



Journée des partenaires de la Fondation TotalEnergies

Faire alliance, pour quoi faire ?

7 décembre 2022

1, Allée Charles V - 94300 VINCENNES
Tél. : 01-53-66-99-70 - info@lerameau.fr
www.lerameau.fr

En partenariat avec :





EXERCICE – Les objectifs de partenariat : Quels sont vos objectifs ?

Exercice sur vos objectifs de partenariat avec les entreprises

□ Etapes de l'exercice :

- **Auto-évaluer** ses objectifs et son enjeu (7mn)
- **Partager** son enjeu clé – (1mn chacun)

□ Focus sur l'étape d'auto-évaluation :

- **Vos objectifs aujourd'hui** - échelle de 1 à 3
- **Illustrer par 1 exemple d'objectif par axe**
- **Vos objectifs demain** - échelle de 1 à 3
- **En synthèse, formuler son enjeu partenarial en une phrase**

Priorisation des objectifs

- 1 « ce n'est pas un objectif recherché »
- 2 « c'est un objectif secondaire »
- 3 « c'est un objectif prioritaire »

Outil :

le « carré magique »
des objectifs de partenariats
des associations





Le RAMEAU

En partenariat avec :



TEMOIGNAGE - Les enjeux & pratiques du faire alliance : AFEV



Eunice MANGADO-LUNETTA
Directrice des programmes

afev**



Le RAMEAU

En partenariat avec :



TEMOIGNAGE - Les enjeux & pratiques du faire alliance : AFEV

afev**

Implication des collaborateurs
(politique RSE des entreprises)

Effet miroir sur la stratégie de l'AFEV (ex : Fondation Alpha & Omega)

Soutien financier des antennes locales :

- Acteurs publics locaux (villes, Etat déconcentré)
- Acteurs privés (fondations, entreprises)



Appuis des réseaux des acteurs éducatifs et sociaux territoriaux pour identifier les élèves à accompagner (mentorat)

Appui de l'enseignement supérieur pour mobiliser les étudiants

Mobilisation des opérateurs / institutions sur le mentorat (Collectif Mentorat)

Emergence d'une politique publique sur le mentorat

***Retour d'expériences sur sa stratégie de partenariats :
Quelques exemples d'objectifs***



Le RAMEAU

En partenariat avec :



ENSEIGNEMENTS - Les enjeux du faire alliance : L'urgence de « jouer collectif »

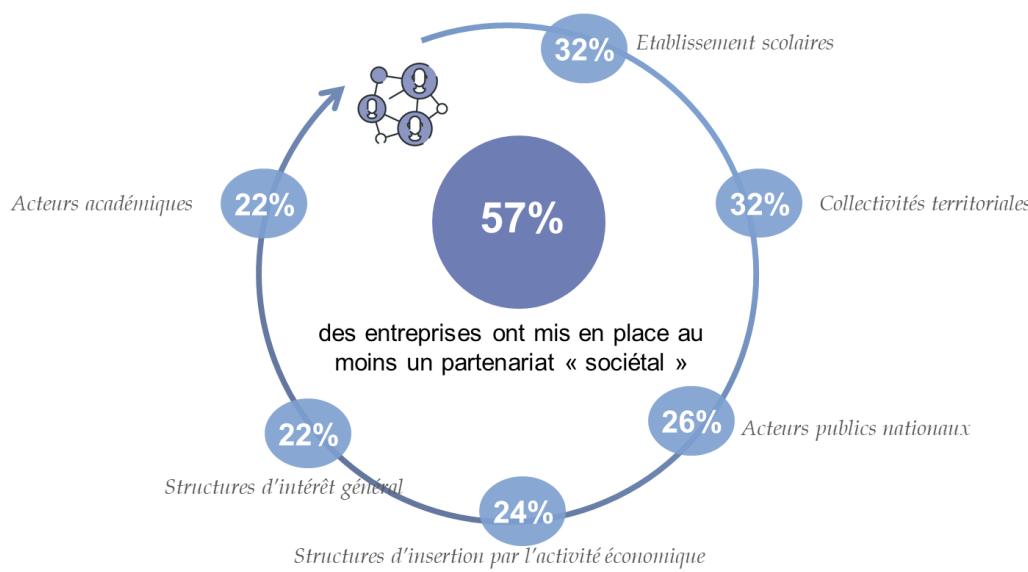


Entre 2015 et 2022, le « devoir d'alliance » s'est transformé en une « envie d'Agir ensemble », aujourd'hui partagée par une très large majorité !

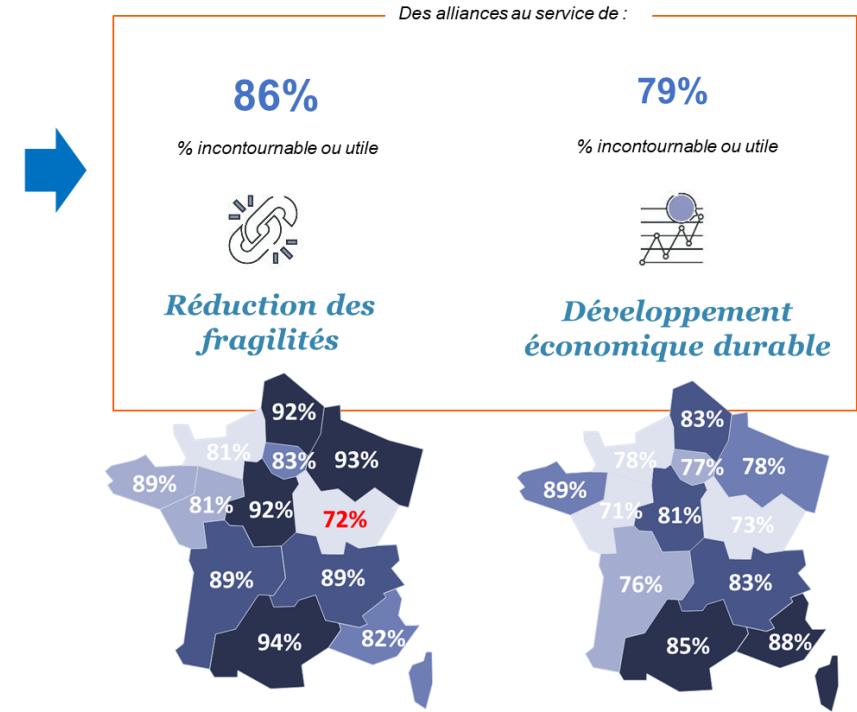


Le RAMEAU

En partenariat avec :



ENSIEGNEMENTS - Les enjeux du faire alliance : Les pratiques des entreprises



Une forte augmentation des pratiques (+ 20pt) qui s'explique par la volonté d'articuler réduction des fragilités et moteurs de développement



Le RAMEAU

En partenariat avec :



ENSEIGNEMENTS - Les modèles d'alliance :

La typologie des partenariats

Sommaire : se repérer dans la typologie des partenariats

- Sémantique
- Diversité
- Utilité

4 catégories de partenariat qui allient économie et intérêt général



Le RAMEAU

En partenariat avec :



**Logiques
des
partenariats**

**LOGIQUE INTERET GENERAL
PREDOMINANTE**

*Objectif = soutenir un projet
d'intérêt général*

**ZONE DE
CO-CONSTRUCTION**

*Les partenaires sont prêts à
construire ensemble de nouvelles
solutions pour réduire les fragilités et
faire émerger de nouveaux moteurs de
développement durable*

**LOGIQUE ECONOMIQUE
PREDOMINANTE**

*Objectif = intégrer l'intérêt
général dans la stratégie
économique (RSO)*



**Typologie
des
partenariats**

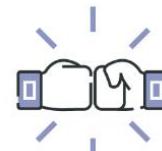
Mécénat

(soutien humain, matériel, et/ou financier
à une(des) action(s) d'intérêt général)



Innovation sociale

(co-conception et/ou expérimentation partenariale
innovante pour faire émerger une nouvelle réponse à un
besoin sociétal non couvert / exemple : l'émergence de
nouvelles solutions éducatives)



Coopération économique

(offre commune des acteurs de profils
différents / exemple : réponse conjointe à un marché
public avec une structure d'insertion et/ou un ESAT...)



Pratiques responsables

(action partenariale afin d'améliorer votre performance
sociale, environnementale et/ou sociétale / exemple :
l'achat responsable)

***Des modèles de partenariat qui dépendent de l'objectif, de la maturité...
et des envies des partenaires !***



Le RAMEAU

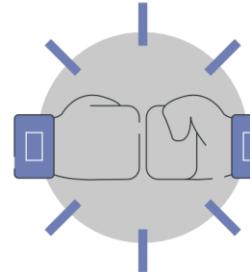
En partenariat avec :



Pratiques responsables



Coopération économique



Innovation sociétale



Mécénat

Pratique des entreprises

54%

28%

26%

25%

Pratique des associations

45 %

39 %

47 %

59 %

Étude IMPACT-Entreprises & Territoires réalisée par Comisis - OpinionWay pour l'Observatoire des partenariats

Source : Etude IMPACT-Associations & Territoires (Comisis-OpinionWay, septembre 2021) pour l'Observatoire des partenariats

Des pratiques qui se diversifient pour chacun des partenaires !



Le RAMEAU

En partenariat avec :



Echanges



Avez-vous des questions ?



Le RAMEAU

En partenariat avec :



Diag'flash « Faire alliance, pour quoi faire ?

The screenshot displays the Diag'flash interface for preparing a strategic partnership. It includes a questionnaire, three main diagrams, and a legend.

- Questionnaire de préparation au diagnostic de sa stratégie de partenariat:**
 - 1. **Objectifs:**
 - Vocation (finalité) : Mission et activités (modèle d'action) ; Quelques chiffres et repères clés (statut, bénéfices, bilans/écosse, budget, date de création, territoire...)
 - 2. **Mesures et partenaires:**
 - Estimation du nombre de partenariats avec lesquels l'association est déjà en relation : Liste et / ou exemples des principales partenariats ; Exemples de la diversité des partenariats réalisés ;
 - 3. **Choix et niveau des partenariats avec l'association:**
 - Qui sont ceux qui ont recherché dans ce partenariat ? Quels sont ses objectifs (cf. carte des objectifs) ?
 - Quels sont les besoins / Comment le partenaire peut concrètement aider (cf. cartographie des besoins) ?
 - Qu'est-ce que l'organisation peut apporter à son partenaire en retour de son engagement ?
 - Quels types de partenariats développer (cf. catalogue de partenariats) ?
- SINTHÈSE DU PARADOXE DE LA STRATÉGIE DE PARTENARIAT:** This diagram compares the "objectifs de la communauté de partenariat" (Resource sharing, Complementary skills, etc.) with the "objectifs d'une entreprise" (Management, etc.). It highlights the paradox that while both seek to achieve their own goals, they must also work together.
- Les moyens mobilisés pour la partenariat:** This diagram shows the "ressources humaines" (Progression, Externalization, Training, etc.) and "autres ressources" (Financial resources, Infrastructure, etc.) used in partnerships.
- Le choix du modèle de partenariat en fonction des objectifs et des moyens mobilisés:** This diagram maps objectives onto models. Objectives include "Accès à des marchés" (Market access), "Innovation sociale" (Social innovation), "Coopération économique" (Economic cooperation), and "Pratiques responsables" (Responsible practices). Models include "MÉTIER" (Business model), "INNOVATION SOCIALE" (Social innovation), "COOPÉRATION ÉCONOMIQUE" (Economic cooperation), and "PRATIQUES RESPONSABLES" (Responsible practices).

METHODES & OUTILS – Le faire alliance en pratiques : Pour aller plus loin

Des données pour comprendre les pratiques



Les fiches Repères de l'Observatoire des partenariats

Des outils pour se situer dans son écosystème



Les fiches pratiques par profil d'acteur

Une base d'information pour piloter ses alliances



La base IMPACT-Alliances aux 1.000 exemples

Des compétences pour Agir ensemble en Territoire



Le Réseau des 350 « catalyseurs territoriaux »

Des données, outils et compétences pour vous aider à qualifier vos besoins et vos pratiques à retrouver sur la plateforme « l'ODD 17 en pratiques »