

Le Réseau régional pour l'éducation à l'environnement et le développement durable

Fiches Techniques

Partenariats associations/entreprises

84%* des Français plébiscitent qu'associations et entreprises travaillent ensemble pour répondre aux enjeux de société.

Les partenariats entre associations et entreprises sont déjà une pratique répandue.

En 2015 :

- 37% des entreprises d'au moins 10 salariés et 53% des associations employeuses développent des partenariats.
- C'est 1,2 million de partenariats en France.

Les entreprises s'engagent auprès des associations dans de multiples domaines: environnement, insertion, handicap, sport, culture, lutte contre la précarité..., avec certaines spécificités selon les tailles d'entreprise.

A l'avenir, pour 7 entreprises sur 10 toutes tailles confondues, la priorité de soutien porte sur les enjeux liés à la situation économique (précarité, insertion, quartiers sensibles...). Dans les intentions d'implication, **l'environnement** est le 2ème domaine cité.

Cette fiche technique synthétise les différents types de partenariats et les contributions possibles du monde de l'entreprise envers les associations permettant aux acteurs de l'éducation à l'environnement et au développement durable - majoritairement sous forme associative - de développer de potentiels partenariats avec les entreprises du territoire.

Typologie des partenariats

Les différents types de relations qui peuvent exister entre une association et une entreprise peuvent être organisés en 4 grandes catégories.

Le mécénat

Le mécénat se traduit par un soutien de l'entreprise à l'association.

Il peut prendre plusieurs formes, souvent combinées : soutien financier; soutien en ressources humaines (mobilisation de collaborateurs, apport de compétences...); soutien matériel (don de matériel informatique, don de produits...); soutien logistique (mise à disposition de locaux, relais de communication...).

Les pratiques responsables

L'association se porte en tant que conseillère auprès de l'entreprise.

Fort de son expertise dans différents domaines (environnement, handicap, insertion...), l'association apporte son expérience à l'entreprise et peut l'appuyer dans l'évolution de ses pratiques. En apportant un témoignage pratique sur la cause qu'elle défend, l'association peut devenir un allié dans la conduite du changement engagée par l'entreprise.

La coopération économique

La coopération économique se concrétise par l'élaboration d'une offre commune, en réponse par exemple à un marché public.

Cette catégorie de partenariat est relativement peu développée en France mais répandue à l'international, notamment pour répondre aux besoins des populations économiquement fragiles.

L'innovation sociétale

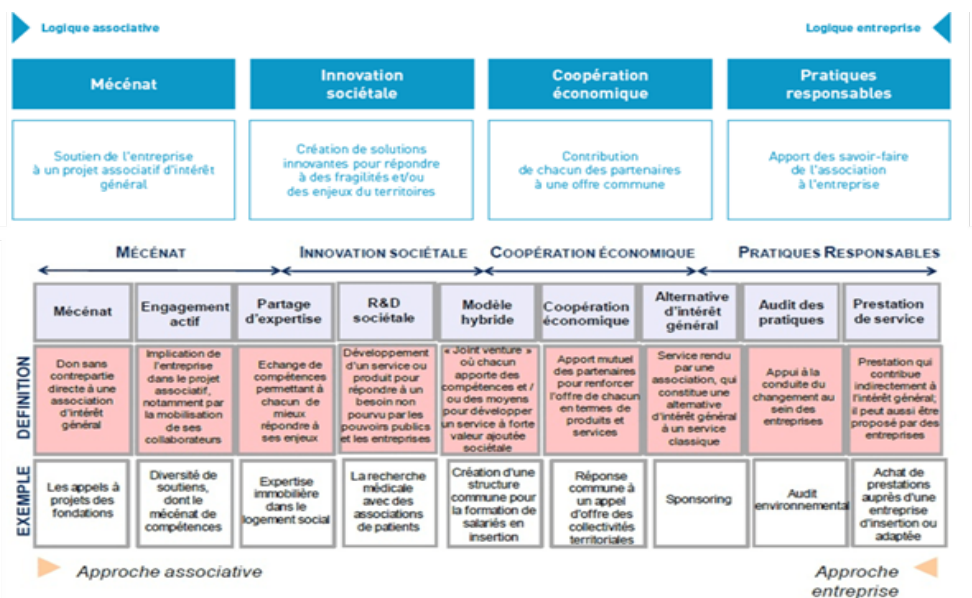
L'innovation sociétale consiste à développer des solutions novatrices qui répondent à des problématiques de territoires ou de populations fragiles. Elle correspond à des expérimentations qui jouent le rôle de Recherche & Développement de terrain. Ce type de solutions est souvent renforcé par la complémentarité entre l'association et l'entreprise. Ces innovations ont ensuite vocation à être déployées pour bénéficier au plus grand nombre.

A l'heure actuelle, en France, les partenariats les plus courants relèvent du mécénat. Les pratiques responsables sont en pleine expansion et quelques pionniers se sont engagés sur la voie de la coopération économique ou de l'innovation sociétale.

Le mécénat et la prestation de services sont les deux types de partenariat les plus connus. Ce sont aussi les deux seules formes reconnues juridiquement par la loi.

Pourtant l'analyse de l'existant en France a révélé 7 autres types de relations nouées par les associations et les entreprises. La typologie des partenariats est donc constituée à ce jour de 9 modèles.

- Le mécénat traditionnel: soutien de l'entreprise auprès de l'association, sans contrepartie directe.
- L'engagement actif: soutien renforcé de l'entreprise dans le projet de l'association.
- Le partage d'expertise: l'entreprise et l'association échangent leur expertise pour améliorer leurs pratiques respectives.
- La R&D sociétale: l'entreprise s'investit auprès de l'association pour faire émerger une innovation.
- Le modèle hybride: création d'une structure ad hoc par l'association et l'entreprise pour gérer conjointement une action d'utilité sociétale.
- L'offre commune: partenariat ayant pour finalité la création d'une valeur économique pour chacun des partenaires.
- L'alternative d'intérêt général: l'entreprise modifie ses pratiques pour y intégrer une dimension sociétale ou environnementale.
- L'audit des pratiques: l'association, avec son expertise, aide l'entreprise à diagnostiquer ses pratiques actuelles et peut lui proposer des solutions pour les faire évoluer.
- La prestation de services: l'association vend une prestation à l'entreprise, avec un impact indirect sur l'intérêt général.



Objectifs & enjeux des partenariats

Les partenariats ont de nombreux avantages et répondent à des enjeux pour l'ensemble des parties prenantes, que ce soit les associations, les entreprises mais également le territoire dans lequel cela s'inscrit.



Les enjeux pour les associations :

Quatre grands types d'objectifs des partenariats entre associations et entreprises

La mobilisation des compétences:

Les salariés de l'entreprise représentent un vivier de bénévoles pour l'association. Ils peuvent se mobiliser pour des actions ponctuelles mais aussi devenir de futurs bénévoles réguliers. Les savoir-faire de l'entreprise peuvent être utiles sur les fonctions support, les compétences techniques ou encore sur des expertises complémentaires à celles de l'association.

Les ressources financières:

L'entreprise peut apporter des ressources financières pour consolider le modèle économique de la structure ou contribuer à un projet spécifique. Un partenariat privé peut également avoir un effet de levier sur d'autres partenaires financiers (autres entreprises, pouvoirs publics).

L'implication des acteurs:

L'entreprise permet à l'association d'accroître la portée de son message, de renforcer son ancrage territorial, d'appréhender les enjeux du territoire sous un angle économique ou encore de dialoguer avec l'écosystème de l'entreprise.

L'innovation:

Le secteur associatif a parfois des difficultés à déployer à grande échelle ses expérimentations. Dans ce processus, les entreprises peuvent apporter leur expertise pour contribuer à l'émergence des innovations mais aussi appuyer l'association dans l'essaimage de leurs initiatives.

Les enjeux pour les entreprises :

Le management et les RH:

L'implication de l'entreprise dans un projet associatif contribue au management et à la gestion de ses ressources humaines. Elle peut avoir des impacts positifs sur différents aspects: motivation, fierté d'appartenance, cohésion d'équipe, amélioration des compétences, transition entre vie professionnelle et vie privée. Des actions collectives au service de projets d'intérêt général offrent par exemple l'opportunité de fédérer efficacement les équipes.

Le dialogue avec les parties prenantes:

Les partenariats permettent à l'entreprise de dialoguer différemment avec l'ensemble de son écosystème (partenaires, médias, collectivités territoriales...). Ce dialogue renforce son ancrage territorial et sa compréhension de l'évolution des besoins. Il représente également un atout pour anticiper des situations de crise, voir pour désamorcer des points de blocage.

La performance économique:

Un partenariat avec une association peut influencer sur la dimension économique d'une entreprise de plusieurs manières: optimiser les coûts, répondre plus efficacement à des appels d'offre comportant des clauses sociales ou environnementales, fidéliser des clients ou encore accéder à de nouveaux marchés.

L'innovation:

Le secteur associatif est reconnu par les entreprises comme une source d'innovation. Globalement, un partenariat peut être selon les cas un vecteur d'innovation pour l'évolution des pratiques de l'entreprise, sur la création de produits et services, ou encore sur l'évolution de sa chaîne de valeurs.

Contributions & apports possibles

Quel que soit le modèle de partenariat retenu, les entreprises disposent de plusieurs moyens pour soutenir les associations. Ceux-ci sont à mettre en cohérence avec les différents objectifs poursuivis par l'association (mobilisation de compétences, implication des acteurs, développement de ressources financières et innovation). Même si l'apport financier apparaît comme le soutien le plus répandu, il existe au sein de l'entreprise un ensemble de moyens auxquels l'association peut recourir.

Trois catégories de moyens peuvent être mobilisées pour un partenariat : financier / humains / matériel ou immatériel. Chacune de ces catégories se décline en une pluralité de contributions possible pour l'association.



Le soutien financier :

Il porte généralement sur des projets particuliers (actions, événements...), dont la visibilité et le retour en termes d'image sont plus tangibles pour l'entreprise. Certaines entreprises préfèrent apporter un soutien plus structurel à l'association, soit directement pour contribuer aux frais de fonctionnement, soit pour financer un accompagnement qui consolide à terme la structure. Au regard des enjeux des associations et des attentes des entreprises, ce mode de soutien tend à se développer.

Le soutien en nature :

Qu'il soit matériel ou immatériel, ce type de soutien est particulièrement adapté aux petites associations. L'entreprise apporte un soutien en nature au projet de l'association selon son métier. Autre type de soutien en nature : les apports logistiques, comme la mise à disposition de locaux ou de salles pour accueillir un temps fort de l'association.

L'entreprise peut assurer une large diffusion du message de l'association ; avec son écosystème étendu (salariés, clients, fournisseurs, prestataires...) elle a la capacité d'assurer une diffusion d'envergure pour l'association.

Le soutien humain/La mobilisation des salariés:

L'entreprise constitue un vivier important en matière de ressources humaines. Plusieurs possibilités d'engagement s'offrent aux collaborateurs :

Le bénévolat ou le bénévolat de compétences:

L'engagement du collaborateur à titre individuel se fait en dehors de l'implication de l'entreprise. Celle-ci en revanche peut relayer en interne des offres de missions.

La mobilisation pour une action collective:

Les collaborateurs sont mobilisés de manière ponctuelle pour soutenir ou participer à une action ou un événement organisé par l'association : une course de charité, une récolte de fonds, etc. Des associations organisent aussi des journées de mobilisation : Surfrider Foundation pour nettoyer les plages par exemple.

Les congés solidaires:

Ponctuellement les collaborateurs peuvent prendre sur leur temps de congés pour réaliser une mission de quelques semaines auprès d'une association ou d'une Organisation Non Gouvernementale (ONG). Les missions concernent essentiellement des ONG à l'international pour des missions techniques (formation dans l'agroalimentaire) ou sur des missions de développement / animation (soutien scolaire, accès à l'eau...). Ces dispositifs restent généralement l'apanage des grandes entreprises.

Le tutorat:

Le tutorat consiste à mettre à disposition des collaborateurs quelques heures par mois de manière récurrente auprès des bénéficiaires d'associations. La relation peut se faire de manière individuelle, comme c'est le cas dans le tutorat des jeunes, ou en petit groupe, notamment dans le soutien à la recherche d'emplois. Dans tous les cas, le lien humain et une relation personnalisée sont primordiaux dans cette forme de soutien.

Le mécénat de compétences:

Ce type de soutien correspond à la mise à disposition des collaborateurs et de leurs compétences, durant leur temps de travail, au service d'une association et d'un projet associatif. Deux options sont envisageables : un temps accordé de quelques jours par an ou un détachement de longue durée sur plusieurs mois. Les compétences mises à disposition de l'association peuvent être de plusieurs natures : sur des fonctions supports (comptabilité, informatique, communication, RH...), sur des aspects techniques ou métiers propres à l'association ou sur une mission transverse pour aider l'association à se consolider et se pérenniser.

La diversité des ressources au sein de l'entreprise permet donc à l'association d'approcher ses éventuels partenaires autrement que par le seul angle financier.

Pour identifier quels types de moyens demander à l'entreprise, l'association doit d'une part identifier clairement ses besoins et d'autre part s'assurer de la cohérence entre les moyens attendus et le type de partenariat souhaité.

Sitographie - Ressources

- Le Mouvement Associatif :

Site Internet : <https://lemouvementassociatif.org/>

- Le Rameau :

Site Internet : <https://www.lerameau.fr/>

- Centre de ressources Partenariats stratégies (Le Rameau/Le Mouvement Associatif) :

Site Internet : <https://partenariats-strategiques.platformecapitalisation.org/>

- Pro Bono Lab :

Site Internet : <https://www.probonolab.org/>