

### Présentation de Comisis

Créé en 2007 par l'association Le RAMEAU, l'Observatoire national des partenariats associations - entreprises est un dispositif de veille permanente des relations entre associations et entreprises.

L'Observatoire a quatre objectifs :

- Qualifier les enjeux réciproques des associations et des entreprises,
- Cartographier les partenariats existants en France,
- Animer une réflexion sur l'évolution des pratiques,
- Diffuser les méthodes, outils et cas concrets au plus grand nombre pour favoriser le développement des relations en France.

L'Observatoire des partenariats, piloté par Le RAMEAU, est composé d'un Cercle de partenaires : Avise, Caisse des Dépôts, CIDES, CFF, CPCA, Crédit Foncier, IMS-Entreprendre pour la Cité et MEDEF.

Dans ce cadre, un programme d'études ARPEA (Analyse des Relations Partenariales entre Entreprises et Associations) a été mis en place par l'association Le Rameau en vue de réaliser un état des lieux de chaque partie prenante des relations entre les associations et les entreprises.

### Présentation de l'étude

Comisis, en lien avec le Rameau, a mené une étude afin de **comprendre le comportement des entreprises face à la RSE et aux partenariats avec les associations.**

Depuis 5 années, Le RAMEAU a conduit de nombreuses d'études, soit par téléphone, soit en face à face soit par focus en ligne, auprès de nombreuses populations (citoyens, grandes entreprises, PME collectivités territoriales, associations, professionnels, syndicats, fondations, etc.)

Un état des lieux a mis en avant le fait que la notion de *partenariat* entre associations et entreprises n'était pas posée, pas nommée. Faut-il que les choses soient nommées pour qu'elles existent ? Peut-on cadrer statistiquement le nombre de personnes concernées ? Telles sont les questions auxquelles l'étude présentée aujourd'hui a essayé de répondre.

Un échantillon de 654 entreprises représentatif de l'univers des entreprises de 1 salarié et plus (intervalle de confiance de + ou- 5%) a été interrogé avec un questionnaire fermé, comprenant des questions ouvertes. Les variables de constitution de l'échantillon étaient les suivantes : la taille en nombre de salariés et la région. La cible des répondants était : les chefs d'entreprise dans les TPE-PME, les responsables en charge des relations partenariales avec les associations ou responsables RSE. (cf rapport joint)

L'étude a été menée selon les règles des sociétés d'étude (Syntec, Esomar).

## Principaux enseignements

Seulement 11% de l'ensemble des entreprises parlent de stratégie RSE. **Plus la taille des entreprises croît, plus on parle de stratégie RSE.**

Pour les TPE et les PME, la stratégie « nommée RSE » est encore peu utilisée ou peu mature. Cette démarche apparaît majoritairement déconnectée des partenariats avec des associations. En fait, souvent les entreprises font de la RSE sans le savoir.

78% des entreprises considèrent que le partenariat avec les associations est positif. Une sur deux s'engage dans la durée.

On observe une corrélation forte entre partenariat avec des associations et existence d'une stratégie RSE. Ceci dit, la question du rôle des associations dans la stratégie RSE divise.

Tout est question de volonté, de dynamiques comportementales. Les critères « clivants » habituels tels que la taille, l'implantation géographique, ou encore les secteurs d'activité entrent moins en ligne de compte.

## Bénéfices majeurs pour les entreprises qui ont des partenariats avec des associations

- image et réputation,
- apport d'expertises (surtout environnement et handicap),
- ancrage territorial favorisé,
- fédération des collaborateurs (surtout pour les entreprises qui ont plus de 20 salariés).
- source d'innovation (54%, plus la taille de l'entreprise augmente plus le taux monte)

## Différentes attitudes face aux associations

- Un groupe d'entreprises qui sont *engagées RSE*, dont 38 % ont noué des partenariats avec des associations, pour qui on ne peut pas bâtir de stratégie RSE sans les associations.
- Un groupe d'entreprises qui envisagent des partenariats et considèrent que cela va améliorer la performance de l'entreprise ; mais posent des conditions, comme de démontrer leur plus-value; elles pensent que *les associations peuvent jouer un rôle complémentaire*.
- Un groupe d'entreprises qui posent des conditions, voire sont *réfractaires*

## Conditions posées par tous les groupes

- Performance
- Information sur les pratiques, transparence
- Accompagnement

## Freins identifiés par les entreprises

- Différences culturelles
- Manque de temps, manque de ressources humaines pour suivre
- Manque d'exemple de bonnes pratiques

## Facteurs de développement des partenariats identifiés

- formation,
- diagnostic partagé
- mutualisation, accompagnement
- crise : accélérateur
- boîte à outils