise sociale. Grâce à la conceptualisation, au processus de conception et à la participation de la communauté, les élèves devraient être en mesure de trouver de nombreuses idées d'entreprises sociales. Si les élèves ont du mal à trouver des idées, utilisez le guide de ressources pour leur montrer des exemples d'entreprises sociales de l'Arctique, du Canada et du monde entier.

Enfin, les élèves apprendront à créer une identité de marque efficace qui illustre bien la mission sociale de l'entreprise qu'ils ont en tête.

## Grandes questions

- Quelles sont les possibilités qui existent dans notre communauté?
- Laquelle de ces possibilités répond à un besoin du marché?
- À l'heure actuelle, quels sont les autres modèles d'entreprise sociale similaires?
- Qui sont les personnes dans notre communauté qui créent des solutions?
- Comment une marque peut-elle représenter une mission sociale?

## Citation inspirante

*À afficher dans la classe*

**« Le succès semble être lié à l'action. Les gens qui réussissent continuent d'avancer. Ils font des erreurs, mais n'abandonnent jamais. »**

– Conrad Hilton

## Mise en contexte

### Économie sociale

Définie par le Chantier de l'économie sociale au Québec, l'économie sociale est constituée d'activités économiques associatives qui prônent en partie ou en totalité les valeurs suivantes :

- Servir les membres et la communauté, plutôt que de générer uniquement des profits;
- Être non soumise à l'autorité gouvernementale;
- Suivre un processus décisionnel démocratique;
- Être une entité fondée sur la participation, l'autonomisation et la responsabilité individuelle et collective.

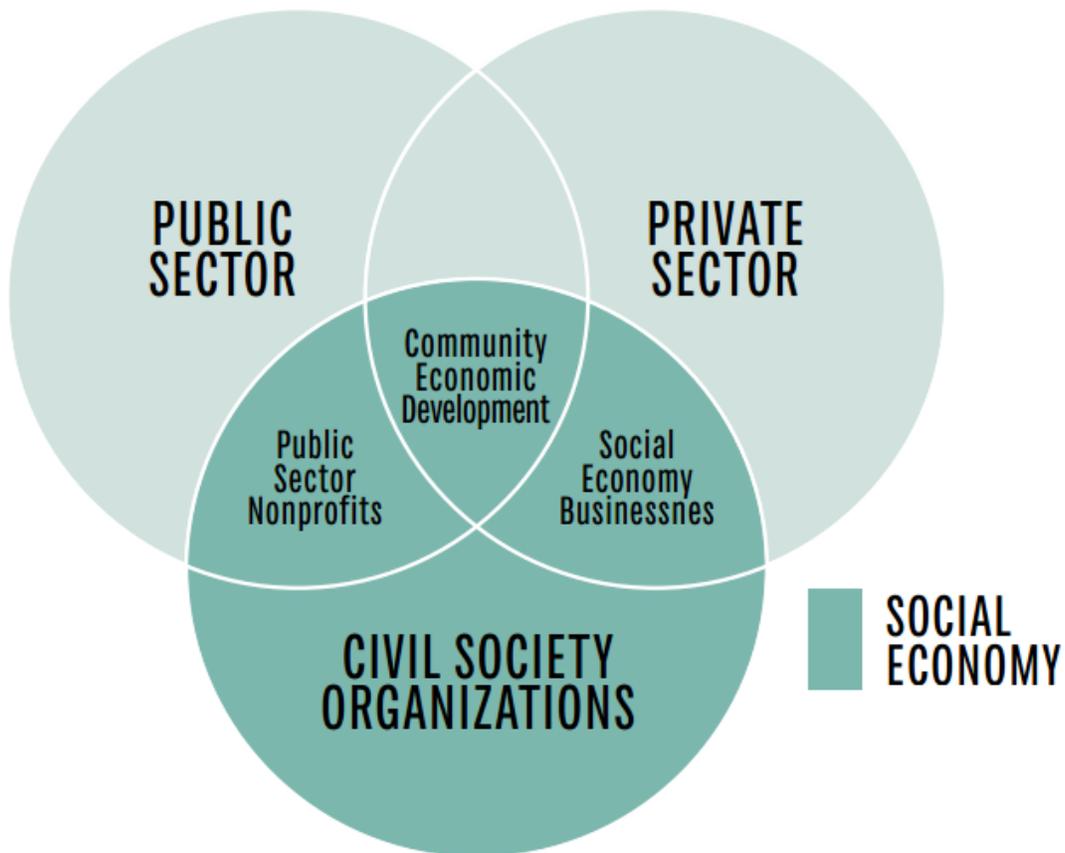
L'économie sociale comprend :

- Les biens sociaux (logement, garderies, etc.);

- Les organismes communautaires;
- Les entreprises sociales;
- Les coopératives;
- Les programmes générateurs de revenus d'organismes à but non lucratif;
- Les coopératives de crédit.

L'économie sociale peut être qualifiée de troisième secteur et tend à se développer lorsqu'un problème a été ignoré ou mal résolu par le secteur public ou privé.

<https://ccednet-rcdec.ca/fr/page/leconomie-sociale-0>



<https://esontario.org/>

[Vidéo en français](#)

[Vidéo en anglais](#)

## Proposition d'idées

Une étape importante de l'entrepreneuriat est la naissance d'une idée, processus menant à proposer un concept d'affaires.

Toute entreprise ou tout projet naît d'une idée. Il y a des idées enfouies au fond de chacun, et elles surgissent de différentes manières.

Les gens qui ont de bonnes idées ont généralement la capacité de percevoir les relations entre les gens, les endroits, les tendances et d'autres informations générales sur les événements de la vie. Faire preuve de curiosité et poser constamment des questions à son enseignant ou à ses parents, voire à Google, est un excellent moyen d'amasser de l'information sur ces relations. Lorsque vous acquérez des renseignements sur l'état d'un problème ou d'un événement, vous commencez à rassembler les bribes d'information nécessaires pour savoir comment elles s'intègrent les unes aux autres sans même y penser vraiment.

Les idées peuvent avoir diverses origines : un intérêt ou une passion personnels qui animent un entrepreneur au point où il voudrait s'y adonner jour et nuit; une lacune observée sur le marché, qui fait en sorte qu'un produit ou un service que les gens de votre communauté veulent ou dont ils ont besoin n'est pas facilement accessible.

Voici quelques conseils pour faire naître des idées :

- Parler à des gens et poser des questions judicieuses.
- Utiliser un stylo et du papier au lieu d'un ordinateur. Cela active différentes parties de votre cerveau et vous aide à trouver des idées.
- Chercher des problèmes qui doivent être résolus.
- Faire des exercices de créativité en ligne.
- Chercher d'autres idées intéressantes et essayer de les appliquer à de nouveaux contextes.
- Créer des listes de pour et de contre.

Pour en savoir plus sur la recherche d'idées, consultez le chapitre 3 du Guide de l'élève.

## **Définition des possibilités (tableau des écarts en matière d'impact)**

Les personnes qui souhaitent améliorer leur communauté doivent prendre le temps de comprendre une problématique et les mesures qui ont été prises pour tenter de la résoudre afin de pouvoir mener des actions adaptées. Le tableau des écarts en matière d'impact (Impact Gaps Canvas) est un outil mis au point par Daniela Papi-Thornton qui peut être utilisé par quiconque souhaite mieux comprendre une problématique communautaire, ce qui a été essayé auparavant pour y remédier et les solutions qui peuvent être mises en œuvre. C'est l'occasion de récompenser les élèves pour leur compréhension approfondie des problématiques complexes et de tout ce qui gravite autour, plutôt que de leur demander de proposer des solutions fondées uniquement sur leurs propres expériences.

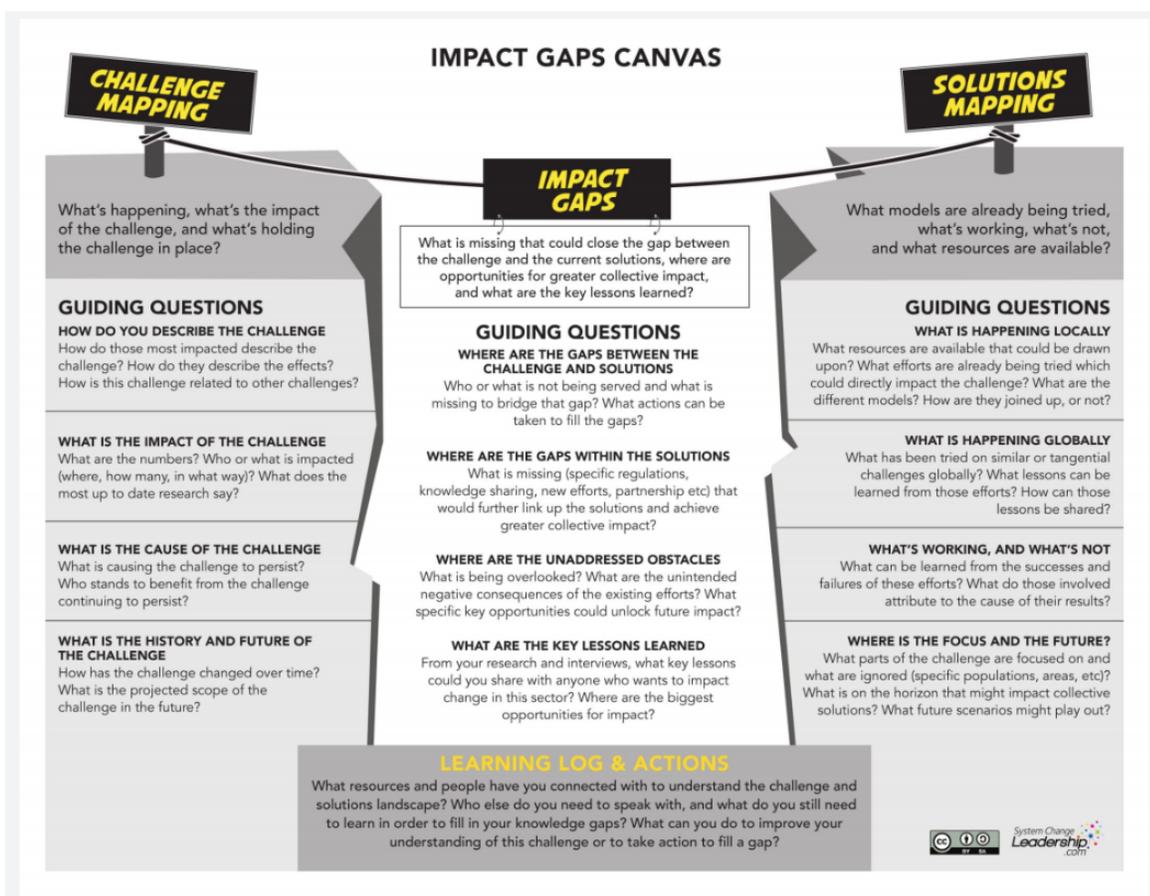
Le tableau comporte trois grandes sections. À gauche, on trouve la schématisation de la problématique et à droite, la schématisation des solutions. Et au centre, on trouve les écarts (ou lacunes).

Le terme « [schématisation de la problématique](#) » est synonyme de « sommaire de la problématique communautaire ». Les questions figurant à gauche du tableau peuvent vous aider à comprendre la problématique communautaire qui vous intéresse (qui ou quoi est touché, qu'est-ce qui maintient le statu quo actuel et qui risque de subir des répercussions négatives si le problème est résolu, etc.) et à en faire

un résumé. N'oubliez pas qu'une communauté fonctionne comme un grand système. Par exemple, si vous vouliez savoir pourquoi il y a moins de nourriture traditionnelle, vous avez peut-être découvert un lien avec la diminution du nombre de jeunes qui pratiquent la chasse et la pêche ou encore un lien avec l'augmentation des prix des engins de chasse ou avec la diminution de la population de certains animaux pour diverses raisons.

La **schématisation des solutions** permet de se faire une bonne idée des solutions qui ont déjà été essayées par d'autres ou qui sont en cours d'essai. Les questions figurant à droite du tableau vous aident à dresser un état de la situation en ce qui concerne les solutions (ce qui a déjà été essayé, ce qui a fonctionné et ce qui n'a pas fonctionné et comment ces efforts sont liés et s'appuient les uns sur les autres).

Les **écarts en matière d'impact** visent à déterminer les décalages entre le côté gauche et le côté droit, y compris les types d'efforts qui n'ont pas été faits. Qu'est-ce qui pourrait mieux relier les efforts les uns avec les autres? Ces décalages sont la clé de nouvelles possibilités d'action pour vous. Vous pouvez combiner ce que vous avez découvert sur le système à vos compétences et à vos passions pour travailler sur une nouvelle solution.



sont

Pour en savoir plus sur tableau des écarts en matière d'impact, consultez la page 25 du Guide de l'élève.

## Mission et vision

Les énoncés de mission et de vision aident à définir l'objectif de votre entreprise et à guider ses actions. Un **énoncé de mission** affirme l'objectif de l'organisation, par exemple, ce que vous faites et comment et pourquoi vous le faites. Un **énoncé de vision** décrit l'orientation de l'entreprise et ce qu'elle compte faire pour réaliser ses ambitions.

**Exemple :** La Fédération des coopératives du Nouveau-Québec (FCNQ)

Mission : « *Promouvoir le développement de ses membres par le biais de leur implication dans des activités sociales et économiques durables.* »

Vision : « *Protéger et promouvoir l'approche coopérative de développement en demeurant financièrement solide et s'efforcer d'améliorer nos services pour consolider le mouvement coopératif et en assurer l'avenir.* »

**Exemple :** Inuit Tapiriit Kanatami (ITK)

Mission : « *Servir de voix nationale pour protéger et promouvoir les droits et les intérêts des Inuits au Canada.* »

Vision : « *Les Inuits du Canada prospèrent grâce à l'unité et à l'autodétermination.* »

Pour en savoir plus sur les énoncés de mission et de vision, consultez la page 148 du Guide de l'élève.

## Identité de marque

La **marque** est la façon dont une personne perçoit un produit, un service, une expérience ou une organisation. Elle est en quelque sorte la personnalité de l'entreprise. Elle représente sa raison d'être et ce à quoi les gens peuvent s'attendre de ses produits ou services. La marque est façonnée par des éléments tels que vos valeurs, vos forces et vos caractéristiques. C'est aussi la façon dont vous communiquez l'esprit qui vous anime et le sentiment que les clients éprouvent lorsqu'ils interagissent avec elle.

Une **identité de marque** est une identité visuelle, composée d'un nom, d'un logo, de couleurs, de polices de caractères et d'images. Une bonne identité de marque communique les valeurs fondamentales de votre organisation, est attrayante pour votre public cible (les personnes que vous voulez comme clients), est facile à comprendre (elle ne doit pas être désordonnée, confuse ou compliquée) et est cohérente.

L'objectif de votre identité de marque est de rappeler à votre public cible ce que vous représentez. Dans une entreprise sociale, l'identité de votre marque doit être en accord avec la mission sociale.

Pour en savoir sur la façon de créer une marque à succès pour votre entreprise sociale, consultez le chapitre 6 du Guide de l'élève.

## Survol de l'évaluation pour le cours de CDC

### Stratégie globale

#### Les élèves seront en mesure :

- d'expliquer les attentes et les apprentissages des modules du cours de CDC;
- de se servir des diverses plateformes numériques et en ligne pour communiquer leurs apprentissages;
- de déterminer et de respecter des critères d'habiletés essentielles personnalisés.

#### Processus

Les élèves prendront les commandes du projet, mais il revient à l'enseignant de gérer le processus et de définir un cadre d'attentes en matière de communication et d'évaluation. Avant de sélectionner un projet, les élèves doivent bien comprendre ce que l'on attend d'eux sur le plan du développement des habiletés et des résultats. Ils doivent aussi savoir quel véhicule ou média ils emploieront pour mettre en pratique leurs apprentissages, y réfléchir et les communiquer.

#### Communication

Explorez les éléments suivants avec vos élèves :

- Google Drive et Google Classroom – pour partager des documents et des liens, envoyer des rappels et autres notifications, et attribuer des tâches aux membres du groupe;
- Outils numériques – appareils photo, appareils vidéo, ordinateurs portables, cartes SD, etc.;
- Workplace – pour la messagerie instantanée et le partage de documents avec les écoles de KI;
- Wordpress ou Medium – pour partager avec la communauté au sens large (mondiale).  
[www.wordpress.com/medium.com](http://www.wordpress.com/medium.com)

### Résultats escomptés pour le cours de CDC

Les résultats escomptés varient en fonction du groupe d'âge ou du type de programme. Toutefois, la participation de l'élève est systématiquement évaluée à partir de ses réflexions et de la rétroaction de l'enseignant tout au long du cours.

#### Les élèves du secondaire devront remettre :

- une description de leur objectif personnel et une auto-évaluation de leur acquisition d'habiletés essentielles;
- une réflexion multimédia par module (cinq au total);
- une réflexion finale à propos de leur parcours d'apprentissage : ce qu'ils ont appris, comment ils ont grandi, les défis relevés, les étapes suivantes, ainsi qu'une auto-évaluation.

### Devoirs de réflexion multimédia

Ces devoirs doivent être faits tout au long du cours. Ils visent à faire réfléchir l'élève à son expérience dans le cadre du cours de CDC. Les élèves peuvent décider quand et comment ils font les devoirs.

À moins d'indication contraire, ceux-ci sont rendus dans un format permettant de les rendre publics dans Workplace. Voici quelques possibilités :

- Réflexion écrite (de 500 à 700 mots)
- Album photo (de 10 à 20 photos qui racontent une histoire)
- Balado (de 5 à 10 minutes)
- Vidéoblogue (de 2 à 4 minutes)
- Document infographique.

### Remarques

- Les élèves peuvent choisir de faire les devoirs de la même façon chaque fois, mais il faut les inviter à recourir à différents formats.
- Les élèves peuvent travailler seuls, en équipe de deux ou en groupe.
- Les élèves peuvent proposer d'autres modes de présentation, mais ils doivent d'abord en discuter avec l'enseignant.
- Afin de consigner différents types d'expérience, les élèves doivent s'inscrire à l'avance dans un document Google partagé.

## Résultats escomptés pour le module 2

Tableau des écarts en matière d'impact  
Énoncés de mission et de vision  
Identité de marque

## Outils de rétroaction et de collecte de données témoignant du succès

Carnets d'élève  
Entretiens en tête à tête  
Auto-évaluation et évaluation par les pairs  
Grilles de rétroaction  
Rubriques d'évaluation

## Ressources recommandées

Tableau des écarts en matière d'impact  
Canevas de modèle d'affaires  
Exemples d'entreprises sociales  
Feuille d'exercices sur l'énoncé de mission et de vision  
Atelier sur la marque  
Feuille d'exercices sur l'identité de marque  
Atelier sur l'identité de marque  
Atelier de validation de la clientèle  
Atelier de génération d'idées  
Feuille d'exercices sur la viabilité des idées  
Atelier sur le canevas de modèle d'affaires

## Ateliers et leçons

### 2.1 Économie sociale

Pouvez-vous donner un exemple d'entreprise d'économie sociale?  
Étude de cas de Youth Opportunities Unlimited  
1 heure

### 2.2 Tableau des écarts en matière d'impact

Quelles sont les problématiques auxquelles notre communauté fait face à l'heure actuelle? Quelles solutions ont déjà été essayées ou sont en cours d'essai pour régler ces problématiques? Quels types d'efforts n'ont pas été faits et quelles sont les possibilités?  
Construire un tableau des écarts en matière d'impact  
2 à 3 heures

### 2.3 Proposition d'idées

Quels sont les enjeux et les problématiques qui vous passionnent le plus? Quelles sont les solutions possibles?  
Génération d'idées  
1 ou 2 heures

### 2.4 Mission et vision

Quelle est la mission de ce que nous tentons d'accomplir? Quelle est notre vision à long terme?  
Élaborer une mission et une vision  
1,5 heure

### 2.5 Identité de marque

Comment notre marque met-elle en valeur notre mission et notre vision?  
Créer une marque forte  
2 ou 3 heures

## 2.1 Économie sociale

### Questions d'orientation

Pouvez-vous donner un exemple d'économie sociale?

### Résultats

Comprendre l'économie sociale  
Déterminer les problématiques et les solutions dans la communauté

## Terminologie

Économie sociale

## Ordre du jour

Mise en train – 10 minutes  
Youth Opportunities Unlimited – Étude de cas – 1 heure  
Bilan – 10 minutes  
Étapes suivantes – 10 minutes

## Mise en train

Organiser une activité de mise en train pour votre groupe, par exemple :

**Mission impossible** : Générer des idées à l'aide de questions apparemment impossibles.

1. Proposez un défi qui semble impossible à réaliser, par exemple en demandant aux élèves « comment construire une maison en une journée » ou « comment se rendre de l'autre côté du fleuve sans bateau ».
2. Encouragez-les à trouver des idées et des moyens de rendre possible l'impossible et à proposer de nouvelles caractéristiques ou de nouveaux avantages qui seraient nécessaires pour y parvenir.

**Jeter des idées sur le papier** : S'inspirer des idées des autres.

1. Demandez aux élèves de noter sur une feuille trois idées d'entreprise sociale.
2. Chaque élève remet la feuille à son voisin de droite.
3. L'élève suivant développe les idées et y ajoute des améliorations.
4. La feuille passe ensuite entre les mains d'un troisième, puis d'un quatrième élève, jusqu'à ce que chaque élève ait récupéré sa feuille.

**Hors-bord** : Cerner les problèmes et déterminer les façons de les surmonter.

1. Dessinez un hors-bord sur un tableau blanc ou une grande feuille de papier.
2. Demandez aux élèves de désigner des obstacles qui pourraient ralentir le bateau.
3. Une fois tous les obstacles désignés, demandez aux élèves de trouver des solutions pour faire en sorte que le bateau continue d'avancer.

<https://www.entrepreneur.com/article/287568>

## Activité expérientielle : Youth Opportunities Unlimited – Étude de cas

Youth Opportunities Unlimited (YOU) s'efforce d'offrir aux jeunes de milieux défavorisés des occasions de formation, de perfectionnement et d'emploi. L'organisme est basé à London, en Ontario, et les jeunes avec lesquels il travaille viennent d'horizons très divers, mais pour une raison ou une autre, ils ne disposent pas des possibilités, du mentorat, de l'éducation ou du soutien familial nécessaires pour réussir.

YOU vise à briser le cycle pauvreté, manque d'éducation, itinérance et toxicomanie. Les occasions de formation et d'emploi proposées par YOU permettent aux jeunes d'acquérir la confiance en soi, de l'expérience, des compétences et des références. YOU exploite un certain nombre d'entreprises sociales, une activité qui l'aide à réaliser sa mission. Tous les revenus que l'organisme tire de la vente de produits ou services sont réinvestis dans ses entreprises sociales afin de l'aider à offrir davantage de possibilités à un plus grand nombre de jeunes.

Les jeunes qui participent au programme suivent une formation de 13 à 16 semaines dans le cadre de laquelle ils acquièrent des compétences pratiques et une expérience de travail dans l'une des cinq entreprises sociales de YOU, dont les suivantes :

**YOU Made it Café :** Un café qui propose des repas sains et frais, des collations et du café. Les participants qui travaillent au YOU Made it Café acquièrent de nombreuses compétences et expériences dans le secteur alimentaire et aident à fournir des repas sains à la communauté. Le YOU Made it Café est plus qu'un simple café. L'immeuble qui l'abrite compte aussi des logements abordables, et des formations, des programmes de soutien et des soins de santé primaires y sont offerts.

**Recyclage YOU made it :** Ce centre de collecte et de traitement de matières recyclables dessert plus de 200 entreprises dans la région de London. Les participants sont responsables du ramassage des matières recyclables, du tri, du maniement des équipements, des interactions avec les clients ainsi que d'un certain nombre d'autres tâches. Les participants apprennent à utiliser la machinerie lourde nécessaire pour trier et compacter les matières recyclables et sont sensibilisés à l'importance du recyclage pour l'environnement.

**YOU Made it Woodworking :** Cette usine de fabrication d'objets en bois crée, à partir de bois recyclé, un grand nombre de produits différents. Travaillant avec des menuisiers expérimentés, les participants passent par chacune des étapes du travail du bois, de l'acquisition des matières premières jusqu'à la fabrication du produit fini. Une fois que les participants ont créé des produits grâce à leurs nouvelles connaissances des outils, des machines et des techniques, ils vendent une grande variété d'objets en bois comme des fauteuils Muskoka, des bancs, des tabourets et des planches à découper.

Chaque année, YOU travaille avec plus de 22 partenaires et 3 600 jeunes. L'organisme fournit aux jeunes tout ce dont ils ont besoin : soins de santé et dentaires, logement, éducation et formation professionnelle sur le terrain. YOU aide à transformer en ressource la gêne ressentie par les jeunes de milieux défavorisés. Au terme du programme, les entreprises locales peuvent profiter de l'expérience, de la confiance en soi et des compétences que les jeunes ont acquises grâce à YOU. YOU aide les jeunes à construire leurs réseaux sociaux et commerciaux et leur fournit l'expertise et la motivation dont ils ont besoin pour réussir.

1. Commencez par lire l'étude de cas à la classe. Les liens suivants vous fourniront de plus amples renseignements sur Youth Opportunities Unlimited :
  - <https://www.you.ca/>
  - <https://seontario.org/stories/youth-opportunities-unlimited/>
2. Puis, présentez les vidéos suivantes :
  - [Vidéo 1](#)
  - [Vidéo 2](#)
3. Divisez la classe en petits groupes et demandez-leur d'en discuter et de noter les réponses aux questions suivantes :
  - Quels sont les problèmes que YOU essaie de régler?

- Comment YOU rend-il service à la communauté de London? Quels types de possibilités offre-t-il?
  - Qu'est-ce qui fait que les entreprises que YOU exploite sont des entreprises sociales?
  - Quelles sont quelques-unes des façons dont YOU peut financer ses programmes et entreprises sociales?
  - Comment les participants de YOU sont-ils responsabilisés une fois le programme terminé? Quels types de nouvelles compétences ou de connaissances ont-ils acquises?
  - Quelles sont quelques-unes des difficultés auxquelles YOU a eu à faire face?
  - Quels types de services ou d'entreprises sociales pourraient être créés dans votre communauté pour aider les jeunes?
4. Demandez à chaque groupe de présenter ses réponses et discutez-en en classe.

## Bilan et réflexion

- 1. Quoi?** Quels types de problématiques dans notre communauté sommes-nous déterminés à résoudre?
- 2. Et alors?** Quels sont les différents types de groupes que l'on pourrait rassembler pour créer une solution?
- 3. Et maintenant?** À quoi pourrait ressembler cette solution?

## Étapes suivantes

Maintenant que les élèves ont une compréhension de l'économie sociale et de l'entreprise sociale, ils vont commencer à développer une idée d'entreprise sociale qu'ils peuvent exploiter en groupe.

## 2.2 Tableau des écarts en matière d'impact

### Questions d'orientation

Quelles sont les problématiques auxquelles notre communauté fait face à l'heure actuelle? Quelles solutions ont déjà été essayées ou sont en cours d'essai pour les régler? Quels types d'efforts n'ont pas été faits et quelles sont les possibilités?

### Résultats

Déterminer les problématiques, les solutions et les écarts

### Terminologie

Schématisme de la problématique  
Schématisation des solutions  
Écarts en matière d'impact

## Ordre du jour

Mise en train – 10 minutes  
Tableau des écarts en matière d'impact – 2 heures  
Bilan – 10 minutes  
Étapes suivantes – 10 minutes

## Mise en train

Organiser une activité de mise en train pour votre groupe, par exemple :

**Mission impossible :** Générer des idées à l'aide de questions apparemment impossibles.

1. Proposez un défi qui semble impossible à réaliser, par exemple en demandant comment construire une maison en un jour.
2. Encouragez-les à trouver des idées et des moyens de rendre possible l'impossible et à proposer de nouvelles caractéristiques ou de nouveaux avantages qui seraient nécessaires pour y parvenir.

**Jeter des idées sur le papier :** S'inspirer des idées des autres.

1. Demandez aux élèves de noter sur une feuille trois idées d'entreprise sociale.
2. Chaque élève remet la feuille à son voisin de droite.
3. L'élève suivant développe les idées et y ajoute des améliorations.
4. La feuille passe ensuite entre les mains d'un troisième, puis d'un quatrième élève, jusqu'à ce que chaque élève ait récupéré sa feuille.

**Hors-bord :** Cerner les problèmes et déterminer les façons de les surmonter.

1. Dessinez un hors-bord sur un tableau blanc ou une grande feuille de papier.
2. Demandez aux élèves de désigner des obstacles qui pourraient ralentir le bateau.
3. Une fois tous les obstacles désignés, demandez aux élèves de trouver des solutions pour faire en sorte que le bateau continue d'avancer.

<https://www.entrepreneur.com/article/287568>

## Activité expérientielle : tableau des écarts en matière d'impact

Demandez aux élèves de remplir une version vierge du tableau des écarts en matière d'impact. Le tableau peut être réalisé individuellement ou en groupe. Des modèles vierges peuvent être trouvés avec le lien ci-dessous.

**Ressource pour l'enseignant :** <http://tacklingheropreneurship.com/the-impact-gaps-canvas/>

1. Commencez par le côté gauche du tableau – Schématisation de la problématique. Ici, les élèves sont appelés à désigner une problématique à laquelle leur communauté fait face à l'heure actuelle. Utilisez les questions d'orientation pour décrire :
  - La problématique dans l'ensemble;

- L'impact de la problématique;
- La cause de la problématique;
- L'histoire et l'avenir de la problématique.

Donnez aux élèves le temps de faire des recherches en ligne, de poser des questions aux membres de la communauté et/ou de faire un remue-méninges en groupe.

2. Ensuite, déplacez-vous vers le côté droit du tableau – Schématisation des solutions. Dans cette section, les élèves exposeront les solutions à la problématique qui ont déjà été essayées, ce qui a fonctionné et ce qui n'a pas fonctionné. Utilisez les questions d'orientation pour décrire :

- Que se passe-t-il à l'échelle locale?
- Que se passe-t-il à l'échelle mondiale?
- Qu'est-ce qui fonctionne et qu'est-ce qui ne fonctionne pas?
- Où se trouve le point central en ce moment maintenant et à l'avenir?

3. Enfin, remplissez la section centrale du tableau des écarts en matière d'impact. Cette section sert à déterminer les décalages entre le côté gauche et le côté droit. Ces décalages sont la clé de nouvelles possibilités pour créer des solutions. Utilisez les questions d'orientation pour décrire :

- Où se situent les décalages entre la problématique et les solutions?
- Où se situent les écarts dans les solutions?
- Quels sont les obstacles non abordés?
- Quelles sont les principales leçons qu'on en tire?

## Bilan et réflexion

**1. Quoi?** Quelles sont les problématiques que les élèves ont désignées? Votre communauté fait-elle face à un plus grand nombre de problématiques que vous le pensiez au départ? Laquelle de ces problématiques est la plus importante?

**2. Et alors?** Prend-on des mesures à l'heure actuelle pour s'attaquer à ces problématiques? Si non, pourquoi? Si oui, ces mesures ont-elles été couronnées de succès ou non? Que peut-on faire différemment pour trouver des solutions appropriées à ces problématiques?

**3. Et maintenant?** Quelles ressources existent dans votre communauté pour créer ces solutions? Quelles personnes de la communauté faudrait-il consulter? Quelles mesures pouvez-vous prendre pour mieux comprendre la problématique ou pour agir afin de créer une solution?

## Étapes suivantes

En groupe, déterminez quelques solutions qui constitueront le fondement de l'entreprise ou des entreprises sociales sur lesquelles la classe travaillera en groupe. N'oubliez pas d'encourager la discussion et le dialogue ouverts sur les réflexions et les idées qui ont émergé de l'exercice avec le tableau des écarts en matière d'impact.

## 2.3 Proposition d'idées

### Questions d'orientation

Comment transformer en idées commerciales viables les problématiques et les solutions recensées?

### Résultats

Développer une idée d'entreprise sociale

### Terminologie

Génération d'idées

Lacune du marché

### Ordre du jour

Mise en train – 10 minutes

Génération d'idées – 1 heure

Bilan – 10 minutes

Étapes suivantes – 10 minutes

### Mise en train

Organiser une activité de mise en train pour votre groupe, par exemple :

**Mission impossible :** Générer des idées à l'aide de questions apparemment impossibles.

3. Proposez un défi qui semble impossible à réaliser, par exemple en demandant comment construire une maison en un jour.
4. Encouragez-les à trouver des idées et des moyens de rendre possible l'impossible et à proposer de nouvelles caractéristiques ou de nouveaux avantages qui seraient nécessaires pour y parvenir.

**Jeter des idées sur le papier :** S'inspirer des idées des autres.

5. Demandez aux élèves de noter sur une feuille trois idées d'entreprise sociale.
6. Chaque élève remet la feuille à son voisin de droite.
7. L'élève suivant développe les idées et y ajoute des améliorations.
8. La feuille passe ensuite entre les mains d'un troisième, puis d'un quatrième élève, jusqu'à ce que chaque élève ait récupéré sa feuille.

**Hors-bord :** Cerner les problèmes et déterminer les façons de les surmonter.

4. Dessinez un hors-bord sur un tableau blanc ou une grande feuille de papier.
5. Demandez aux élèves de désigner des obstacles qui pourraient ralentir le bateau.

6. Une fois tous les obstacles désignés, demandez aux élèves de trouver des solutions pour faire en sorte que le bateau continue d'avancer.

<https://www.entrepreneur.com/article/287568>

## Activité expérientielle : génération d'idées

L'objectif de cette activité est de désigner des problématiques communautaires et/ou des enjeux sociaux/environnementaux/culturels qui passionnent les élèves. Après avoir discuté de ces enjeux et des solutions potentielles, les élèves utilisent le tableau des écarts en matière d'impact pour approfondir leur recherche. Avant de commencer, assurez-vous de revoir le concept d'entreprise sociale – une entreprise à but lucratif qui vise à produire des retombées sociales, culturelles, communautaires et/ou environnementales. Les entreprises sociales ont une mission sociale, culturelle ou environnementale intégrée dans leur modèle d'affaires. Plus les entreprises génèrent de l'argent, plus elles augmentent leur impact dans ces domaines.

**Ressource pour l'enseignant :** <http://ismotion.co/2014/06/five-step-activity-to-develop-social-entrepreneurship/>

1. Demandez aux élèves d'exposer les problématiques de la communauté ou les enjeux sociaux ou environnementaux qui les passionnent. Écrivez chaque problématique sur une grande feuille de papier et affichez-la au mur.
2. Demandez à chaque élève de noter sur des papillons adhésifs autant de solutions ou d'idées d'entreprises pour une problématique donnée. L'objectif est ici de recueillir le plus grand nombre d'idées possible. Demandez aux élèves d'afficher leurs idées sur la ou les problématiques qu'ils cherchent à résoudre.
3. Demandez aux élèves de se tenir à côté de la problématique ou de l'enjeu qui les passionne le plus.
4. En groupes, demandez aux élèves de prendre connaissance de toutes les idées et de sélectionner les plus viables. Les groupes discutent ensuite de la manière dont ils concrétiseraient ces idées. Quels types de ressources leur faudra-t-il? Avec qui au sein de la communauté faudrait-il qu'ils collaborent? Y aurait-il une éventuelle source de revenus afin d'assurer la stabilité financière?
5. Demandez à chaque groupe d'exposer à la classe la problématique et la meilleure solution qu'il a trouvée. Laissez les autres groupes proposer des idées et faire des suggestions.

## Bilan et réflexion

- 1. Quoi?** A-t-il été facile de trouver des solutions à ces problématiques et/ou enjeux? Pourquoi pensez-vous que certaines fonctionneront mieux que d'autres?
- 2. Et alors?** Selon vous, quelle serait la solution la plus viable à chaque problématique?
- 3. Et maintenant?** Quelles sont les problématiques qui passionnent le plus la classe? Comment peut-on en apprendre plus sur les raisons pour lesquelles ces problématiques existent et savoir si nos solutions potentielles pourraient fonctionner?

## Étapes suivantes

Après avoir recueilli quelques bonnes idées d'entreprise sociale, travaillez à la création d'un énoncé de mission et d'un énoncé de vision pour chacune.

## 2.4 Mission et vision

### Questions d'orientation

Quelle est la mission de ce que nous tentons d'accomplir? Quelle est notre vision à long terme?

### Résultats

Élaborer une mission et une vision

### Terminologie

Mission

Vision

### Ordre du jour

Mise en train – 20 minutes

Élaborer une mission et une vision – 1 heure

Bilan – 10 minutes

Étapes suivantes – 10 minutes

### Mise en train

**Mission et vision d'un salon de coiffure :** Créer un énoncé de mission et un énoncé de vision pour un salon de coiffure.

1. Commencez par donner aux élèves la définition d'un énoncé de mission et d'un énoncé de vision.
  - Un énoncé de mission décrit l'objectif de l'organisation, par exemple ce que vous faites et comment et pourquoi vous le faites.
  - Un énoncé de vision décrit l'orientation de l'entreprise et ce qu'elle compte faire pour réaliser ses ambitions.
2. Présentez des [exemples](#) d'énoncés de mission et de vision.
3. Donnez aux élèves le scénario suivant :
  - Imaginez que vous êtes propriétaire d'un salon de coiffure qui se soucie beaucoup de ses clients et qui offre un service de qualité à un prix avantageux. Votre salon de coiffure est

petit et local, mais vous aimeriez ouvrir d'autres établissements à l'avenir et proposer d'autres services comme des massages, des soins des ongles et des cures thermales.

4. Demandez aux élèves de créer un énoncé de mission et un énoncé de vision.
5. Demandez aux élèves de présenter leurs énoncés au groupe.

### Activité expérientielle : élaborer une mission et une vision

L'objectif de cette activité est de demander aux élèves de créer un énoncé de mission et un énoncé de vision pour leur entreprise sociale.

1. Imprimez la [Feuille d'exercices sur l'énoncé de mission et de vision](#).
2. Lisez les deux premières pages à la classe et répondez à toutes les questions sur les énoncés de mission et de vision.
3. Demandez aux élèves de remplir les pages 3 et 4, ce qui donnera lieu à des énoncés de mission et de vision.
4. Mettez ensuite en commun les résultats de l'exercice et notez les énoncés sur le tableau blanc.
5. Après en avoir discuté, déterminez quels énoncés de mission et de vision représentent le mieux l'entreprise sociale de la classe.

### Bilan et réflexion

1. **Quoi?** Quel est notre énoncé de mission? Quel est notre énoncé de vision?
2. **Et alors?** Comment ces énoncés aideront-ils à guider notre organisation? Quelles valeurs ces énoncés véhiculent-ils?
3. **Et maintenant?** Que devons-nous accomplir pour affirmer que nous avons réussi?

### Étapes suivantes

Maintenant que nous avons une mission et une vision pour notre organisation, nous allons travailler à la création d'une identité de marque forte qui représente notre principale valeur.

## 2.5 Création d'une marque forte

### Question d'orientation

Comment notre marque met-elle en valeur notre mission et notre vision?

## Résultats

Créer un logo et une marque

## Terminologie

Identité de marque

Logo

## Ordre du jour

Mise en train – 10 minutes

Créer une marque – 2 heures

Bilan – 10 minutes

Étapes suivantes – 10 minutes

## Mise en train

**Reconnaissance de la marque :** Mettre en valeur la puissance des marques et le message qu'elles véhiculent.

1. À l'aide du projecteur, présentez un certain nombre de logos d'entreprises bien connues (par exemple Apple, Nike, Northwest Company et Tim Hortons).
2. Demandez aux élèves de noter trois choses qui leur viennent à l'esprit à la vue de chaque logo.
3. Échangez les réflexions avec la classe.
4. Expliquez que la marque est la façon dont une personne *perçoit* un produit, un service, une expérience ou une organisation. Elle est en quelque sorte la personnalité de l'entreprise. Elle représente sa raison d'être et ce à quoi les gens peuvent s'attendre de ses produits ou services. Une marque est ce qui vous vient à l'esprit lorsque vous pensez à une entreprise. Comment percevez-vous l'entreprise? Que représente-t-elle? L'aimez-vous? Pourquoi?

## Activité expérientielle : créer une marque

L'objectif de cet exercice est de créer une identité de marque (nom, logo, couleurs, polices de caractères et images) qui représente la mission sociale issue des idées générées à l'aide du tableau des écarts en matière d'impact. Voir la feuille d'exercices sur l'identité de la marque dans le [Dossier des ressources](#).

1. Commencez par faire une séance de remue-méninges sur le nom de l'entreprise ou des entreprises sociales sélectionnées. Encouragez les élèves à proposer autant d'idées que possible – il n'y a pas de mauvaises idées! Sur un tableau blanc ou une grande feuille de papier, notez quelques-uns des noms proposés par la classe. Les élèves peuvent choisir le nom qu'ils veulent pour créer leur identité de marque.
2. Expliquez aux élèves ce qu'est un logo. Un logo est le symbole composé de texte, de signes graphiques, d'images, de couleurs et de polices de caractères qui représente une entreprise ou une organisation. Un logo doit incarner l'esprit de votre marque, ce pour quoi vous voulez être connu et quelle image vous souhaitez projeter. Votre logo est la façon dont les gens

reconnaîtront votre marque. Les éléments qui le composent doivent être choisis judicieusement. En groupe, regardez les exemples de logos suivants : UasaU Soap, Inuuvunga, Hinaani Design, Ugly Fish et Qarjuit Youth Council qui se trouvent au chapitre 6 du Guide de l'élève.

3. Individuellement ou en petits groupes, demandez aux élèves de créer la maquette d'un logo qui, selon eux, représente le mieux l'idée ou les idées d'entreprises sociales sur lesquelles la classe travaille.
4. Ensuite, expliquez que les couleurs que vous choisissez pour votre marque peuvent avoir une incidence importante sur l'identité de celle-ci. Vous devez choisir vos couleurs avec soin et vous assurer que celles que vous choisissez représentent bien votre entreprise. Les élèves peuvent se reporter au nuancier, à la page 144 du Guide de l'élève pour des exemples.
5. Demandez aux élèves de noter les couleurs qu'ils choisiraient pour leur logo et l'identité globale de la marque, ou bien, à l'aide de crayons de couleur, demandez-leur de colorier leur logo en utilisant les couleurs qu'ils choisiraient pour représenter leur marque.
6. Expliquez aux élèves que la police de caractères est le style du lettrage utilisé. Cela s'applique généralement à votre logo et à d'autres communications commerciales portant l'image de la marque (comme le site Web et les publicités). Tout comme les couleurs, les polices de caractères que vous choisissez pour votre marque influencent l'aspect et la convivialité de votre identité de marque. Choisissez vos polices de caractères avec soin et assurez-vous qu'elles représentent bien votre entreprise.
7. Invitez les élèves à consulter le site <https://www.dafont.com/fr/> pour trouver une police de caractères qui représente bien leur entreprise.
8. Les élèves devraient maintenant avoir choisi un nom d'une entreprise, créé une maquette du logo, sélectionné les couleurs de leur marque et choisi une police de caractères qui la représente.
9. En petits groupes ou individuellement, demandez-leur de présenter leur identité de marque et de faire part à la classe des réflexions qui ont amené à sa création. Encouragez les commentaires et la collaboration avec les autres élèves.

## Bilan et réflexion

**1. Quoi?** Quels étaient les thèmes communs de cette activité? Est-ce que certains logos, couleurs et/ou polices de caractères présentaient des similitudes?

**2. Et alors?** Ces identités de marque parviennent-elles à mettre en valeur la mission de l'entreprise sociale? Si quelqu'un voyait le logo de l'entreprise, aurait-il une bonne idée de sa raison d'être ou de ce à quoi il peut s'attendre de son produit ou service?

**3. Et maintenant?** Quelle identité de marque la classe choisira-t-elle pour représenter son entreprise sociale?

## Étapes suivantes

La classe a maintenant réduit la liste à une ou quelques idées d'entreprise sociale à mettre de l'avant. Les élèves devraient avoir réussi à créer un énoncé de mission et un énoncé de vision ainsi qu'à choisir une

des identités de marque créées pour représenter leur entreprise sociale (cela peut toujours être modifié ultérieurement.). Dans le module 3, ils commenceront à valider, à tester et à construire l'entreprise ou les entreprises sociales au sein de la communauté.

## 2.6 Évaluation réflexive

Les élèves doivent créer une brève narration numérique à propos de leur expérience du module 2 à partir de toutes les images et des notes qu'ils ont réunies lors des activités des semaines précédentes. (50 minutes)

Il existe de nombreuses façons d'aborder la narration numérique. Voici des exemples de résultats visés pour ce cours :

- Vidéo de 2 minutes d'exposé oral, de chanson, de théâtre ou de documentaire
- Billet de blogue – carnet ou album photo

La narration numérique ne devrait pas dépasser 250 mots à l'écrit et doit comprendre une histoire personnelle ou communautaire. Elle sera conçue et enregistrée à l'aide des outils informatiques de montage de la classe et de photos prises en classe et pourra comprendre des éléments vidéo, de l'animation et de la musique. Toute image tirée de sources extérieures doit être libre de droits d'auteur.

Établissez à l'intention de vos élèves les **critères particuliers de réussite** en ce qui concerne les aspects suivants :

- Résultats visés pour la narration : durée, type de média, détails du contenu, sujet
- Habiletés : utilisation des outils numériques, collaboration, communication

## Bibliographie

- Secrétariat de l'AIM. *What is Social Economy?* Consulté à l'adresse : <https://www.youtube.com/watch?v=V1Aili1DVwY>
- CFAmeriques (28 novembre 2014). *Qu'est-ce que l'économie sociale?* Consulté à l'adresse : <https://www.youtube.com/watch?v=k5nEI0bMMdc>
- Dipika Mallya (10 janvier 2017). *Eureka! Four Ideation Techniques To Get Your Team Thinking.* Consulté à l'adresse : <https://www.entrepreneur.com/article/287568>
- Isomotion. *Five Step Activity to Develop Social Entrepreneurship.* Consulté à l'adresse : <http://ismotion.co/2014/06/five-step-activity-to-develop-social-entrepreneurship/>
- Pillar Nonprofit (21 novembre 2013). *Community Collaboration Award Recipients: Meals on Wheels London et Youth Opportunities Unlimited.* Consulté à l'adresse : [https://www.youtube.com/watch?time\\_continue=58=C-zmIVwfYbY](https://www.youtube.com/watch?time_continue=58=C-zmIVwfYbY)
- ESontario – *Un aperçu de l'établissement d'une entreprise sociale dans le contexte de l'économie sociale et un sommaire des principaux piliers de l'entreprise sociale dans la province.* Consulté à l'adresse : <https://seontario.org/social-enterprise-in-ontario/>

- ESontatio. *Youth Opportunities Unlimited*. Consulté à l'adresse : <https://seontario.org/stories/youth-opportunities-unlimited/>
- Skolls Center (2017). *Using the Impact Gaps Canvas*. Consulté à l'adresse : <https://vimeo.com/193582920>
- Le Réseau canadien de DÉC. *L'économie sociale*. Consulté à l'adresse : <https://ccednet-rcdec.ca/fr/page/leconomie-sociale-0>
- Tom J. Law (24 décembre 2018) *15 Seriously Inspiring Mission and Vision Statement Examples*. Consulté à l'adresse : <https://www.oberlo.com/blog/inspiring-mission-vision-statement-examples>
- YOU.IST@you.ca (2016) *YOUth at the Centre*. Consulté à l'adresse : <https://vimeo.com/148120278>