

## **Quelles alliances pour transformer le monde ?**

### **Points forts des auditions**

#### **SECOURS POPULAIRE FRANÇAIS**

*Henriette Steinberg, Secrétaire nationale, auditionnée le 5 octobre 2012*

- L'indépendance est la garantie de réussite de la coopération entre le Secours populaire et les entreprises. Le Secours populaire a la liberté de refuser une coopération avec certaines entreprises. L'association fixe ses règles afin d'être cohérente avec son objet social.
- « Notre mission n'est pas de juger l'entreprise, parce que nous ne sommes pas dans le même champ. Notre mission c'est de redonner leur dignité aux personnes dont nous occupons. Toutes les bonnes volontés sont les bienvenues, en revanche, nous fixons nos règles. »

#### **RESEAU COCAGNE**

*Jean-Guy Henckel, Directeur général, auditionné le 5 octobre 2012*

- L'essaimage du modèle des jardins de cocagne dans les territoires et le changement d'échelle sont au cœur des questionnements stratégiques du réseau Cocagne. L'association a mis en place une structure d'accompagnement à cet effet : donner la liberté d'entreprendre dans un cadre de référence bien défini (insertion par l'activité économique / produire bio et local / être en lien avec le secteur professionnel local).
- La coopération avec les entreprises est au service de l'essaimage de ces initiatives : transformer la société avec les entreprises, sans exclure les pouvoirs publics.

#### **WWF France (World Wild Foundation)**

*Jérôme Dupuis, Chargé des relations entreprises, auditionné le 5 octobre 2012*

- Les entreprises sont la cible prioritaire pour assurer le changement environnemental : face à 1,5 milliard de producteurs et 7 milliards de citoyens, il est plus facile de toucher les 500 entreprises qui font le lien entre les deux.
- Véritable co-construction aujourd'hui avec les entreprises. Les entreprises sont ciblées pour être accompagnées par le WWF de manière à les faire progresser dans la réduction de leur empreinte écologique : choix des entreprises les plus impactantes pour l'environnement.

## **CNEI (Comité National des Entreprises d'Insertion)**

*Olivier Dupuis, Secrétaire général, auditionné le 9 novembre 2012*

- Des relations commerciales au service de la mission sociale des entreprises d'insertion : ramener vers l'emploi classique les personnes qui en sont exclues. Bien souvent, les entreprises qui travaillent avec des entreprises d'insertion trouvent dans cette collaboration des opportunités de recrutement. En dix ans, ce sont 100 000 personnes que les EI ont ainsi ramenées vers l'emploi durable.
- Le bassin d'activité et le métier doivent être ce qui rassemble les entreprises d'insertion (EI) et les entreprises classiques. Un groupe de travail sur la qualité des emplois dans le domaine de la propreté abouti à une modification du cadre réglementaire.

## **MOZAIK RH**

*Estelle Barthélémy, co-fondatrice, auditionnée le 9 novembre 2012*

- Mozaïk RH déploie une palette diversifiée de formes de partenariat : du mécénat à la prestation de service, en passant par des modules de sensibilisation à la richesse de la diversité sociale et culturelle dans une politique de ressources humaines.
- Seule l'inscription dans la durée des relations avec les grandes entreprises permet une évolution des pratiques RH au sein de l'entreprise.

## **APEH (Association de Parents d'Enfants Handicapés)**

*Michèle Dietrich, présidente, auditionnée le 9 novembre 2012*

- Le partenariat avec l'entreprise permet de répondre à la mission de l'association : faire prendre en compte les personnes en situation de handicap.
- Un exemple de conception conjointe d'une aire de jeux pour enfants handicapés, qui pose néanmoins la question de la contractualisation du partenariat (pas de convention dans le cas précis). La convention de partenariat permettrait de rappeler les objectifs et les engagements de chacun en évitant le risque de perte de confiance entre les acteurs.

## **MRJC (Mouvement Rural de Jeunesse Chrétienne)**

*Thierry Véclin, délégué général et Fabien Brosset, trésorier, auditionnés le 14 décembre 2012*

- Des alliances en réflexion. Mouvement de jeunesse et d'éducation populaire, le MRJC a conscience de l'importance de la culture économique pour être force de proposition et d'alternatives.
- Une réflexion stratégique du MRJC (activités marchandes, projets phares...) en cours pour envisager la contribution de l'entreprise à la refonte structurelle du MRJC.

## **FEDERATION DES CENTRES SOCIAUX FRANÇAIS**

*François Vercoutère, délégué général, auditionné le 14 décembre 2012*

- Un chantier à peine ouvert, mais qui s'inscrit dans une réflexion stratégique plus générale.
- Les centres sociaux ne peuvent plus traiter la question sociale sans traiter la question économique : en favorisant la rencontre d'acteurs publics et privés sur un territoire, ils contribuent à en renforcer l'attractivité.

## **GREENPEACE France**

*Sophia Majnoni d'Intignano, chargée des questions nucléaires, auditionnée le 14 décembre 2012*

- Pour préserver une parfaite indépendance, Greenpeace refuse tout financement de personnes morales, et plafonne tout soutien financier de particulier. Mais Greenpeace cherche à faire progresser l'entreprise, dans le cadre d'un dialogue « le plus serein possible ». Greenpeace mise à la fois sur son expertise scientifique et sur sa capacité à mobiliser l'opinion publique pour faire avancer les pratiques des entreprises. Certaines entreprises sont néanmoins sur « liste noire », et toute négociation reste proscrite.
- Le dialogue a minima peut conduire à nouer des alliances, pour peser ensemble sur le législateur (ex : co-rédaction avec Saintt Gobain d'une tribune commune sur la réduction de l'empreinte carbone).

## **ORSE (Observatoire de la Responsabilité Sociale de l'Entreprise)**

*Daniel Lebègue, président, auditionné le 14 mars 2013*

- Evolution des postures très nette depuis 10 ans : les relations partenariales associations-entreprises sont aujourd'hui considérées comme créatrices de valeur. Les liens sont plus évidents entre les acteurs associatifs, les entreprises et les pouvoirs publics
- Développement au sein de nombreuses grandes entreprises de service/ directions pour adapter les produits de l'entreprise aux besoins des plus fragiles : appui nécessaire sur les associations pour y parvenir (donner accès aux services de base) : social business et BoP.

## **COMISIS (Etude ARPEA Entreprises)**

*Anne Robin, fondateur associé et directrice générale, auditionnée le 14 mars 2013*

- Le driver essentiel de mise en lien des entreprises avec les associations est la volonté forte d'engagement. L'entreprise est légitime pour contribuer activement aux actions d'intérêt général.
- Echantillon de 654 entreprises interrogées : 11% des entreprises parlent de stratégie RSE (le terme est encore peu utilisé au sein des PME). 78% des entreprises interrogées considèrent que le partenariat avec les associations est positif. 38% des entreprises qui ont une stratégie RSE ont noué des partenariats avec des associations ; elles considèrent qu'il est nécessaire de bâtir des partenariats pour rendre concrète leur stratégie RSE.

## **CGPME (Confédération Générale des Petites et Moyennes Entreprises)**

*Sandrine Bourgogne, Secrétaire générale adjointe, auditionnée le 16 avril 2013*

- Les PME font de la RSE sans le savoir : ces actions de RSE sont au service de leur démarche d'amélioration continue (pas ou peu de formalisation d'une stratégie RSE)
- Les cibles de sensibilisation des PME aux actions de développement durable sont les fédérations et les branches professionnelles, et non les entreprises directement (actions de formation sur le DD, valorisation des bonnes pratiques, travail sur un label RSE reconnu par les pouvoirs publics). En effet, c'est au travers de ces lieux de partage du métier que la sensibilisation est la plus efficace.

## **ADMICAL (Association pour le développement du mécénat d'entreprise)**

*Bénédicte Ménanteau, déléguée générale, auditionnée le 16 avril 2013*

- Augmentation croissante du nombre d'entreprises faisant du mécénat du fait d'une implication grandissante des PME.

- L'Admical oriente les entreprises qui mettent en place une action de mécénat au service de l'intérêt général au-delà des intérêts particuliers de l'entreprise, et de financer les frais de structure au-delà des seuls projets. Ce cap est complexe à impulser. L'Admical relève aussi une difficile articulation entre le mécénat et la stratégie RSE.

### **IMS Entreprendre pour la Cité (Institut du management sociétal)**

*Isabelle Bluche, responsable des relations entreprises, auditionnée le 16 avril 2013*

- L'IMS propose aux entreprises un échange de bonnes pratiques pour un business plus inclusif, au service notamment des plus fragiles.
- Cette réflexion inter-entreprises proposée par l'IMS permet de croiser les approches des entreprises sur le mécénat notamment (ex : site Mecenova dont l'objet est de promouvoir de nouvelles formes de coopération associations-entreprises) : promouvoir l'implication des salariés via le mécénat de compétences. Le mécénat de compétences devient un véritable outil RH, mais aussi un soutien réel aux associations.

### **MEDEF (Mouvement des entrepreneurs de France)**

*Pierre Fonlupt, président la commission « Nouveaux dialogues », auditionné le 21 mai 2013*

- L'ambition de la commission « Nouveaux dialogues » au sein du MEDEF est le renforcement des liens avec des acteurs externes à l'entreprise, dont les associations. L'ensemble des parties prenantes de l'entreprise doit être interrogé afin d'avoir une vision globale.
- L'implication des collaborateurs, l'ancrage sur un territoire sont certes des éléments majeurs dans la mise en relation des entreprises avec les associations, mais un des objectifs essentiels recherché aujourd'hui par les entreprises est la contribution des associations à la recherche et développement de l'entreprise pour répondre ensemble aux nouveaux besoins, notamment des plus fragiles. Emergence d'un 3<sup>ème</sup> marché entre l'économie de marché et l'économie de solidarité.

### **GDF SUEZ**

*Bernard Saincy, directeur de la responsabilité sociétale, auditionné le 21 mai 2013*

- L'engagement de GDF SUEZ auprès d'acteurs associatifs lui confère une légitimité sociale. Un programme comme ISYGAS permet d'aider 720 000 familles.
- Le programme Rassembleurs d'énergie met en place des partenariats avec des associations et/ou avec des entrepreneurs sociaux dont l'objectif majeur est l'innovation sociale.
- C'est aussi un formidable outil pour répondre aux nouveaux enjeux managériaux de l'entreprise.

### **FORUM d'ACTION MODERNITES**

*Philippe Lemoine, président, auditionné le 21 mai 2013*

- Le réseau est né de l'ambition de proposer une perspective d'engagement collectif positif au service de l'intérêt général, pour tenter d'agrèger la multitude d'initiatives de transformation sociale.
- Un volet action est inspiré de la Clinton Global Initiative : une implication forte d'acteurs complémentaires (entreprises, ONG, pouvoirs publics) autour de projets concrets visant des impacts mesurables.
- Rigueur intellectuelle, clarté des intentions, et engagement concret sont déterminants. ■