

Le Partenariat associations-entreprises

Au-delà de l'approche « une entreprise est un sponsor » et « une association va me permettre de redorer mon image », le partenariat entre les deux forces socio-économique des territoires est multiforme et permet, à l'une ou l'autre des parties, de développer ses activités.

En France, plus de 21% des entreprises ont un lien de partenariat avec une association, et 33% en ont l'intention.

Définition du Partenariat

Entre le mécénat désintéressé ouvrant droit à défiscalisation, et l'achat de prestation, le Rameau a identifié une échelle de 9 types de partenariat possible.

LE TABLEAU CI-DESSOUS PRÉSENTE LES 9 MODÈLES DE PARTENARIATS ET LEUR DÉFINITION, CLASSÉS PAR CATÉGORIES

	Mécénat		Innovation sociétale		Coopération économique		Pratiques Responsables		
Modèle de partenariat	Mécénat	Engagement actif	Partage d'expertise	R&D sociétale	Modèle hybride	Coopération économique	Alternative d'intérêt général	Audit des pratiques	Prestation de service
Définition	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 sociétale	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
Illustrations	Les appels à projets des fondations	Divers soutiens, dont le mécénat de compétences	Expertise immobilière dans le logement social	La recherche médicale avec des associations de patients	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

Source : Le RAMEAU

Les associations peuvent changer leur posture pour proposer à l'entreprise de son territoire de changer de regard en devant partenaire d'une action. L'essentiel est d'illustrer ce partenariat en expliquant comment chaque partie est gagnante de cet échange.

Argumentaire à destination des entreprises



Source : Le RAMEAU

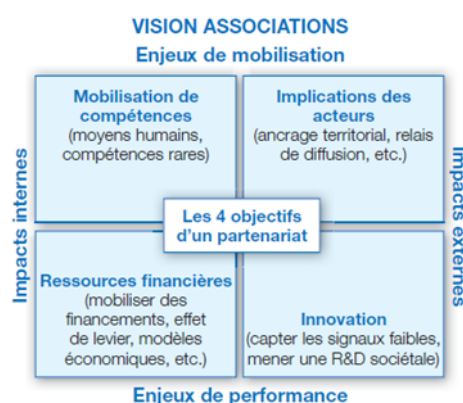
Une association prend le temps, via ses bénévoles, de répondre à des besoins non marchands. Ce temps est précieux et est rattaché à un projet de vie qui peut correspondre aux ambitions de l'entreprise. Se rapprocher d'une association peut permettre également aux salarié-e-s d'être valorisé-e-s en tant que référent de projet innovant, puis en faisant évoluer son regard sur l'autre.

Ex : achat d'une prestation de gardiennage de nuit en sous-traitant l'activité à un ESAT, changement de regard sur le handicap, convention de sous-traitance consolidée, mise en place d'une journée Handicap au sein de l'entreprise, rencontre des salarié-e-s de l'entreprise et de l'ESAT pour un travail ensemble,

Argumentaire à destination des associations

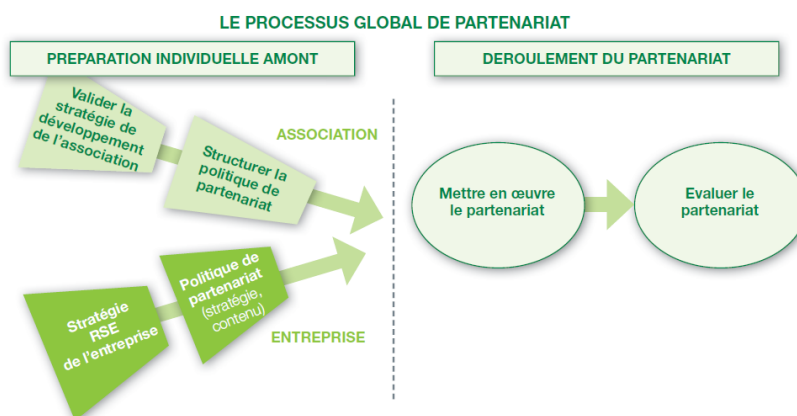
Les associations ne doivent pas considérer les entreprises comme des partenaires financiers venant pallier la baisse des financements publics, mais bien comme des partenaires. Parler de projets, de valeurs est l'approche à adopter. Identifier un relais à l'intérieur de l'association (tant de bénévoles sont salarié-e-s de l'entreprise) permet de toucher directement les dirigeant-e-s de l'entreprise.

Une entreprise sera enfin un partenaire innovant car proposera autre chose qu'une contrepartie financière à une activité, à une mesure de publicité. Son expérience en matière de gestion de ressources humaines, son portefeuille de contact sont autant de forces à mobiliser qu'un partenaire public ne peut proposer.



Source : Le RAMEAU

Le partenariat se construit enfin à deux, au fur et à mesure et afin de répondre aux besoins du territoire ainsi partagés.



Source : Le RAMEAU



Contributeur: LE RAMEAU