

Présentation de l'IMS

L'IMS, est une association, mais elle fédère un réseau d'entreprises. L'IMS a été fondée en 1986, sur une vision d'entreprise inclusive, qui a un rôle à jouer dans la société : il y a une porosité entre l'entreprise et le reste de la société, et pour plus de performance, l'entreprise a intérêt à s'y intéresser. C'était une vision plutôt avant-gardiste pour l'époque.

Les fondateurs, Claude Bébéar et quelques grands patrons, ont d'abord travaillé sur les politiques de mécénat, en militant pour un fléchage sur la solidarité et l'accompagnement des enjeux de société.

Progressivement, l'IMS s'est assez vite attaché au sujet de la diversité. Comment l'entreprise peut-elle accueillir la diversité, par des démarches plus pro-actives, en allant au-delà des contraintes législatives ? L'IMS assure le secrétariat de la Charte de la diversité. Quand on travaille à ces questions, on vient naturellement aux questions d'emploi, puis aux questions d'éducation (relation école-entreprise, notamment pour contrer les stéréotypes de genres dans l'orientation des lycéens et lycéennes).

Plus globalement, le cœur de la réflexion de l'IMS est le suivant : comment l'entreprise intègre-t-elle les enjeux de société dans son fonctionnement et son offre de produits et de services ?

Les associations sont présentes sur toutes les thématiques que nous abordons à l'IMS, en particulier sur le business inclusif, qui va répondre aux besoins de clients « fragiles ». Nous sommes évidemment en lien avec elles : d'une part parce que leur expertise est reconnue, et indirectement, parce qu'elles sont soutenues par nos adhérents. Mais la cible n° 1 de l'IMS reste l'entreprise, en l'occurrence de grandes entreprises.

Types de partenariats association-entreprise

Avec les associations, **différents types de partenariats sont possibles**, du mécénat (« j'apporte un soutien »), à la co-construction (« Je co-construis une offre, qui va s'inscrire dans mon modèle économique, avec des associations. »)

- **Mécénat et mobilisation de salariés**

Sur la partie mécénat, l'IMS mise beaucoup sur **l'inter-entreprises**, et permet à ses adhérents de croiser les réflexions sur leurs stratégies, leurs plans d'action, les évaluations. L'IMS organise des échanges, sur la communication en interne, des partenariats innovants, les méthodes et critères d'évaluation, ...

Un exemple d'action inter-entreprises : Mecenova, une marque créée par l'IMS. Il s'agit de promouvoir de nouvelles formes de relations entre association et entreprise, qui vont au-delà du pur don financier, en faisant la promotion de l'implication des collaborateurs. L'IMS organise les **Défis Mecenova** : chaque année pendant une semaine, des collaborateurs de différentes entreprises s'impliquent dans des actions construites avec leurs associations partenaires. De fait, il y a beaucoup de salariés qui sont déjà, ou souhaitent s'impliquer dans des projets de solidarité. Aujourd'hui, 80% des entreprises (contre 62% il y a deux ans) mettent en place des actions d'implication des collaborateurs. Les défis Mecenova permettent de **donner de la visibilité à l'engagement**, de montrer aux collaborateurs, mais aussi aux associations que « c'est possible ». Les associations ne connaissent pas toujours le mécénat ou le bénévolat de compétences, ou elles préfèrent de l'argent. A l'IMS, nous pensons que ce sont des formes de soutien complémentaires d'un don financier.

En 2010, à l'occasion de l'année européenne du bénévolat, IMS a mis en place les Défis Mecenova, une semaine de mobilisation collective des entreprises et de leurs salariés volontaires en faveur des associations. En 2012, 10 000 collaborateurs et 30 entreprises se sont impliqués dans les Défis Mecenova. Cette année, la 3^{ème} édition des défis aura lieu du 10 au 14 juin.

Par ailleurs, le site Mecenova, mis en ligne depuis 2009, entendait favoriser les rencontres entre les associations et les entreprises, afin de mettre en avant les bonnes pratiques ; il s'agit aussi d'un lieu de ressources, avec une infothèque, pas uniquement constituée de documents de l'IMS. Le site totalise près de 15 000 visiteurs par mois. Mais, nous avons le sentiment d'avoir créé une frustration de la part d'un certain nombre d'associations qui pensent encore qu'il suffit de s'inscrire sur le site pour être contactée par une entreprise mécène. La relation partenariale est plus complexe à mettre en place et il faut redoubler de pédagogie avec les associations, car ce n'est pas par ces canaux que les partenariats se construisent. Pour 131 entreprises, environ 1 000 associations sont inscrites.

Enjeux pour l'entreprise de la mobilisation des collaborateurs:

- donner du sens à leur travail,
- retenir des talents,
- être en cohérence avec la stratégie de l'entreprise.

L'IMS travaille sur l'évaluation des politiques de mécénat ; et réfléchit à un outil qui permettrait de mesurer ce que le bénévolat apporte à l'entreprise.

En revanche, une étude britannique intitulée « Engaging for success », apporte quelques éléments sur l'impact du bénévolat dans l'entreprise. Elle souligne **l'effet rétroactif du bénévolat** : des acquis de **compétences** qui rendent encore plus performant. Il faut souligner que 30% des salariés font du bénévolat, et n'ont pas attendu que leur employeur le leur propose. En Angleterre, il existe le « give and gain day », sorte de journée du volontariat en entreprise équivalent de nos Défis Mecenova en France. Un des facteurs clés de succès de ces démarches tient à **l'engagement du patron lui-même** : il faut qu'il y croie.

Co-construction et innovation sociétale

L'IMS travaille avec des entreprises à la question de la pauvreté : comment adapter l'offre, mais aussi la façon dont on s'adresse à des clients fragiles ? Nous sommes convaincus que face aux questions de précarité, il faut **davantage de co-construction avec les associations** qui travaillent déjà avec ces populations, et **dont l'expertise est reconnue**.

Un groupe de travail sur la précarité a été mis en place. Mais ce sont des sujets très complexes. Beaucoup de collaborations seraient possibles, mais de nombreux stéréotypes sur les associations et sur la pauvreté circulent encore. Il reste beaucoup de chemin à faire pour **apprendre à travailler ensemble**. On a certes de « belles histoires » de co-construction, des exemples que l'on cite souvent, mais ils sont somme toute rares. Co-construire nécessite des pré-requis : **dépasser une relation bipartite, impliquer d'autres acteurs, dont les syndicats, mais aussi les pouvoirs publics**. Il faut de l'ouverture, de la maturité, des deux côtés ; il faut prendre le temps de la connaissance. Il faut des équipes dédiées. Il faut qu'à la tête des deux organisations, il y ait une envie et une compréhension des enjeux communs.

Enfin, toutes les associations ne peuvent s'engager dans des partenariats : il y a des associations de plaidoyer, neutres et indépendantes, dont ce n'est pas le rôle, ni le souhait.

Grandes tendances observées parmi nos interlocuteurs : fondations d'entreprise, services mécénat, ou RH ou RSE/DD

- autour de l'expertise associative, une porosité des enjeux mécénat et RSE

L'articulation entre stratégie RSE et partenariat avec des associations évolue. L'entreprise s'intéresse de plus en plus à son empreinte et à sa performance sociale et environnementale. Dans ce cadre, on a besoin d'y réfléchir à plusieurs, car sur certains sujets, l'entreprise n'a ni expérience, ni expertise. On constate de plus en plus de porosité entre la

fondation et les enjeux RSE de l'entreprise. Cette logique a ses limites, le mécénat doit rester du mécénat. Mais la RSE prend corps, et commence à s'intégrer dans les stratégies RH, achats responsables, marketing responsable, ...

- le mécénat de compétences devient un outil RH au service de la cohésion interne

De plus en plus, les salariés de l'entreprise se voient proposer de se mobiliser au service des fondations. Une étude IPSOS montre que chez les jeunes, la recherche de sens et l'engagement sont des points fondamentaux. Le mécénat de compétences, comme dans le cas de consultants en inter-contrat, répond non seulement aux besoins d'associations, mais permet des **transferts de connaissance, de savoir-faire et de savoir-être qui ne s'enseignent pas et ne s'apprennent pas dans l'entreprise.**

- un mouvement d'ouverture, de partenariats multi-acteurs pour inventer la société de demain

On sait qu'on arrive au bout de notre modèle de société. Tout le monde est concerné, il va falloir qu'on réfléchisse autrement. Mais c'est difficile quand on est au cœur de la crise. Ces espaces d'échange et de collaboration entre différents types d'acteurs donnent **de la vision long terme**, permettent de se rappeler **les enjeux essentiels**, ... cette réflexion est possible à plusieurs, dans cet échange entre associations et entreprises. Les liens entreprises – écoles doivent par ailleurs être resserrés, on ne peut plus rester dans l'abstrait.

Quand on sait que 6 Français sur 10 craignent de tomber dans la précarité, ou qu'un enfant sur cinq vit en-dessous du seuil de pauvreté, on doit avoir une approche systémique, **décloisonnée**. Je rêve d'une véritable R&D sociétale, de partenariats multipartites, sur des pilotes d'abord, pour se donner le temps de trouver un modèle économique pérenne et industrialisable. Et on ne l'a pas encore trouvé.

Contrairement aux idées-reçues, les associations sont très professionnelles et ce n'est pas récent, comme on le lit souvent dans la presse. Les associations ont développé de nombreuses compétences techniques (expertise sur des thèmes : handicap, environnement, commerce équitable...); mais leur principal point fort, c'est qu'elles sont **porteuses de vision pour l'avenir, elles ont une capacité à se projeter.** ■