

Atelier 2
Entreprises et associations de solidarité internationale, Comment travailler ensemble ?

Animatrice: Florence Juan Glénat, Kaleïsens

Objectif de l'atelier : Echanges et débats autour des réussites et des difficultés dans la collaboration entre associations et entreprises. Il s'agissait de dépasser les stéréotypes dans la perception des uns et des autres pour discuter sur les besoins en éléments concrets facilitant la collaboration.

Une première partie de l'atelier a eu pour objet de « purger » les stéréotypes au cours d'un petit jeu qui a permis de mettre au jour le fait que les entreprises avaient surtout besoin d'être rassurées sur l'organisation de la gestion du projet de l'association, tandis que les associations se posaient elles des questions de coïncidence de valeurs.

« Agir ABCD : 32 ans d'existence, 370 projets par an et 10 projets à l'international

On ne considère pas l'entreprise comme pouvant apporter de l'argent mais on attend qu'elle réponde à nos valeurs et à nos missions. La question principale est « est-ce que l'entreprise a les mêmes objectifs ». Ainsi, pour celles qui n'ont pas les moyens, nous lançons une recherche de financements nous-même pour que le projet puisse atteindre son objectif et qu'on puisse travailler »

Pour aller plus loin, le groupe a posé **les motivations ou attentes**, au-delà de l'aspect financier, qui fondent la collaboration entre entreprises et associations sur un projet de coopération.

Pour les entreprises	Pour les associations
<p>Acquérir des compétences</p> <ul style="list-style-type: none"> • Compléter des compétences techniques par des compétences humaines et culturelles • Avoir des éléments plus riches de point de vue et de culture = meilleure connaissance du terrain • Résoudre des problèmes humains qu'elle ne sait pas gérer 	<p>Acquérir des compétences</p> <ul style="list-style-type: none"> • Accéder à de l'expertise • Aide logistique • Savoir-faire organisationnel • Conseils • Professionnalisation de son activité
<p>Son image</p> <ul style="list-style-type: none"> • Meilleure image pour ses clients • Visibilité / action de valorisation • Faire connaître l'entreprise au niveau international 	<p>Un gain en image</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gagner en crédibilité : associer les valeurs de l'association à celles d'une entreprise plus crédible • Des gains en communication : Lisibilité et renommée que peut apporter l'entreprise à l'association
<p>Créations d'opportunités</p> <ul style="list-style-type: none"> • Une implantation locale • Du réseau • Trouver des marchés supplémentaires • Travailler sur des pays nouveaux • Avoir accès à des financements communs ONG / entreprise 	<p>Une solidité pour son projet</p> <ul style="list-style-type: none"> • L'assurance de faire aboutir son projet • Aller plus loin dans ses projets • Un gage de pérennité <p>Accéder à un autre réseau</p> <ul style="list-style-type: none"> • Un réseau politique professionnel

	<ul style="list-style-type: none"> • Accéder au réseau de l'entreprise
<p>Donner du sens en interne</p> <ul style="list-style-type: none"> • Engagement ISO 1400 • Engagement RSE (responsabilité sociétal de l'entreprise) • Séjour solidaire des employés • Donner du sens dans l'entreprise par des actions 	

Au final, il apparaît qu'un des enjeux pour une collaboration constructive est qu'il faut aller au-delà de simples échanges techniques, d'argent ou de médiatisation entre entreprises et associations pour développer un échange humain : implication de l'entreprise dans la co-construction du projet en amont, en lien avec les salariés pour une motivation interne.

Témoignage sur la demande des entreprises de motivation des salariés

Gazella Harambee / Florence Casanove : Présidente

Association qui travaille au Bénin et au Kenya avec les communautés Massai

« Des plus en plus de demande de congé éco-solidaire de leurs salariés et parfois cela demande une énorme organisation sur place. Nous avons du mal parfois à répondre à ces demandes sans que cela ne devienne du tourisme. Un travail pour nous positionner et n'être pas débordés par ces nouvelles demandes ».

Deux témoignages d'associations ayant collaboré avec des entreprises

Terre en mêlée - Pierre Gony, fondateur et directeur

Une association née il y a quatre ans. Vocation de développer des projets éducatifs et citoyens dans différents pays (Maroc, Madagascar, Sénégal, Cambodge...). Les collectivités demandaient des co-financements donc nous avons besoin de partenaires privés. Nous avons contacté des PME puis en s'appuyant sur des entreprises qui finançaient déjà des clubs de Rugby. Nous avons démarché sans trop réfléchir et nous avons été d'échec en échec. On était convaincu mais on ne se rendait pas compte qu'il fallait affiner notre démarche et se démarquer d'un discours de culpabilisation ou alimenter les clichés. Plus on s'adresse à des grosses entreprises plus on avait le besoin de mieux travailler notre présentation, car la conviction ne suffit pas pour convaincre. Nous nous sommes entourés de personnes qui connaissaient le secteur de l'entreprise et nous avons été voir les entreprises en leur demandant uniquement de l'aide pour travailler notre regard et nos dossiers (des ateliers de travail avec des entreprises). Nous avons ainsi créé un **dossier de partenariat** qui permet de mieux prouver ce que nous leur apportons en retour.

Notre dossier de partenariat montre que nous avons réfléchi, que nous nous sommes concertés. En fin du dossier nous présentons également des contreparties en termes de mise en réseau, de produits dérivés, de communication. Mais nous n'étions pas satisfaits car pas assez de relations partenariales. Nous avons créé des calendriers qui étaient financés par l'entreprise qui nous permettaient d'avoir de la communication. Ainsi l'entreprise nous aidait sur la partie française pour améliorer notre image, trouver des bénévoles, tandis que nous nous chargions de la partie gestion du projet au sud. Je parle de « marketing » même si cela n'est pas habituel comme vocabulaire dans le monde associatif, car aujourd'hui il fait partie intégrante de notre démarche.

Electricien Sans Frontière - Véronique Carayon, responsable régionale

Missions sur l'adduction de l'eau et l'électricité créées depuis environ 30 ans. ONG d'intérêt public depuis 2 ans environ. 100 projets par an au niveau national financés le plus souvent par des fondations. Projets de développement, de formation, d'expertise et d'urgence. 7 salariés qui travaillent en communication.

Nous travaillons comme une entreprise pour être crédible : un site internet clair et transparent, un rapport annuel.

Au niveau régional, cela fonctionne différemment. La chose qui me paraît le plus important est d'identifier les entreprises au niveau régional, dans le même secteur d'activité pour nous cela est plus pertinent.

Un exemple de projet à Haïti sur des centrales photovoltaïques pour un centre d'enfants. Nous avons de l'argent de la part des fondations mais il manquait une partie et nous avons été voir les entreprises locales. Nous ne leur demandons par forcément de l'argent mais aussi des compétences techniques ou du matériel (des gants par exemple avec Eiffage ou du câble par Legrand).

Les outils utilisés : on établit une fiche projet concise avec des photos pour présenter le projet. Nous informons également tout au long du projet de l'évolution, où on en est, ce que l'on va faire, envoyer des photos et faire des comptes rendus pour fidéliser. Il faut aussi faire jouer le réseau, parler de son projet autour de nous pour faire émerger des opportunités.

A partir de ces témoignages, un travail en groupe a permis de synthétiser les principales clefs de bonne collaboration. Les demandes de la part des entreprises dans la présentation de l'association et du projet impliquent être rassurées sur :

- La caution d'une pérennité du projet, durable dans le temps.
- Les compétences dans l'association et sur place.
- Sur la fiabilité du projet, sa « professionnalisation ».
- Sur le suivi de la qualité du projet.
- Répondre aux normes.

Remarque de Mr Allibert : Irrijardin

Une approche par les compétences de l'entreprise telle que l'a présentée Mr Gony est très intéressante plutôt qu'une simple demande d'argent, même si l'entreprise pourra se positionner comme bailleur par la suite...

Des axes d'optimisation des démarches entre associations et entreprises

Un projet de collaboration construit en interrelation

- Etre clair sur les objectifs de chacun.
- S'entendre sur le temps du projet.
- Définir les contreparties pour une relation donnant-donnant.
- Etre en co-construction sur les dossiers du projet / le faire ensemble.

Développer la confiance et la fidélisation

- Créer le lien de confiance, l'entretenir : informer sur le suivi du projet, apporter des éléments pour faire bien comprendre l'évolution du projet.
- Des interlocuteurs des associations qui soient crédibles pour le dialogue avec l'entreprise.

Développer l'interconnaissance

- Pour les associations : mieux connaître le fonctionnement de l'entreprise.
- Pour les entreprises : sensibiliser à une culture de la solidarité.
- Plus de relations entre responsables d'entreprises et responsables d'associations.
- Faire partie de réseaux pour des mises en lien avec des entreprises.

A partir des discussions, des pistes d'actions pour Coopdev'

Des formations (plutôt type formation-action)

- Appui à la structuration des projets : budget / pérennisation / appuis locaux, outils de suivi...
- Formation à des outils de communication adaptés (à travailler en co-construction avec des entreprises) aussi bien à l'écrit qu'à l'oral.

Une veille

- Un moteur dédié à la recherche des appels à projet
- Un moteur de recherche de partenariats avec des différentes entrées : géographiques et thématiques et métiers.

De l'échange / préparer le terrain

- Créer des temps d'échange entre entreprises et associations.
- Des clubs d'échanges par zones géographiques ou thématiques sectoriels.
- Réunir associations et entreprises dans le cadre d'un même appel à projet = travailler concrètement ensemble.
- Une mise en relation avec les bailleurs institutionnels.
- Un guide d'information pour les entreprises et les associations qui résumerait les éléments clefs de la collaboration.

Labellisation / fiabilité

- Identifier les partenaires locaux fiables => réactions / difficulté de le mettre en place de manière globale. Peut-être le créer au niveau thématique ?
- Un annuaire des PME ouverts à la solidarité internationale.

Des recherches de financement autres

- Une banque solidaire pour financer les projets des associations => des polémiques autour de cette idée qui peut paraître facile mais pas évidente en termes de liberté de décision et au-delà de remboursement.
- Du *crowdfunding* : plateforme de financement participatif type « wiseed ».
- Les diasporas aussi peuvent être une source de financement.

Faire connaître Midi-Pyrénées Coopdev dans le monde des entreprises

Outils pour sensibiliser / faire connaître (un kit communication utilisable par les associations, des moments de rencontres, etc.).

=> A savoir : Une mobilisation des médias a été réalisée (France bleu Toulouse et France 3 Midi-Pyrénées qui relaient le plus sur les projets)