

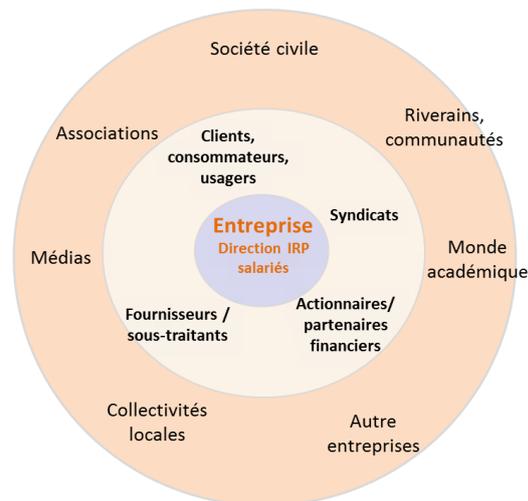
1. Le panorama des acteurs

1.1 L'univers des entreprises en France se caractérise par les données suivantes en 2011¹

Les **3,14 millions d'entreprises** en chiffres (secteur marchand non agricole) :

- Plus de 3 millions de micro-entreprises (MIC)² emploient 19% des salariés
- 137 500 petites et moyennes entreprises (PME)³ emploient 28% des salariés
- Environ 5000 entreprises de taille intermédiaire (ETI)⁴ emploient 23% des salariés
- 243 grandes entreprises (GE) qui emploient 30% des salariés

LES PARTIES PRENANTES DE L'ENTREPRISE



1.2 Le secteur associatif se caractérise par les données suivantes⁵

- On estime qu'il existe **1,3 millions d'associations actives** en France en 2012. 65 000 associations sont créées par an, avec un solde net estimé à 33 000.
- Environ **183 000 associations sont employeuses**, soit 14% des associations.
- Le secteur associatif emploie **1,8 millions de salariés** (1,5 millions d'ETP) soit 5% de la masse salariale totale des secteurs publics et privés.
- **12,7 millions de Français sont bénévoles** (1 million d'ETP) et 35 000 sont volontaires.
- **Budget de 85 Md€** (39,5 Md€ de valorisation du bénévolat).
- Le secteur associatif représente entre 3 et 4% du PIB, soit plus que le secteur agroalimentaire

¹ INSEE, chiffres 2011 : http://www.insee.fr/fr/themes/document.asp?reg_id=0&ref_id=T15F153

² MIC : moins de 10 personnes et chiffre d'affaires ou total de bilan inférieurs à 2 millions d'euros.

³ PME: moins de 250 personnes et chiffre d'affaires inférieur à 50 millions d'euros ou total de bilan inférieur à 43 millions d'euros.

⁴ ETI : non-PME, occupant moins de 5000 personnes et chiffre d'affaires inférieur à 1,5 milliard d'euros ou total de bilan inférieur à 2 milliards d'euros

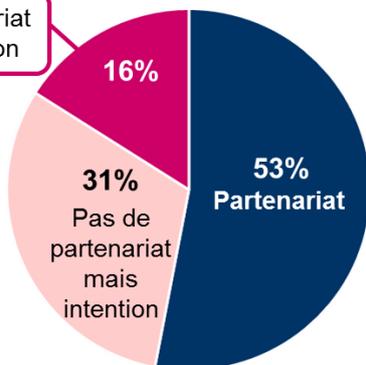
⁵ « Le paysage associatif », CNRS/ V Tchernonog, 2013

2. Le rapprochement entre associations-entreprises : un mouvement en marche !

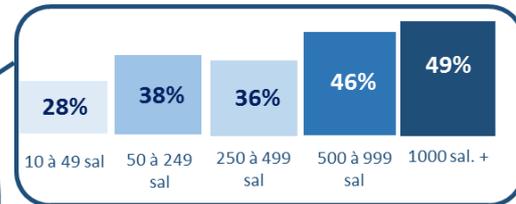
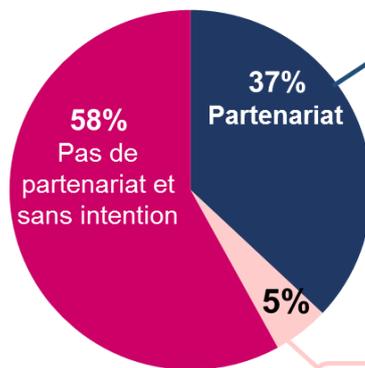
Les partenariats entre associations et entreprises sont déjà une pratique répandue. En 2015, 37% des entreprises d'au moins 10 salariés et 53% des associations employeuses développent des partenariats⁶. Cette réalité s'affirme, puisque qu'en cinq ans, le taux de présence des partenariats a augmenté de 8,5 points.⁷

En 2015, c'est 1,2 million de partenariats en France. Plus de la moitié sont mis en place au sein d'entreprise d'au moins dix salariés.

Du côté des associations*



Du côté des entreprises



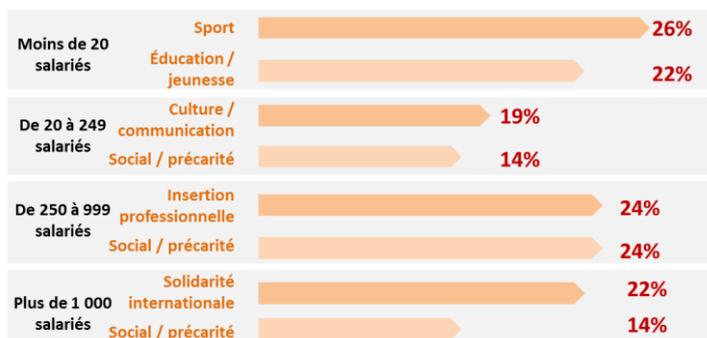
* Associations employeuses

Source: PHARE Entreprises et PHARE Associations, Comisis 2015

3. Une diversité de domaines d'actions

Les entreprises s'engagent auprès des associations dans de multiples domaines : environnement, insertion, handicap, sport, culture, lutte contre la précarité..., avec certaines spécificités selon les tailles d'entreprise. A l'avenir, pour 7 entreprises sur 10 toutes tailles confondues, la priorité de soutien porte sur les enjeux liés à la situation économique (précarité, insertion, quartiers sensibles...). Dans les intentions d'implication, l'environnement est le 2^{ème} domaine cité⁶.

LES PRINCIPAUX DOMAINES DE SOUTIEN DES ENTREPRISES



⁶ Source : « PHARE Entreprises » et « PHARE Associations », Comisis 2015

⁷ Source : « ARPEA Entreprises & Territoires », Comisis, 2011, « ARPEA Associations », CPCA-Comisis, 2010

4. Des enjeux structurants pour les entreprises, les associations... et le bien commun

Les enjeux des partenariats perçus de part et d'autre concernent des problématiques de fond pour les structures, tels que l'ancrage territorial, l'apport d'expertise ou encore l'innovation.

LES ENJEUX DES PARTENARIATS SELON LES ENTREPRISES ET LES ASSOCIATIONS

Du côté des entreprises (% S/T d'accord)

Les associations, des partenaires légitimes pour...	PME	Entreprises 200M€
Favoriser l'ancrage territorial des entreprises	88	79
Améliorer l'image et la réputation des entreprises	83	88
Transmettre une expertise aux entreprises	82	66
Fédérer et mobiliser les collaborateurs	70	89
Être source d'innovation pour les entreprises	60	68
Améliorer la performance opérationnelle des entreprises	50	32

Source: ARPEA PME, Comisis 2010; APREA Grandes Entreprises, Comisis 2009.

Du côté des associations (% S/T d'accord)

Les entreprises, des partenaires légitimes pour...	
Mettre à disposition des compétences	79
Favoriser l'ancrage territorial des associations	76
Apporter une aide matérielle	70
Faire effet de levier pour d'autres financements	70
Être source d'innovation	66
Transmettre une expertise / savoir-faire spécifique	64
Relayer le message porté par l'association	62
Consolider le financement des associations	51

Source: ARPEA Associations, Comisis 2009.

Les partenariats ne constituent pas seulement à répondre aux besoins des partenaires. Ils apportent aussi une contribution à la Société, au territoire et à sa population. Ces nouvelles alliances s'inscrivent ainsi dans une dynamique plus globale de co-construction du bien commun.

5. Des modèles de partenariats en pleine mutation

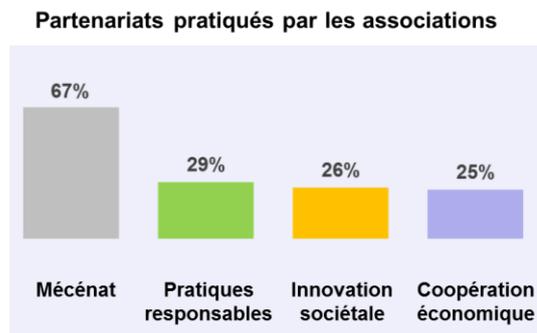
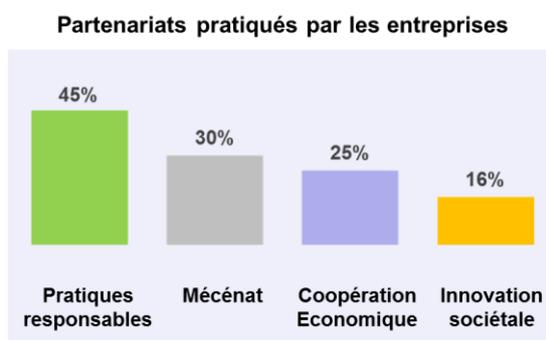
L'évolution des relations associations-entreprises s'apprécie également au regard de la nature des partenariats mis en place. Aux côtés du mécénat et des pratiques responsables, de nouveaux modèles de partenariats émergent comme la coopération économique et l'innovation sociétale. Si aujourd'hui le mécénat est la catégorie la plus répandue, les pratiques responsables sont en plein essor, et des pionniers s'engagent sur la voie de la coopération économique ou de l'innovation sociétale.

LES QUATRE CATEGORIES DE PARTENARIAT ⁸



⁸ Ces quatre catégories de partenariats sont issues des travaux de recherche appliquée du RAMEAU basés sur une étude de plus de 300 cas pratiques de partenariats.

Après le mécénat (début 1990) puis les pratiques responsables (milieu 2000), ce sont les partenariats de coopération économique et d'innovation sociétale qui émergent.



Source : PHARE Entreprises et PHARE Associations, Comisis 2015