|  |
| --- |
| **Numéro du module :** |
| 1 |
| **Titre du module :** |
| Plan de diversification financière |
| **Résultat d’apprentissage :** |
| s.o. |
| **Éléments de performance :** |
| * distinguer les caractéristiques de stratégies innovantes de mobilisation de fonds telles que l'obligation communautaire, le sociofinancement, le microcrédit, la franchise sociale * faire preuve d’initiative et d’innovation lors de l’exploration et la proposition de stratégies novatrices de mobilisation de fonds pour une entreprise sociale ou un organisme * définir diverses actions à entreprendre pour mobiliser des fonds autres que publics, privés et philanthropiques |

|  |  |
| --- | --- |
| **Titre de l’activité** | Activité : Franchises sociales |

|  |
| --- |
| **Description** |
| **Résumé (1-2 phrases) :** |
| Cette activité te permettra de t’initier à la franchise sociale. |
| **Mise en contexte / Mise en situation :** |
| La franchise sociale est méconnue au Canada toutefois elle a tout un potentiel et peut être un formidable levier et un outil efficace pour changer d’échelle (*scale up*) et déployer les innovations sociales d’organismes ou d’entreprises sociales dans plus d’une communauté.  Bien que la franchise commerciale soit une approche bien établie dans le secteur à but lucratif dans le monde, la franchise sociale en est encore à ses débuts. Voici certaines franchises commerciales sont connues internationalement : Holiday Inn, Body Shop, Yves Rocher, Subway, 7 Eleven, etc.  En raison du récent intérêt qui lui est porté, il existe encore plusieurs interprétations de ce qu’est une franchise sociale. La signification de ce terme varie par exemple d’un pays à l’autre : « ‘[…] en France, une franchise sociale est une sorte de mesure fiscale alors qu’aux États-Unis, cette terminologie s’applique généralement lorsqu’une organisation à but non lucratif est propriétaire d’une entreprise franchisée privée (Ben & Jerry’s, Dunkin’ Donuts, McDonald’s, etc.)’. Dans le cadre de ce document de synthèse, ce concept fera référence au principe selon lequel une entreprise d’économie sociale réplique un modèle ou une formule dont le succès est avéré, afin de diffuser une solution innovante à un problème sociétal.  Le modèle de la franchise sociale permet au franchisé de limiter les coûts liés à la recherche et au développement, tout en permettant au franchiseur de décupler son impact social et de répondre encore plus largement à sa mission. On peut aller jusqu’à parler d’une co-construction de l’impact entre le franchiseur et le franchisé. Et puis, pourquoi un projet ayant fonctionné à Montréal ne pourrait-il pas avoir le même succès à Québec, à Sherbrooke ou à Ottawa? » (Source : [La franchise sociale comme stratégie de changement d’échelle](https://www.tiess.ca/wp-content/uploads/2016/06/Franchises-sociales_TIESS_Juin2016.pdf), p. 28) |
| **Consignes, directives et ressources (liens, manuels, images, etc.) :** |
| 1. Lis les ressources suivantes :    1. [Tour d’horizon sur la franchise sociale](https://tiess.ca/tour-dhorizon-sur-la-franchise-sociale/)    2. [*Cahier de la Frachise Sociale*](https://www.passerelles.quebec/system/files/upload/documents/posts/cahier-franchise-sociale-scalechanger.pdf) 2. À partir du document [*Quand la franchise devient sociale : Manuel de fabribation*](https://www.tiess.ca/wp-content/uploads/2019/04/Manuel_Quand_la_franchise.pdf), choisis une des études de cas suivantes :    1. Arizmendi Bakery    2. Le réseau Bou’Sol 3. Pour l’étude de cas choisie, effectue le travail à partir du document *Stratégie innovante : Franchise sociale.* |