

# INOVAȚII ÎN ECONOMIA SOCIALĂ POLONEZĂ.

## BUNE PRACTICI:

### „COOPERATIVA” CAFÉ-BOOKSTORE

Katarzyna Zabratańska<sup>[1]</sup>,  
Anna Szadkowska-Cieźka<sup>[2]</sup>,  
Piotr Krośniak<sup>[3]</sup>

#### Rezumat

Articolul se concentrează pe aspecte ale economiei sociale și prezentarea exemplilor de bună practică din Polonia. Pentru a elabora problematica a fost folosit exemplul din „Cooperative”. Aceasta este o abordare inovatoare ce propune folosirea unor acțiuni noi pentru combaterea excluziunii sociale. Problemele aduse în discuție sunt asociate cu promovarea unor parteneriate trilaterale și de dezvoltare a francizei economiei sociale. Modelul prezentat este rezultatul cooperării între Biroul de Proiecte PNUD din Polonia, Centrul Municipal pentru Servicii Sociale din Lublin, reprezentat de către Centrul de Activare Locală și Cooperativa Socială „The Four Seasons” / „Cele patru Antimpuri”. Acest angajament inovator oferă un nou punct de vedere cu privire la economia socială.

**Cuvinte cheie:** *economie socială, inovație socială, franciză, „Cooperativa” Café-Bookstore*

„Economia Socială nu este doar rezultatul unor rezoluții juridice și de acte. Aceasta nu este numai o problemă de conștientizare socială, deși sprijinul public este foarte important. Economia Socială este o mișcare socială care ar trebui să conducă la o nouă viziune în dezvoltarea Poloniei. Economia Socială este o modalitate de a implica cel de-al treilea

---

[1] Social economy team member in Social Economy Regional Centre, UNDP Project Office in Poland, [katarzyna.zabratanska@undp.org](mailto:katarzyna.zabratanska@undp.org);

[2] Coordinator of Social Economy Regional Centre in Lublin, [anna.szadkowska@undp.org](mailto:anna.szadkowska@undp.org);

[3] Coordinator of „Social Economy” project within UNDP Project Office in Poland, ul. Peowiaków 11, 20-007 Lublin, Poland, tel.+48 81 532-23-27, fax:+48 22 207-24-31, [piotr.krosniak@undp.org](mailto:piotr.krosniak@undp.org).

sector în dezvoltarea economică a Poloniei (<http://www.socialeconomy.pl/x/433523>)". Termenul de *conomie socială*, de multe ori asociat conceptelor ca: „al treilea sector” și „sector al organizațiilor non-profit”, se referă în fapt la o gamă largă de organizații ce acționează, de multe ori, împreună în parteneriate: statul, ONG-urile și piața, îndeplinind misiuni atât economice, cât și sociale. În consecință, obiectivul final nu este de a redistribui profitul financiar și material, ci de a-l reinvesti în organizație cu scopul de a extinde și consolida activitățile sale cât și misiunea de ansamblu. Formele sociale pe care entitățile economiei sociale le adoptă depind de cadrele juridice naționale. Cu toate acestea este posibil să se accepte că cele mai tipice forme juridice și organizaționale sunt: fundațiile, cooperativele sociale, întreprinderile sociale etc.

O gamă largă de funcții și scopuri ale economiei sociale o fac imposibil de redus la o definiție simplă și univocă. Una dintre ipotezele prioritare ale economiei sociale este aceea de a crea condiții pentru dezvoltarea adecvată a indivizilor, grupurilor și comunităților. Acțiunile derulate în cadrul economiei sociale ar trebui să conducă la câștigarea independenței față de ajutorul extern de către indivizii și grupurile pe care le reprezintă. Ar trebui în același timp să îi pregătească pentru a fi entități de sine-stătătoare și auto-suficiente (Frączek 2006: 7-12). Economia socială este o idee ce a pornit de la o ipoteză conform căreia munca este cel mai important factor responsabil pentru formarea ființei umane și a poziției sale în spațiul societal. Acest concept descrie toate inițiativele antreprenoriale care au în vedere scopuri sociale și în care profitul obținut este atribuit îndeplinirii scopurilor statutare ale organizației sau întreprinderii sociale (Sałustowicz 2007: 4-5).

Încă de la începutul lui 1980, chestiunea economiei sociale a fost analizată pe larg în Uniunea Europeană, fapt ce a dus la stabilirea, în cadrul Direcțiilor Generale ale Comisiei Europene, a unui departament separat, responsabil pentru acest domeniu. Evoluția în abordarea economiei sociale a dus la identificarea a 5 tipuri fundamentale de organizații: cooperative, societăți bazate pe ajutor reciproc, asociații, fonduri și

întreprinderi sociale (Kwasnicki 2005:7). Particularitatea și caietul de sarcini al acestor entități au condus la generarea unor caracteristici specifice ale economiei sociale. În conformitate cu intenția Comisiei Europene, dezvoltarea economiei sociale, în perspective sociale de asemenea, are drept scop următoarele :

- Creșterea eficienței concurenței;
- Inițierea unor noi modele de întreprinderi și locuri de muncă;
- Mobilizarea cetățenilor în participarea lor în organizații de tip asociativ;
- Încurajarea și motivarea cetățenilor să se implice în mod voluntar;
- Consolidarea legăturilor sociale, a spiritului comunitar și a solidarității (Hausner 2007: 3,8).

Toate cele de mai sus au inspirat ideea construirii unei întreprinderi sociale inovatoare care s-ar putea transforma ulterior în modelul de franciză socială. Acesta este modul în care a luat naștere prima cooperativă Café-Bookstore în Lublin (<http://www.spoldzielniacafe.pl>). Pentru înțelegerea caracteristicilor critice, termenul de franciză ar trebui dezvoltat. Franciza reprezintă dreptul sau licența de a comercializa produsele sau serviciile unei companii într-un anumit teritoriu, drept acordat de către o companie unui individ sau unui grup de indivizi. Codul European de Etică pentru Franciză definește franciza ca un sistem de marketing al bunurilor, serviciilor și/sau tehnologiei, care se bazează pe o colaborare strânsă și continuă între întreprinderi separate și independente din punct de vedere legal și juridic, francizorul și francizele sale individuale, prin care francizorul garantează francizatului individual dreptul și obligația de a desfășura activitatea numai în conformitate cu principiile inițiale ale conceptului (European Code of Ethics for Franchising).

Rețeaua Europeană de Franciză Socială este un avocat unic și un promotor al francizei sociale în Europa (<http://www.socialfranchising.coop>), ce se specializează în acest domeniu. Conceptele de bază ale francizei sociale cuprind următoarele: **francizarea** – acord între francizor și francizat ce reglementează utilizarea comună a brand-ului, a

mărcii și a practicilor; **francizor** – o persoană juridică ce facilitează brandul, marca și practicile; **francizat** – persoană juridică ce folosește brandul, marca și practicile furnizate de francizor; **brand** – imagine elaborată sau o opinie identificabilă asupra produselor și serviciilor de pe piață; **marcă** - logo - un simbol ce identifica un anumit produs, servicii ori întreprindere; **practici** – cunoștințe tehnice și organizatorice specifice ce privesc debutul și desfășurarea activităților bazându-se pe metode elaborate care s-au dovedit a fi eficiente (European Code of Ethics for Franchising). Legea permite și obligă francizatul individual ca în schimbul direct sau indirect al unei sume compensatoare să utilizeze numele de comerț al francizorului, marca, marca de servicii, practicile, metodele tehnice și de afaceri, sistemul procedural și alte drepturi industriale sau de proprietate privată, sprijinite de o furnizare continuă de asistență tehnică și comercială, în cadrul și pe durata unui acord de franciză scris, încheiat între părți în a acest scop (<http://www/social-franchising.coop>).

Având acest context teoretic, putem ajunge la faptele concrete care descriu în esență „Cooperativa” Café Bookstore din Lublin. „Cooperativa” este rezultatul unui parteneriat tripartit ce favorizează economia socială în Lublin, încheiat între Programul Națiunilor Unite pentru Dezvoltare (PNUD), Biroul de Proiecte din Polonia (<http://www.undp.org.pl>), Centrul Municipal pentru Servicii Sociale din Lublin (<http://www.mopr.lublin.pl>) reprezentat de către Centrul de Activare Comunitară ce funcționează în zona de locuințe sociale în Strada Antoniny Grygowej din Lublin, și Cooperativa Socială” The Four Seasons” (<http://www.czteryperyroku.orangespace.pl>). Misiunea „Cooperativei” Café Bookstore este de a genera întreprinderi inspiratoare și neconvenționale în domeniul economiei sociale, a drepturilor omului, a egalității de gen și a promovării dialogului multicultural. Această organizație este rezultatul mai multor luni de lucrări, iar scopul ei este să :

- sprijine dezvoltarea economiei sociale în Dublin;
- dinamizeze angajarea persoanelor care se află într-o situație dificilă pe piața de muncă;

- integreze social și să activeze angajarea cetățenilor din locuințele sociale din zona Grygowej;
- sprijine inițiativele locale în zona orașului Lublin.

Ideea din spatele „Cooperativei” Café-Bookstore a fost aceea de a angaja un grup de membri ai comunității de locuințe sociale care derulau propria lor cooperativă socială „Four Seasons” în deschiderea unui tip inovator de cafenea în Lublin. Datorită dorinței, determinării și motivației acestora, după aproape 2 luni de muncă intensă, o viziune comună și un plan de bază au fost stabilite. Cele trei părți au convenit asupra strategiei de afaceri a cafenelei, asupra misiunii și a ofertei cultural-sociale, precum și asupra unor surse suplimentare de venit, vizite de studiu, cursuri pentru persoanele din comunitatea de economie socială.

„Cooperativa” Café-Bookstore a fost inaugurată în februarie 2011 și foarte curând a devenit un loc unic pe harta culturală a Lublinului. A fost a doua cafenea-librărie din oraș și după cum s-a dovedit, cererea pentru aceste servicii a fost îndeajuns de mare pentru a-și păstra locul și a funcționa în continuare. Consumatorii nu sunt atrași numai de atmosfera sau de calitatea cafelei, ceaiului sau a prăjiturilor din „cooperativa”. Mulți dintre ei declară că „misiunea socială” desfășurată este la fel de importantă ca toate celelalte caracteristici pe care le caută într-o cafenea. Pe lângă faptul că „Cooperativa” este condusă de o întreprindere socială, misiunea socială presupune de asemenea un consum conștient (majoritatea produselor vândute având certificate de comerț echitabil), focalizarea pe drepturile omului și problemele de mediu. Încă de la început, „Cooperativa” a creat un spațiu pentru dezbateri, proiecții de film, festivaluri, expoziții și evenimente precum „Book Swap Parties” sau „Handicraft fairs”. Chiar dacă vânzările de carte în „Cooperativă” nu au fost încă introduse, rafturile sunt totuși pline cu volume donate de consumatorii săi. Locul este plin de studenți, liber-profesioniști, activiști care se bucură de cafeaua lor în timp ce studiază sau lucrează.

În afară de succesul său aparent în a-și atinge grupul țintă, „Cooperativa” Café-Bookstore joacă un rol foarte important în viața a patru femei din locuințe sociale din suburbiile Lublinului. Anterior nean-

gajate, acestea au câștigat acum nu numai un loc unde să își petreacă timpul, ci și un loc unde ele se simt dorite și responsabile. Acesta este de asemenea un loc unde ele pot întâlni oameni noi și pot învăța despre diferite idei și puncte de vedere. În final, acesta reprezintă un loc unde sunt parteneri de cooperare și nu simpli clienți de servicii sau beneficiari. În afară de calificările profesionale și abilitățile interpersonale, munca de zi cu zi la „Cooperativă” este o formă de a sparge barierele psihologice și de a-și dezvolta competențe sociale.

Acesta este un exemplu clar și solid. „Cooperativa” Café-Bookstore demonstrează că întreprinderile sociale nu sunt eficiente numai în termeni de câștig economic, ci contribuie de asemenea la schimbările din viețile individuale ale membrilor săi, cât și ale acelorora din comunitățile sociale în cadrul cărora lucrează. Exemplele pozitive sunt cheia spre schimbarea atitudinii față de economia socială care este încă tratată ca un bob de sare de către localitățile locale, piața forței de muncă și reprezentanții instituțiilor de servicii sociale precum și de către simplii cetățeni. Probabil acesta este motivul pentru care atât de multe organizații și entități ale economiei sociale sunt interesate de deschiderea de „Cooperative” în orașele lor. Odată ce modelul de franciză socială este terminat, logo-ul roșu-negru de „Cooperativă” va fi vizibil în întreaga Polonie.

## **Bibliografie**

1. *European Code of Ethics for Franchising.*
2. Frączak P., 2006. *Szkic do historii ekonomii społecznej w Polsce*, „Ekonomia społeczna. Teksty”.
3. Hausner J., 2007. *Ekonomia społeczna jako kategoria rozwoju*, Kraków.
4. Kwaśnicki W., 2005. *Ekonomia (gospodarka) społeczna*, Wrocław, s. 7.
5. Sałustowicz P., 2/2007. *Pojęcie, koncepcje i funkcje ekonomii społecznej*, „Ekonomia społeczna. Teksty”.

[www.czteryperyroku.orangespace.pl](http://www.czteryperyroku.orangespace.pl)  
<http://www.mopr.lublin.pl/>  
<http://www.socialeconomy.pl/x/433523>  
<http://www.spoldzielniacafe.pl/>  
<http://www.socialfranchising.coop/>  
<http://www.undp.org.pl>