

les affaires

Le savoir d'entreprise

PAR



LE SAVOIR D'ENTREPRISE C'EST QUOI ?

Par l'intermédiaire du Savoir d'entreprise, Les Affaires souhaite offrir à ses lecteurs des connaissances de pointe provenant d'organisations désireuses de partager leur expertise.

Les contenus sont produits par l'organisation avec l'aide de l'équipe des Solutions B2B. Notez qu'à aucun moment, les journalistes de Les Affaires ne participent à la rédaction de ces articles. Pour plus d'information sur ce produit, veuillez communiquer avec savoirdentreprise@lesaffaires.com.

5 conseils pour faire une place à l'économie sociale



Vous souhaitez faire affaire avec des entreprises d'économie sociale ? Voici nos meilleures astuces pour vous permettre d'aller de l'avant !

Alors, en quoi est-ce différent de faire affaire avec des entreprises d'économie sociale ?

« En plus d'obtenir un produit ou un service qui répond à nos besoins, on s'assure de retombées multiples pour notre communauté : création d'emplois, réinsertion sur le marché du travail, revitalisation de nos quartiers, et protection de notre environnement », explique d'entrée de jeu Édith Cyr, présidente du Conseil d'économie sociale de l'île de Montréal (CESIM).

Une entreprise d'économie sociale, c'est une PME qui appartient à ses membres ou à sa collectivité, et qui cherche autre chose que le profit. « C'est une manière d'entreprendre autrement, avec les mêmes défis qu'une entreprise traditionnelle, mais qui se démarque par la responsabilité sociétale intrinsèque à sa mission et ses valeurs, son enracinement dans les collectivités et son souci de pérennité », renchérit-elle. Et pour prendre le virage de l'économie sociale à votre tour, lisez ce qui suit !

1- Bien faire connaître les besoins de votre organisation

Il vous est suggéré d'évaluer l'offre existante et d'identifier les fournisseurs issus de l'économie sociale qui peuvent répondre à vos besoins actuels et futurs. Plusieurs répertoires, dont [celui du CESIM](#), sont disponibles en ligne pour vous permettre d'identifier de futurs partenaires d'affaires et créer des jumelages pertinents et durables.

Une fois que votre besoin d'affaires est bien identifié, l'heure est venue d'en discuter ouvertement avec les fournisseurs convoités. « *Évitez cependant d'être trop rigide dans la description de l'offre recherchée. Développez plutôt un devis de performance pour laisser place à leur créativité* », recommande de son côté France Doire, chargée d'expertise et de pratique principale, approvisionnement responsable pour la [Ville de Montréal](#).

Des propos qui enchantent Anyle Côté, directrice générale du CESIM. « *Pensez aux besoins non comblés de votre organisation en matière d'approvisionnement. Les institutions publiques et privées apprécient la grande flexibilité des entreprises d'économie sociale et leur capacité à trouver des solutions avec le client* », observe-t-elle. Ces organisations se démarquent donc de la concurrence. « *La disponibilité des personnes responsables, le professionnalisme démontré et les retombées sociales et environnementales évidentes pour la communauté sont trois arguments qui jouent en leur faveur* », ajoute-t-elle.

2- Évaluer à intervalles périodiques l'offre existante

Il est possible qu'aucun fournisseur de l'économie sociale ne soit en mesure de répondre au besoin précis exprimé actuellement. L'offre de services se développe et se bonifie avec le temps. Stéphanie Leclerc, gestionnaire du programme d'approvisionnement responsable à l'Université McGill, recommande d'ailleurs de faire périodiquement [un exercice d'arrimage](#) entre les besoins actuels de votre organisation et l'offre en provenance des entreprises d'économie sociale. « *Participer à des activités de maillage s'avère vraiment utile pour découvrir de nouvelles possibilités de collaboration* », constate-t-elle.

3- Mettre en place un projet-pilote

Autre conseil : adoptez l'approche des petits pas. Dans votre démarche, vous pourriez segmenter vos besoins et accorder un premier mandat à une entreprise d'économie sociale. Comparez ensuite les résultats obtenus avec ceux d'un fournisseur régulier.

Et soyez rassuré ! « *Les entreprises d'économie sociale sont efficaces, comme le sont les entreprises qui visent le profit. Elles ont toutes la volonté de bien servir leurs clients. La rigueur et la qualité sont bel et bien au rendez-vous !* », affirme d'ailleurs Francesca Torasso, directrice de l'acquisition des biens et services pour la Société des alcools du Québec (SAQ).

4- Impliquer la haute direction

Vous avez trouvé l'entreprise d'économie sociale qui peut répondre à votre besoin et vous souhaitez lui accorder un premier contrat ? Inscrivez votre projet dans la planification stratégique de l'entreprise. L'heure est venue de démontrer à la haute direction que c'est la bonne chose à faire pour toutes les parties impliquées. N'attendez donc pas que l'idée déboule éventuellement du haut de l'organigramme pour procéder...

L'équipe de Francesca Torasso déploie d'ailleurs des efforts supplémentaires pour développer de façon systématique le recours aux entreprises d'économie sociale. « *Nous sommes proactifs. Nous sommes également dans un processus de révision des contrats existants pour identifier des occasions futures de maillage avec les entreprises d'économie sociale* », dit-elle. Il s'agit sans équivoque de l'une des priorités de la SAQ. Et aux autres grands donneurs d'ordres, son conseil va en ce sens : « *Lancez-vous sans hésiter !* »

5- Sensibiliser l'ensemble de l'organisation à l'économie sociale

Il est effectivement primordial de sensibiliser toute l'organisation, et l'ensemble de vos clients internes, aux bienfaits de l'économie sociale. Le CESIM offre d'ailleurs [des activités et des formations adaptées](#) pour vous accompagner dans cette démarche.

De son côté, Stéphanie Leclerc offre une séance d'information, trois fois par année, pour sensibiliser tous les acheteurs et requérants potentiels de l'Université McGill et les amener à considérer les entreprises d'économie sociale lors d'un achat. Et ça marche ! « *Il y a environ 5 000 personnes ici qui ont le pouvoir de dépenser dans leurs départements respectifs. Il y a donc beaucoup de monde à rejoindre, d'où l'importance de les impliquer en amont* », conclut-elle.

L'économie sociale, j'achète ! : serez-vous le prochain signataire ?

L'économie sociale : j'achète ! (ESJA) est [une initiative](#) qui vise à encourager les acheteurs à créer des liens d'affaires avec les entreprises d'économie sociale dans une perspective d'approvisionnement responsable.

À cet égard, le CESIM a été précurseur dans la mise en œuvre d'une initiative qui vient répondre à la fois aux besoins des entreprises d'économie sociale montréalaises et aux besoins des grands acheteurs. « *À Montréal, les organisations signataires sont invitées à des séances de réseautage et de maillage ciblées pour rencontrer les entreprises d'économie sociale participantes. C'est une formidable occasion de provoquer des rencontres et de créer des maillages ! Depuis ses débuts, ce sont 36 acheteurs publics et privés qui ont choisi de s'engager dans l'initiative portée par le CESIM et de s'approvisionner davantage auprès de l'économie sociale. Mieux encore, nous sommes fiers de dire que plus de 1 800 contrats ont été conclus entre les entreprises d'économie sociale montréalaises et les institutions participantes, pour un chiffre d'affaires global de plus de 55 millions de dollars grâce à celle-ci, Et ces partenariats continuent de grandir, au fur et à mesure que nous rejoignons les acheteurs potentiels* », souligne Anyle Côté, directrice générale du CESIM.

Joignez-vous à votre tour à ces [organisations](#) qui ont pris l'engagement de faire affaire avec l'économie sociale !