

الشراكة الـرابحة رقم 2 الأسبوع الوطني للابتكار الاجتماعي (SNIS)

- **التحدي :** إن انخراط المجتمع ككل في الابتكار الاجتماعي، شرط أساسي لنجاحه. ولتعزيز هذه الفكرة، من الضروري تفعيل العديد من الآليات التي تسمح بترويج ونشر الابتكارات الاجتماعية. إن إعطاء مساحة أكبر للمبادرات، وتشجيع المشترين العموميين والخواص للتزود لدى الابتكارات الاجتماعية، يعزز من ناحية، الوعي العام بقيمة هذه الآليات، والاعتراف العمومي بالابتكار الاجتماعي كأداة للتنمية، ومن ناحية أخرى، إعطاء دفعات قوية للتوجهات الإبداعية بشكل مستمر.
- **الهدف :** تعزيز ثقافة الابتكار الاجتماعي داخل المجتمع بشكل عام وبين الفاعلين في السوق بشكل خاص، من أجل تشجيع تطوير المبادرات الفردية والجماعية، وكذلك الطلب من قبل المستهلكين والمقاولين.
- **التحول المستهدف :** سيكون للأسبوع الوطني للابتكار الاجتماعي تأثير في زيادة ثقة المواطنين في قدرة الابتكارات الاجتماعية على تلبية الاحتياجات الاجتماعية، ومضاعفة الابتكارات العاملة في المجال الاجتماعي، وزيادة الحصة السوقية للمنتجات والحلول الصادرة من الابتكارات الاجتماعية.
- **عناصر المبادرة :** تشكيل تحالف وطني متعدد الفاعلين للإشراف على الأسبوع الوطني للابتكار الاجتماعي؛ تطوير نموذج عمل هجين، يجمع بين الجانب التجاري وجانب الاحتضان؛ تنظيم النسخة الأولى من الأسبوع الوطني للابتكار الاجتماعي (21 أبريل = اليوم العالمي للإبداع والابتكار)؛ قياس الوقع باستخدام مقياس وطني.
- **الفاعلون المعنيون :** الوزارة المكلفة بالاقتصاد الاجتماعي والتضامني؛ شبكات المجال الجموعي وريادة الأعمال الاجتماعية؛ الهياكل الداعمة للابتكار الاجتماعي؛ وكالات التعاون الدولي؛ المجموعات والوسائط الإعلامية.
- **المبادئ :** التمثيل المحلي والقطاعي.
- **مؤشرات الوقع :** بمناسبة الأسبوع الوطني للابتكار الاجتماعي، مراقبة تطور مؤشر البحث حول الابتكار الاجتماعي على الإنترنت ؛ عدد طلبات المشاركة في الأسبوع الوطني للابتكار الاجتماعي؛ معدل الزيادة في استهلاك الحلول والمنتجات من نوع الابتكار الاجتماعي؛ عدد الشراكات (للابتكار المفتوح) بين الشركات والمبتكرين الاجتماعيين، التي شجعها الأسبوع الوطني للابتكار الاجتماعي.