

Lorsque humanisme et efficacité se rencontrent!



Caravane des partenariats

Contexte, enjeux et typologie des partenariats associations - entreprises

Lille, 04 juin 2012

Le RAMEAU

Association loi 1901, déclarée à la Préfecture du Val-de-Marne, publication au JO N°20060045-1507

9, rue Raymond du Temple - 94300 VINCENNES
Tél. : 01-53-66-99-70 - info@lerameau.fr – www.lerameau.fr



Etat des lieux des partenariats

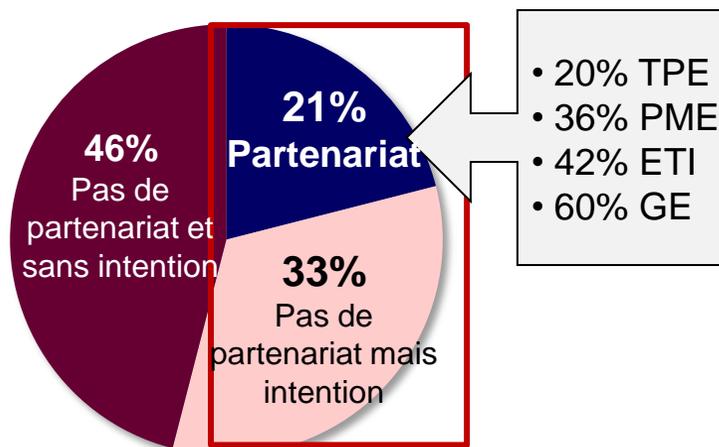
Repères et motivations des acteurs

Typologie des partenariats

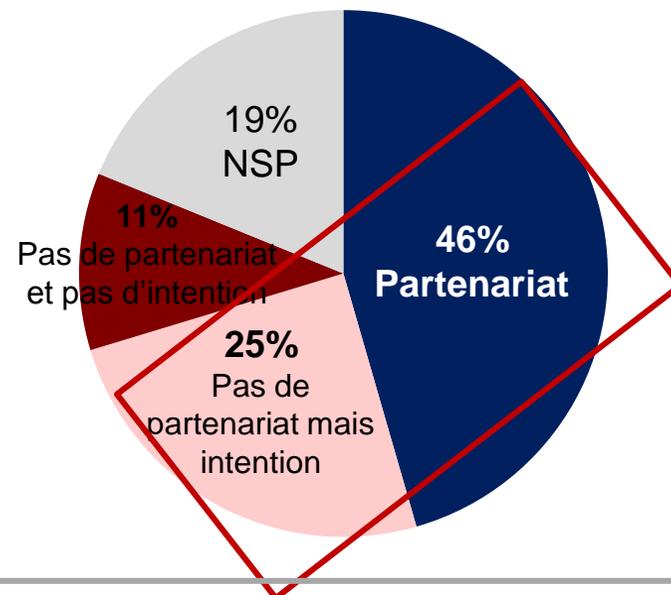
En synthèse

Une réalité récente déjà bien ancrée

Du côté des entreprises



Du côté des associations

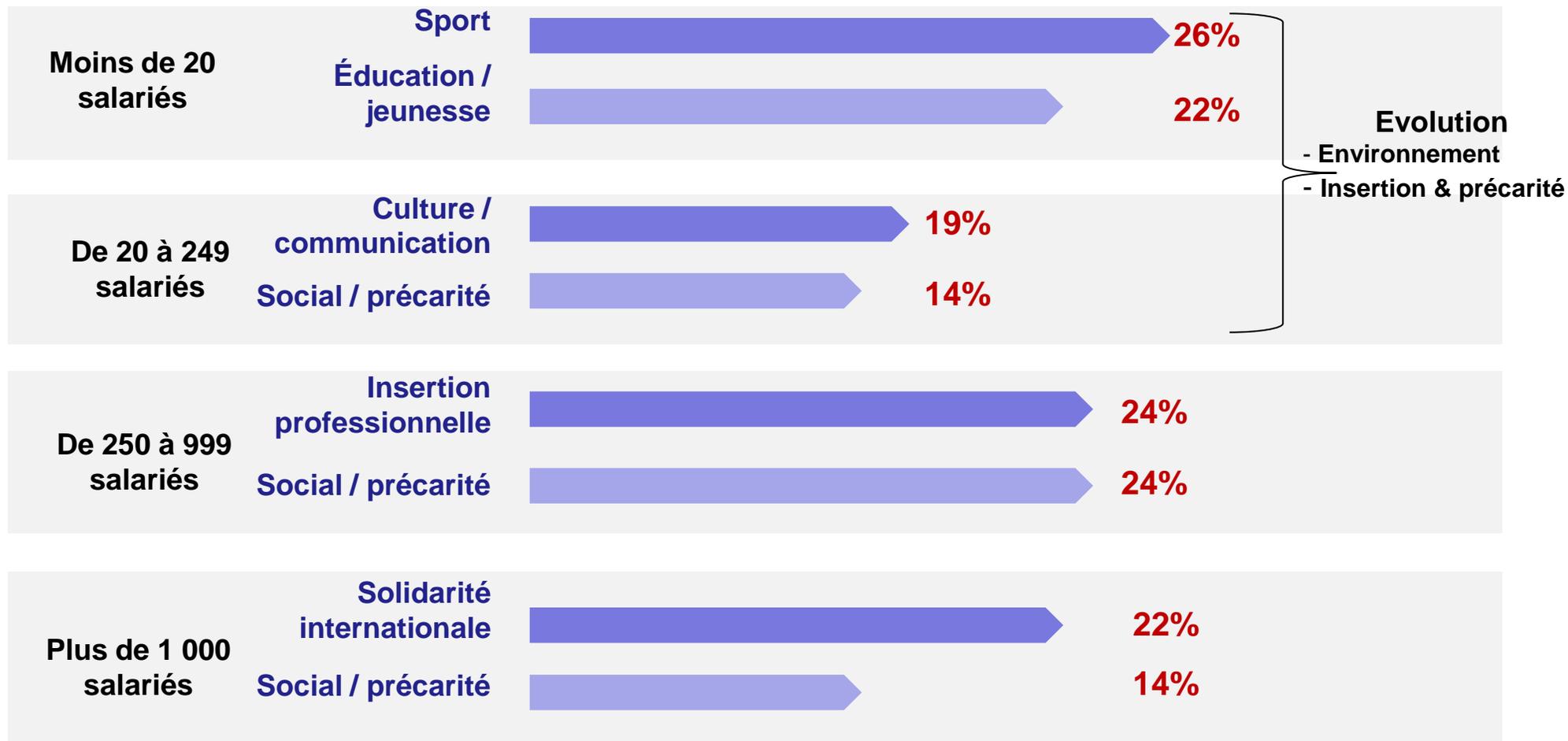


Une pratique récente
69% des partenariats noués par les entreprises ont moins de 5 ans

Associations & RSE
72% des associations pensent avoir un rôle à jouer dans la mise en œuvre de la RSE

Une réalité pour les grands acteurs qui s'étend aux PME / PMA*

Les principaux domaines de soutien par taille d'entreprises

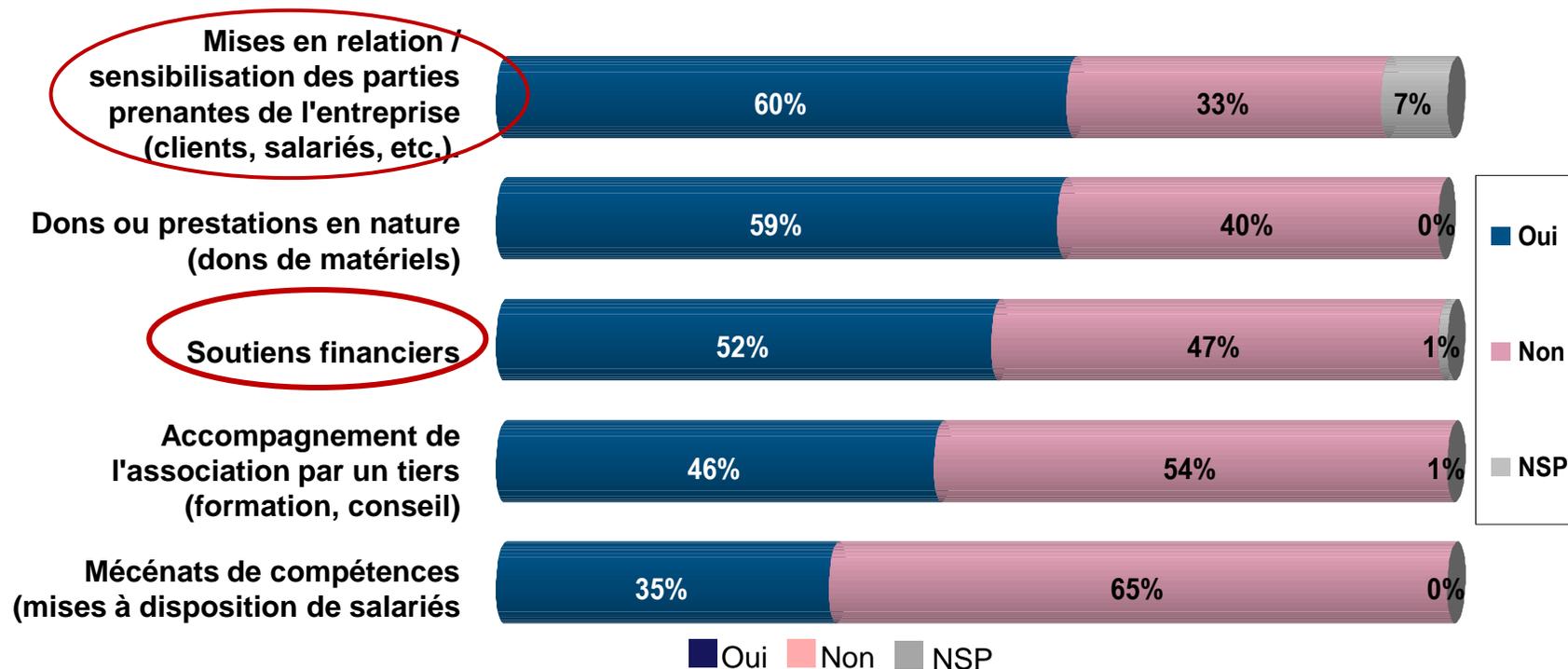


Des axes d'intervention très segmentés selon la taille de l'entreprise

Une diversité de moyens pour soutenir les associations

Comment les entreprises interviennent-elles auprès des associations soutenues?

National

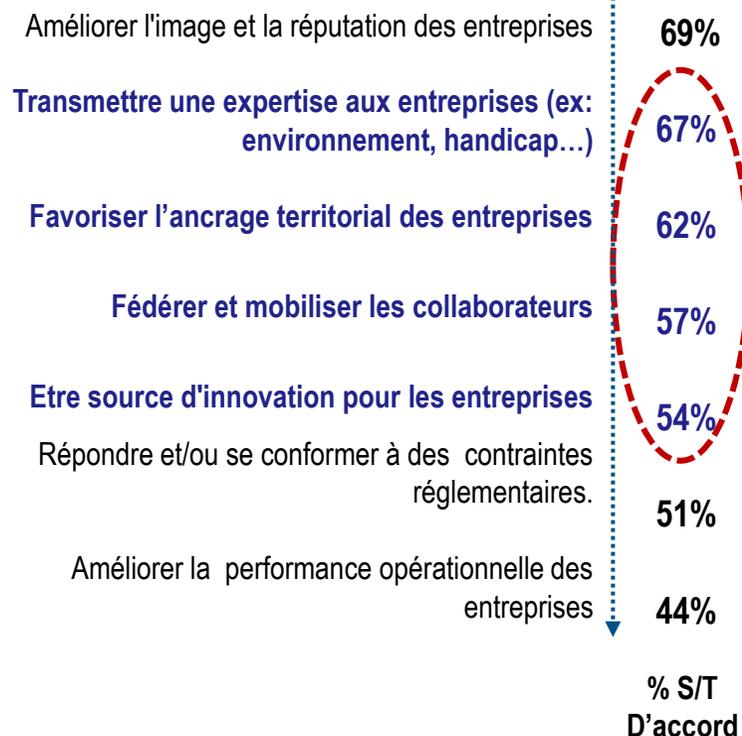


Au-delà du soutien financier, une volonté de s'impliquer concrètement dans l'action d'intérêt général

La perception réciproque des enjeux

Du côté entreprise

Les associations des partenaires légitimes pour ...



Du côté association

Les entreprises des partenaires légitimes pour ...



Des enjeux à forte valeur ajoutée partagés qui dépassent l'échange « financement contre logo »

Etat des lieux des partenariats



Repères et motivations des acteurs

Typologie des partenariats

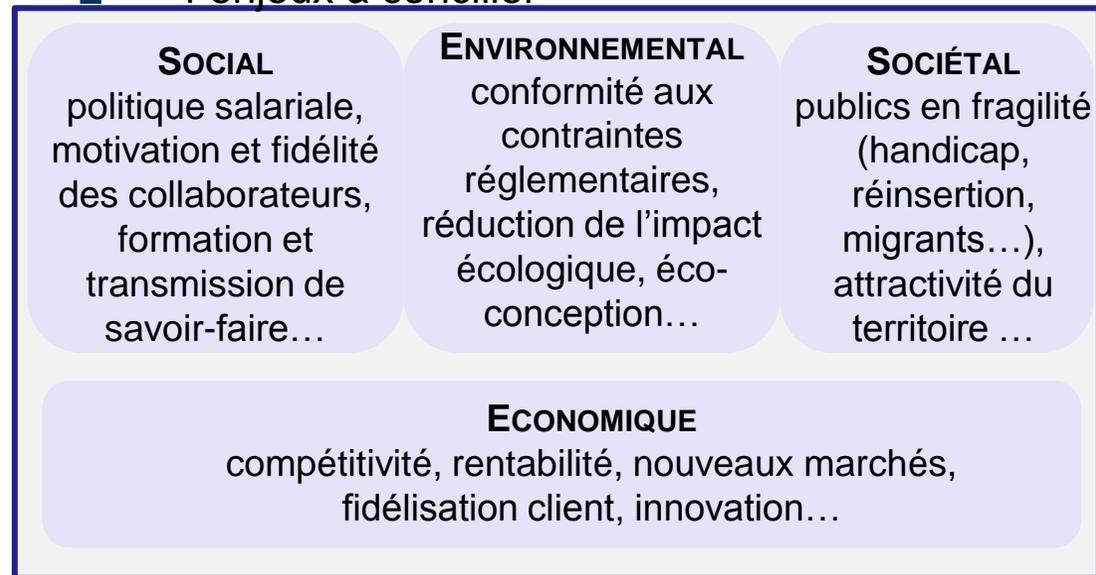
En synthèse

Panorama des entreprises en France

- 3,6M d'entreprises en France en 2009 (hors agriculture) dont 1,1M de plus de 1 salarié¹
 - 900 000 microentreprises (moins de 10 salariés), soit 92% des structures
 - 175 000 PME (entre 10 et 249 salariés)
 - Environ 5 000 entreprises ont plus de 250 salariés (dont ≈ 80% d'ETI)
- Le poids des TPE / PME:
 - 92% des entreprises emploient moins de 10 salariés
 - 58% de la valeur ajoutée provient des entreprises de moins de 250 salariés

Contexte RSE

- Développement des démarches RSE en lien avec la loi Grenelle 2
- 4 enjeux à concilier

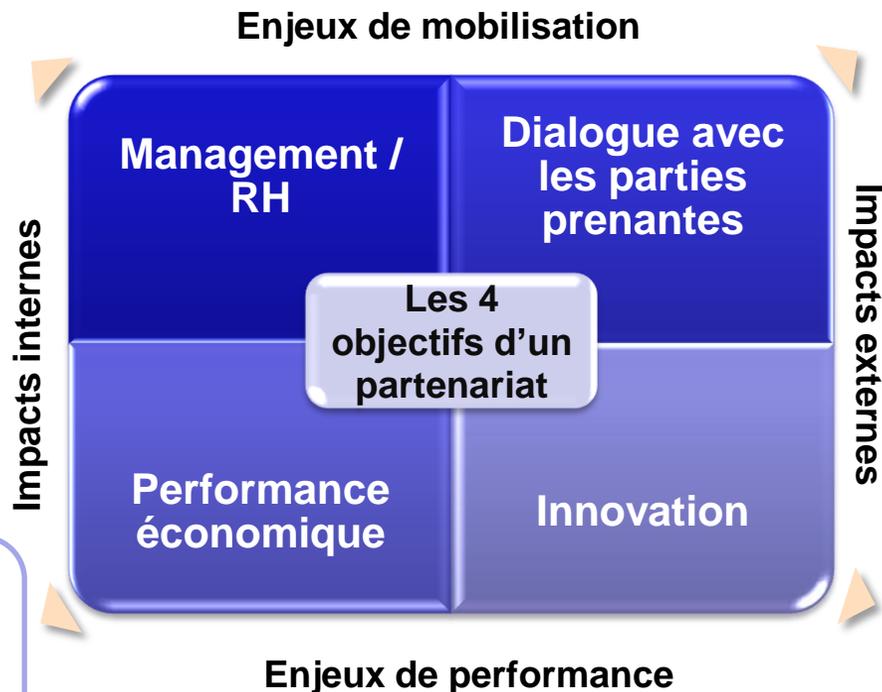


- Les partenariats avec les associations sont l'un des moyens efficaces de mise en œuvre des politiques RSE

Un panorama d'acteurs aux enjeux différents, mais face aux mêmes enjeux RSE

Objectifs d'un partenariat pour une entreprise

- Cohésion interne, engagement des collaborateurs, fierté d'appartenance,
- Développement des compétences,
- Articulation vie privée / vie professionnelle...



- Dialogue différent avec les parties prenantes externes de l'entreprise : clients, fournisseurs, pouvoirs publics, médias...
- Levier d'ancrage territorial / implantation
- Anticiper les évolutions

- Nouveaux clients / marchés: offre clientèles fragiles, marchés publics,
- Optimisation des coûts

- Capacité à mener une R&D sociétale (capter signaux faibles)
 - Évolution des pratiques
 - Développement de nouveaux produits et services
 - Evolution de la chaîne de valeurs
- 72%* des dirigeants de PME pensent que les partenariats favorisent l'innovation**

Les objectifs se structurent autour de 4 leviers de performance complémentaires

Panorama des associations en France

- Dynamique du secteur
 - 1,2 M d'associations en France
 - 178 000 associations employeuses
 - 70 000 associations créés par an (un solde net de 40 000 par an)
- Ressources humaines
 - 2 M d'ETP dont :
 - ✓ 1 M d'ETP salariés (1,9 M de salariés)
 - ✓ 1 M d'ETP de bénévoles (16 M de bénévoles)
- Poids économique
 - 70 Md € de Budget
 - 105 Md € de VA
 - 10 % des emplois privés en France

Enjeux

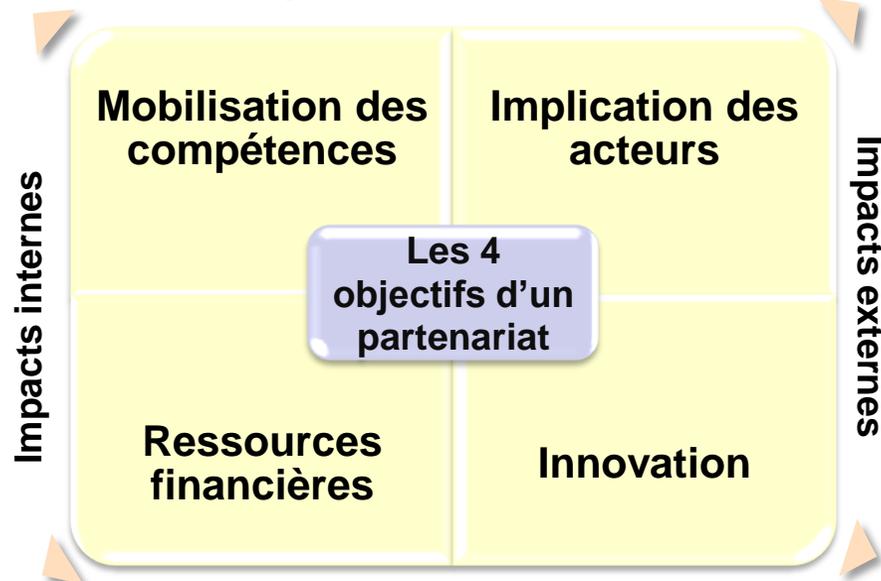
- Une augmentation des besoins qui renforce le positionnement des associations
 - Apporter des réponses là où ni les Pouvoirs Publics ni les entreprises ne peuvent répondre
 - Comprendre et détecter les « signaux faibles » pour inventer et tester des solutions innovantes au service des plus fragiles
- Une évolution du modèle de ressources
 - Financières : diminution des financements des Pouvoirs Publics (50% des ressources financières)
 - RH : Evolution du comportement des bénévoles (plus nombreux mais moins présents); nécessité de compétences de plus en plus pointues
- Des mutations structurelles
 - Évolution des territoires: une articulation entre différents échelons territoriaux à trouver
 - Évolution des attentes des bénéficiaires: des réponses plus individuelles et personnalisées, favorisant l'autonomie des bénéficiaires

***Un acteur économique et social incontournable face à un nouveau paradigme:
faire plus avec moins!***

Objectifs d'un partenariat pour une association

- Ressources humaines complémentaires
- Accès à des compétences rares de l'entreprise
- Expertises techniques
- ...

Enjeux de mobilisation



- Accès aux réseaux de l'entreprise
- Relais de diffusion du message associatif
- Ancrage territorial
- ...

- Consolider le modèle économique
- Diversifier les ressources
- Effet de levier sur d'autres financements
- ...

- Capacité à mener une R&D sociétale et à essayer les solutions innovantes...

Les objectifs se structurent autour de 4 leviers de performance complémentaires

Etat des lieux des partenariats

Repères et motivations des acteurs



Typologie des partenariats

En synthèse

La démarche globale de partenariat

PREPARATION ENTREPRISE

PREPARATION ASSOCIATION

DEROULEMENT DU PARTENARIAT

Stratégie
RSE de
l'entreprise

Politique de
partenariat
(stratégie, ciblage,
montage)

Le partenariat
contractualiser, piloter, animer,
communiquer, évaluer

Politique de
partenariat
(stratégie, ciblage,
montage)

Stratégie de
développement
de
l'association

***Un partenariat à forte valeur est en lien avec la stratégie respective des acteurs
Pour qu'un partenariat soit équilibré, il requiert un cadrage méthodique tant du côté de
l'association que du côté de l'entreprise.***

▶ *LOGIQUE ASSOCIATIVE*

LOGIQUE ENTREPRISE ◀

MECENAT

INNOVATION SOCIETALE

COOPERATION ECONOMIQUE

PRATIQUES RESPONSABLES

DÉFINITION

Soutiens variés de l'entreprise au projet de associatif ou à un projet précis.

Création de solutions innovantes pour répondre à des fragilités.

Contribution de chacun à la réalisation de son offre ou à la création d'une offre commune.

Contribution de l'association à l'évolution des pratiques de l'entreprise.

ILLUSTRATION

- ✓ **Apprentis d'Auteuil - Fondation Paul Bocuse** sur la formation de jeunes en insertion
- ✓ **Emmaüs France - GDF Suez** pour lutter contre la précarité énergétique

- ✓ **Cresus – Banque Postale Fi:** prévention du surendettement
- ✓ **ASAD – La Poste:** accompagnement administratif des personnes âgées

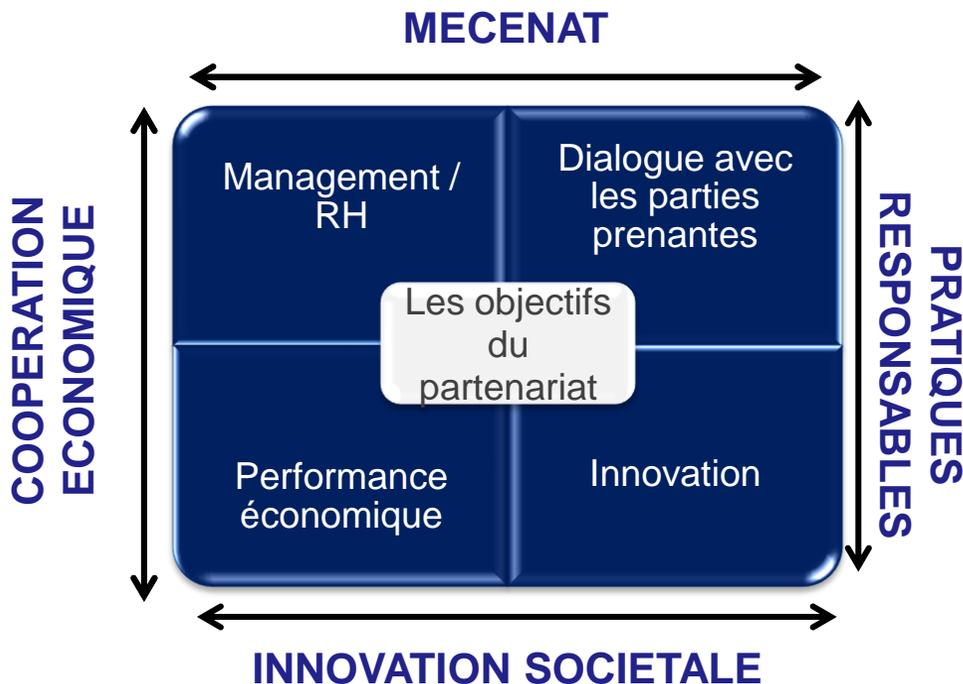
- ✓ **DNDI – Sanofi-Aventis** sur l'accès aux soins
- ✓ **ARES – Norbert Dentressangle:** plateforme logistique partagée

- ✓ **CPIE – Toyota** sur la préservation de la biodiversité du site
- ✓ **JMV – Sati** sur la valorisation des déchets de l'entreprise

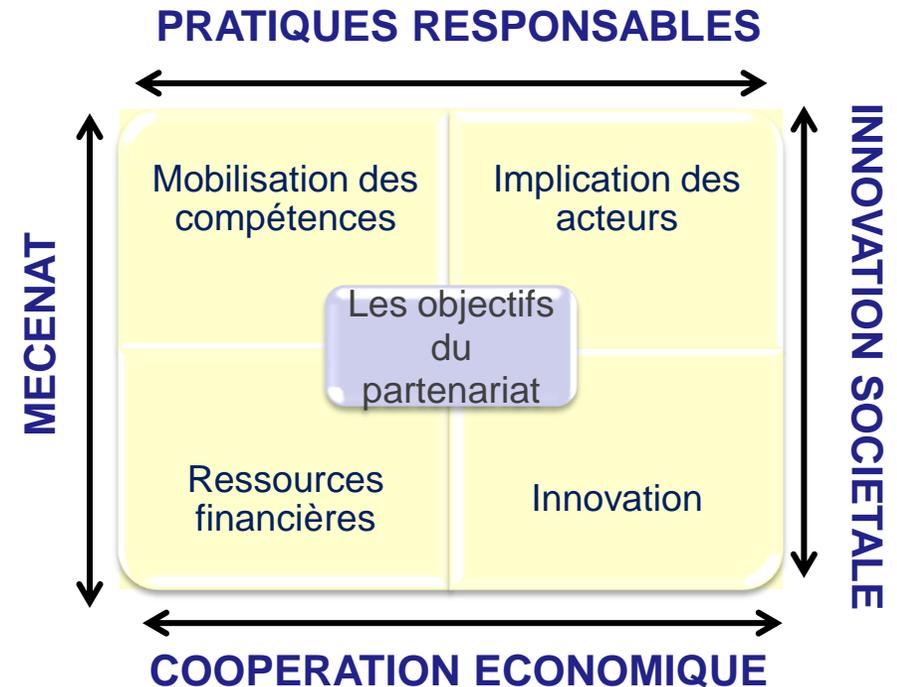
4 catégories aux logiques distinctes qui répondent à différents types d'objectifs

Les catégories de partenariat en fonction des objectifs

POUR LES ENTREPRISES



POUR LES ASSOCIATIONS



Une correspondance à trouver entre les objectifs d'un partenariat et les 4 catégories

Typologie de partenariat: l'évolution des relations associations - entreprises



Catégorie historique, le mécénat est en plein renouvellement.

Parallèlement, les pratiques responsables se développent depuis quelques années.

Aujourd'hui les partenariats d'innovation sociétale et de coopération économique émergent en France, témoins d'une nouvelle approche de la coconstruction entre associations et entreprises

MÉCÉNAT

INNOVATION SOCIÉTALE

COOPÉRATION ÉCONOMIQUE

PRATIQUES RESPONSABLES

Mécénat	Engagement actif	Partage d'expertise	R&D sociale	Modèle hybride	Coopération économique	Alternative d'intérêt général	Audit des pratiques	Prestation de service
Don sans contrepartie directe à une association d'intérêt général	Implication de l'entreprise dans le projet associatif, notamment par la mobilisation de ses collaborateurs	Echange de compétences permettant à chacun de mieux répondre à ses enjeux	Développement d'un service ou produit pour répondre à un besoin non pourvu par les pouvoirs publics et les entreprises	« Joint venture » où chacun apporte des compétences et / ou des moyens pour développer un service à forte valeur ajoutée sociale	Apport mutuel des partenaires pour renforcer l'offre de chacun en termes de produits et services	Service rendu par une association, qui constitue une alternative d'intérêt général à un service classique	Appui à la conduite du changement au sein des entreprises	Service rendu par l'A à l'E, qui contribue indirectement à l'intérêt général; il peut aussi être proposé par des entreprises
Les appels à projets des fondations	Diversité de soutiens, dont le mécénat de compétences	Expertise immobilière dans le logement social	Solutions adaptées aux fragilités	Création d'une structure commune pour la formation de salariés en insertion	Réponse commune à un appel d'offre des collectivités territoriales	Sponsoring	Audit environnemental	Achat de prestations auprès d'une entreprise d'insertion ou entreprise adaptée

Approche associative

Approche entreprise

9 types de partenariats possibles en fonction de la catégorie retenue

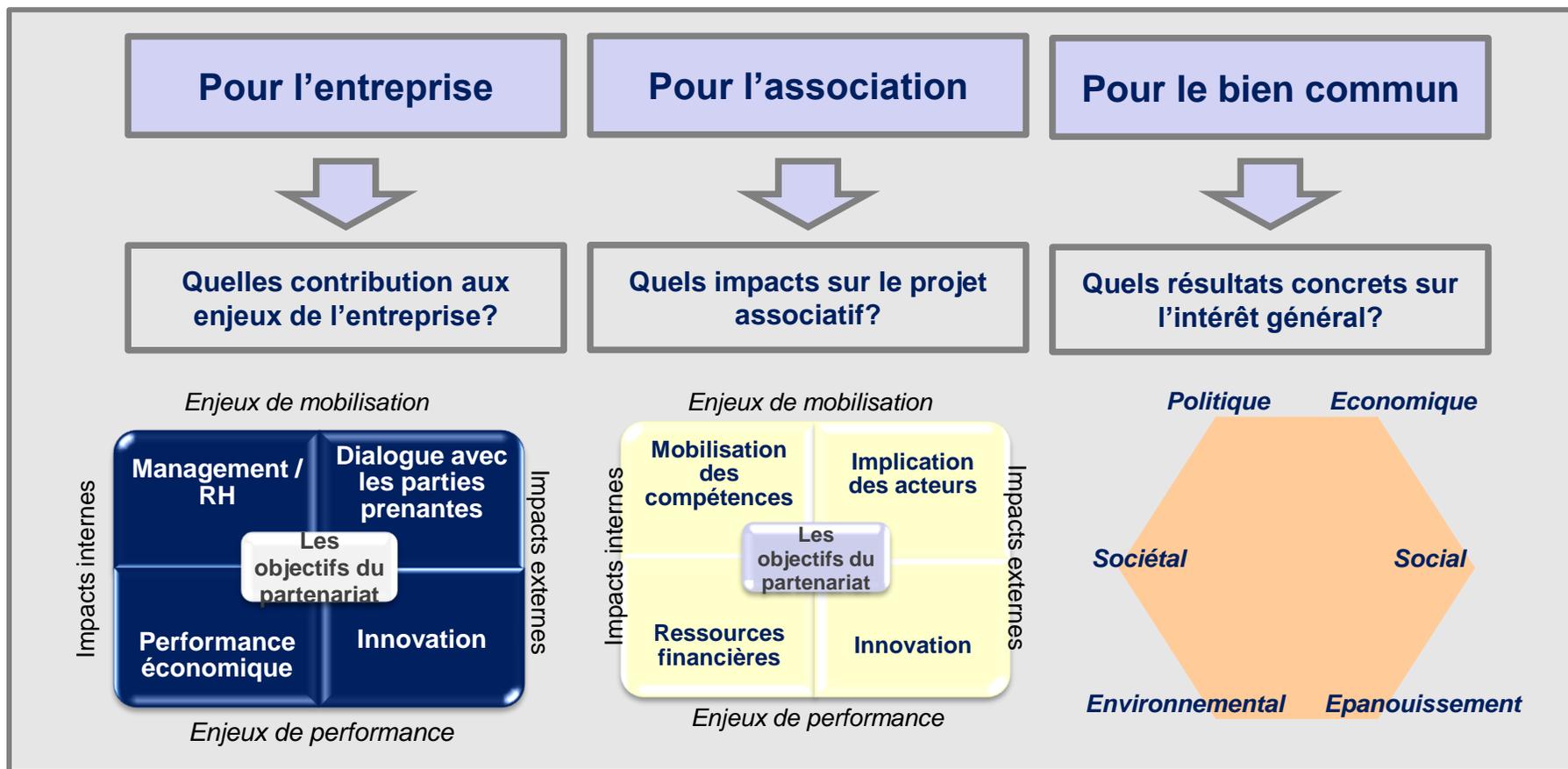
Etat des lieux des partenariats

Repères et motivations des acteurs

Typologie de partenariats



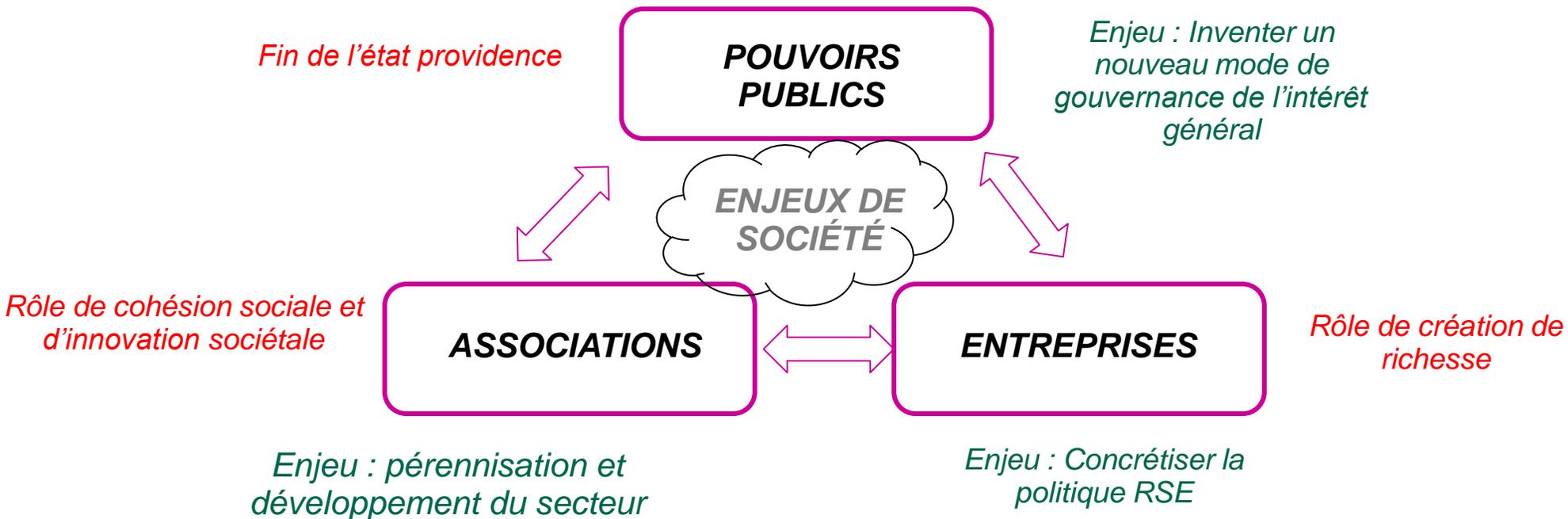
En synthèse



Le bien commun, la 3^{ème} dimension d'un partenariat association - entreprise

La co-construction du bien commun

86% des Français* pensent qu'il est urgent qu'associations et entreprises travaillent ensemble pour résoudre les problèmes de Société !



La co-construction du bien commun une condition essentielle pour un XXIème siècle plus solidaire et durable