



**CENTRE
D'EXPERIMENTATION**

ÉTUDE TERRITORIALE PUY-DE-DÔME 2019

Les pratiques de coopération entre entreprises et acteurs de l'utilité sociale sur le département du Puy-de-Dôme

La place du partage de compétences dans le développement
des structures à finalité sociale

probonolab.org | [#probono](https://twitter.com/probono)

En partenariat avec



Avec le soutien de



Cette étude, menée en partenariat avec La Fondation Crédit Coopératif et La Direccte 63 met en lumière les actions solidaires menées par les entreprises et acteurs de l'économie sociale et solidaire en soutien à la vie locale et associative afin d'identifier les leviers et les obstacles au développement de ces pratiques responsables sur le territoire.

Elle s'intéresse notamment au(x) rôle(s) que peuvent jouer les salariés des entreprises dans l'accompagnement des structures à finalité sociale, tout particulièrement dans celui des associations. Un autre enjeu est de comprendre comment peuvent coopérer entre eux les acteurs de l'économie sociale et solidaire et identifier les compétences qu'ils peuvent partager et/ou mutualiser.

Dans quel but ? Que les acteurs du territoire puissent s'emparer de ces résultats pour construire collectivement une réponse aux problématiques du Puy-de-Dôme et faciliter ainsi, dans les prochaines années, les pratiques de coopération entre entreprises et structures à finalité sociale, notamment en matière de pro bono et d'engagement citoyen.

Nous souhaitons remercier en particulier les partenaires et relais de cette étude :

- Tout d'abord La Fondation Crédit Coopératif, qui nous a soutenu dans la réalisation et la diffusion de cette étude ;
- La Direccte 63, pour son soutien à l'étude et sa mise en relation avec les acteurs du territoire ;
- Le CISCA, France Active Auvergne, Le CREPI Auvergne et La Chambre Régionale de l'Economie Sociale et Solidaire Auvergne Rhône-Alpes pour la diffusion de nos questionnaires quantitatifs ;
- Sans oublier tous ceux qui ont contribué à nos études de cas : Le CISCA, France Active Auvergne, Les Guillemets, INSERFAC, Le Groupe La Poste, IKEA Clermont-Ferrand, Babymoov et Michelin.

Aucun projet à dimension départementale et à visée inclusive ne peut voir le jour sans un effort collectif, en particulier avec les réseaux qui font le territoire : un grand merci à eux !



TATIANA HEINZ

Responsable de la
recherche et des
partenariats internationaux



SYLVAIN REYMOND

Directeur Général



CLÉMENCE VILLECARD

Directrice
Auvergne Rhône-Alpes

“

Chaque année, par l'intermédiaire de son Centre d'Expérimentation et avec ses partenaires académiques ou institutionnels, Pro Bono Lab actualise « l'état de l'art » et agrège toutes les données de l'engagement par le partage de compétences (bénévolat/mécénat de compétences). Ces activités de prospective et de recherche, menées à travers 2 à 5 grands projets par an, en France comme à l'international via le Global Pro Bono Network, font toute la spécificité de Pro Bono Lab dans le paysage des acteurs institutionnels de l'intérêt général et opérateurs de l'engagement citoyen.

Pour démocratiser la pratique du pro bono et faire en sorte qu'elle se développe en France, il faut d'abord cerner avec précision les spécificités de chaque écosystème territorial. Nous ne le savons que trop bien, chez Pro Bono Lab : le mécénat, et les partenariats innovants en général, s'inventent à l'échelle des territoires, par l'expérimentation et la pratique quotidienne du bien public de proximité.

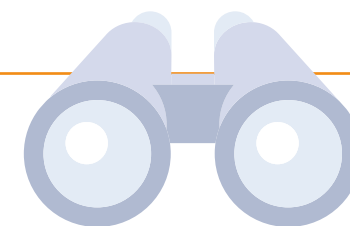
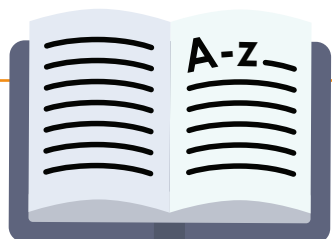
Ainsi, cette étude renforce les intuitions et convictions qui ont motivé la présence de Pro Bono Lab dans le Puy-de-Dôme. Bassin industriel historique avec de grandes entreprises attachées à leur territoire, les projets de l'économie sociale et solidaire se sont développés comme une réponse collective face aux enjeux d'un département central et rural.

Parfois considéré comme enclavé, le Puy-de-Dôme n'en reste pas moins un territoire dynamique et innovant. Le département s'attache notamment à être un pionnier de l'innovation sociale, comme le démontre la création du CISCA en 2018 et où Clermont-Ferrand fait partie des vingt premiers territoires à avoir été labellisé French impact en 2019. Un territoire décidément propice au développement de la pratique du pro bono.

Pour anticiper toutes les nouvelles formes d'engagements citoyen et co-construire les programmes d'intérêt général qui permettront d'imaginer de véritables solutions à impact social, il faut aussi « faire connaissance », dans les deux sens du terme. D'abord se comprendre pour, ensuite, mieux comprendre ensemble. Rassembler les acteurs en présence, être à l'écoute des observations qu'ils portent et de leurs regards avertis sur la cause du pro bono, poser les bases d'une réflexion collective, d'une dynamique partagée. A travers cette étude, grâce à la proactivité de nos partenaires et à l'investissement de nombreuses parties prenantes du territoire du Puy-de-Dôme, nous avons, effectivement, collectivement « fait connaissances » et obtenu des enseignements riches. Ces résultats nous permettent de mener des actions de sensibilisation au pro bono à travers la Région afin de construire la feuille de route de l'action de Pro Bono Lab et définir les réflexions et programmes à mener prioritairement sur le territoire. Après avoir « fait connaissance » autour du pro bono et de Pro Bono Lab, « faisons ensemble » de l'engagement par le partage de compétences (bénévolat/mécénat de compétences) dans le Puy-de-Dôme, une nouvelle manière de construire le bien public.

”

- Définitions.....	8
- Enjeux de l'étude.....	9
- Mise en contexte : focus sur les chiffres du Puy-de-Dôme.....	10
- Méthodologie de l'étude.....	11
- Principaux enseignements de l'étude territoriale.....	12
LES RÉSULTATS : STRUCTURES À FINALITÉ SOCIALE.....	14
- Profil des répondants.....	15
- Besoins en compétences et dispositif d'accompagnement.....	16
- La coopération entre les différents acteurs.....	19
- Accès au dispositifs d'accompagnement.....	20
- Etudes de cas.....	22
LES RÉSULTATS : ENTREPRISES.....	26
- Profil des répondants.....	27
- Connaissances relatives à l'engagement citoyen.....	28
- Actions menées et motivations.....	30
- Pratique du mécénat de compétences.....	32
- Freins et perspectives à l'engagement.....	35
- Focus : L'engagement des entreprises sociales.....	37
- Etudes de cas.....	38
CONCLUSION.....	43



PRO BONO

«Pro bono publico» signifie «pour le bien public». Le pro bono désigne l'engagement volontaire de personnes qui mettent leurs compétences professionnelles à titre gratuit ou quasi-gratuit au service d'une personne physique ou morale qui n'a pas les moyens d'y accéder et/ou qui poursuit un but social.

ACCOMPAGNEMENT DES STRUCTURES À FINALITÉ SOCIALE

Une mission d'accompagnement vise à permettre le développement d'une organisation ou la consolidation de ses activités. L'accompagnement peut prendre des formes diverses, il comporte quatre dimensions : ponctualité de l'intervention, adaptabilité, volontarisme, transfert de compétences.

MÉCÉNAT DE COMPÉTENCES

Le mécénat de compétences consiste à mettre à disposition des collaborateurs sur leur temps de travail à titre gracieux pour réaliser des actions d'intérêt général mobilisant ou non leurs compétences.

CE QUE NOUS ENTENDONS PAR « STRUCTURES À FINALITÉ SOCIALE »

Nous nous rapprochons ici de la définition de l'Économie Sociale et Solidaire (ESS) au sens large, à savoir des structures qui, de par leurs statuts, leurs principes de fonctionnement ou leurs finalités ont un but autre que le seul partage des bénéfices ainsi qu'une gouvernance démocratique et une lucrativité nulle ou limitée.

BÉNÉVOLAT DE COMPÉTENCES

Le bénévolat de compétences consiste à mettre gratuitement, sur son temps personnel, un savoir-faire à la disposition d'une organisation à finalité sociale.

A ce titre, nous incluons dans cette catégorie les associations, les coopératives, les mutuelles, les fondations, les structures d'insertion par l'activité économique (SIAE) et les entreprises sociales. Sachant que pour ces structures, le projet social prime avant tout sur la finalité commerciale, et vise à inclure des personnes en situation de fragilité et/ou d'exclusion.

ENGAGEMENT CITOYEN DES COLLABORATEURS

L'engagement citoyen des collaborateurs consiste en des actions impulsées par l'entreprise ayant pour but d'améliorer le fonctionnement de la société et réalisées de manière non-lucrative. Exemples : journée solidaire, campagnes de dons, microdon, course solidaire, tutorat.

CE QUE NOUS ENTENDONS PAR « ENTREPRISES »

Des entreprises de l'économie dite « classique » ou « traditionnelle », ayant avant tout une visée commerciale.

ÉTUDE TERRITORIALE PUY-DE-DÔME 2019

Responsable Publication : Sylvain Reymond, Directeur Général de Pro Bono Lab
Comité de rédaction : Defne Guvenc Seuzaret , Tatiana Heinz, Marie Jouhault, Margault Lacoste, Thibault Lara, Zélie Victor, Clémence Vuillecard
Coordination de l'étude : Marie Jouhault, Thibault Lara, Clémence Vuillecard
Contact : contact@probonolab.org
Conception graphique : Chloé Girardet
Impression : Dactylo Print
@ Pro Bono Lab - Tous droits réservés - Octobre 2019

1

Etablir un état des lieux des pratiques de coopération entreprises-structures à finalité sociale et des actions d'engagement des collaborateurs existantes sur le territoire, notamment en pro bono.

2

Comprendre les attentes des entreprises ainsi que les freins et leviers existants à la mise en place de telles pratiques.

3

Identifier les besoins des structures à finalité sociale et leurs modes de coopération entre pairs.

4

Mettre en avant les potentielles actions de mécénat, d'accompagnement, et de partenariat avec les structures à finalité sociale.

Pour les différentes parties prenantes qui constituent le territoire, cette étude territoriale a pour objectifs spécifiques :



POUR LES STRUCTURES À FINALITÉ SOCIALE

- Mieux connaître les pratiques et possibilités existantes en matière de mécénat de compétences.
- Valoriser leurs activités et leur savoir-faire.
- Se rapprocher du monde des entreprises et de leurs salariés.
- Identifier les possibilités de coopération entre structures à finalité sociale.



POUR LES ENTREPRISES

- Mieux connaître les besoins du territoire et développer leur ancrage territorial.
- Concrétiser leur politique RSE ou d'engagement.
- Valoriser les compétences et l'engagement de leurs salariés.



POUR LES INSTITUTIONS

- Décloisonner le monde économique « classique » et le secteur ESS.
- Mieux répondre aux besoins sociaux et environnementaux du territoire.
- Encourager le partage des compétences des citoyens du territoire.



15 500

ASSOCIATIONS

Les associations sont environ 15 500 en 2018 dans le département. La majeure partie d'entre elles (61%) est à Clermont-Ferrand et a pour thématique le social, s'adressant ainsi à des publics fragiles. Beaucoup œuvrent aussi dans le domaine de la santé. * Il existe près de 50 Structures de l'Insertion par l'Activité Economique (SIAE) en 2019 sur le département.**



150 000

BÉNÉVOLES

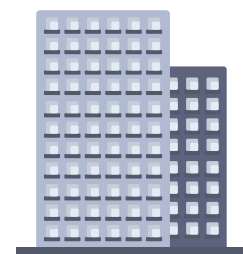
Les bénévoles sont entre 136 000 et 150 000 dans le département. Les associations emploient près de 18 550 salariés. Ils sont proportionnellement plus nombreux dans le secteur du social, de l'enseignement et de la santé qu'au plan national.***



43 678

ENTREPRISES

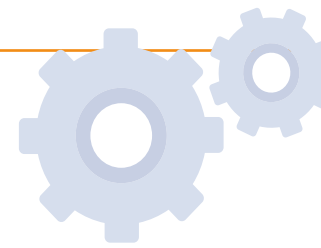
Près de 43 678 entreprises sont présentes dans le département, pour un emploi total de 275 524 personnes (sur une population de 655 185 habitants). Le premier secteur d'activité employeur est le service. Près de 4 285 entreprises ont été créées en 2017. ****



36

GRANDES ENTREPRISES À FORT RAYONNEMENT

36 entreprises ont plus de 500 salariés. De par sa localisation stratégique et de sa culture favorisant le partage et l'échange d'informations, le département a su maintenir l'implantation de grandes entreprises : Michelin, Volvic, Limagrain qui contribuent à dynamiser le territoire.



DEUX AXES DISTINCTS DE CETTE ÉTUDE

- **Un axe dédié aux entreprises** (toutes tailles et secteurs d'activité confondus) : Quelles actions de coopération, d'accompagnement ou de mécénat avec les structures à finalité sociale ? Quelles actions d'engagement de leurs collaborateurs ? Quels leviers et obstacles au développement du mécénat de compétences ?

- **Un axe dédié aux structures à finalité sociale** (associations, mais plus largement structures de l'Économie Sociale et Solidaire, SIAE, etc.) : Quelles pratiques de coopération avec les entreprises ? Quels besoins, notamment en compétences, de ces structures ? Le mécénat de compétences - voire le bénévolat de compétences - comme réponse à ce besoin ? Quels obstacles à surmonter ?

DEUX TYPES D'ENQUÊTES

- **Une consultation en ligne ouverte à tous** : composée d'un questionnaire à destination des entreprises et d'un questionnaire à destination des structures à finalité sociale

- **Des études de cas spécifiques**, par le biais d'entretiens semi-directifs avec des acteurs clés représentant au mieux le territoire du Puy-de-Dôme

Les questionnaires quantitatifs ont été administrés auprès de **50 entreprises et 50 structures à finalité sociale** implantées dans le département et interrogées entre mai 2019 et septembre 2019.

La diffusion a été effectuée via :

- les partenaires et relais de l'étude ;
- les réseaux sociaux ;
- la communauté de Pro Bono Lab.

L'échantillon n'est pas totalement représentatif du territoire, mais il est suffisamment large et diffus sur l'ensemble du territoire, pour donner à la fois une expression de la diversité des structures à finalité sociale et de celle des entreprises du Puy-de-Dôme, ainsi que du développement des pratiques de coopération sur le territoire, nous permettant ainsi d'observer certaines tendances. **L'échantillon entreprise est représenté par beaucoup de PME.**

Les études de cas ont été réalisées auprès de **8 structures** : 4 entreprises et 4 structures de l'économie sociale et solidaire. Les résultats de cette étude seront diffusés largement à Clermont-Ferrand et à travers la région Auvergne Rhône-Alpes tout au long de l'année 2020.

* L'essentiel de la vie associative du Puy-de-Dôme, novembre 2018, FDVA

** Liste des structures d'insertion par l'activité économique conventionnées dans le Puy-de-Dôme au 31 mars 2019, DIRECCTE

*** L'essentiel de la vie associative du Puy-de-Dôme, novembre 2018, FDVA

**** édition 2019 des Chiffres Clés du Puy-de-Dôme, CCI Puy-de-Dôme

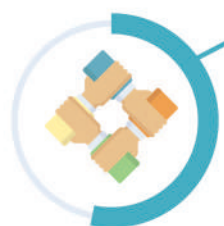
LES STRUCTURES DE L'ESS



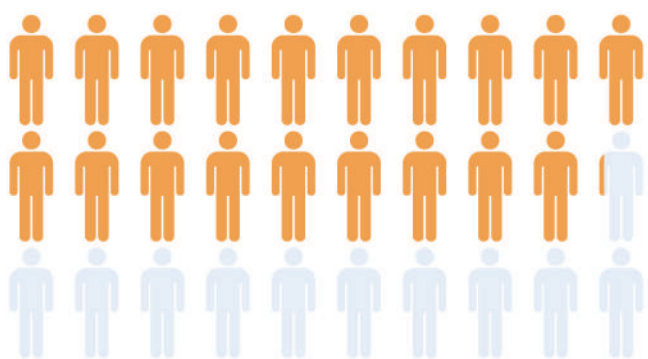
LES BESOINS D'UN ÉCOSYSTÈME EN DÉVELOPPEMENT



70% des structures de l'ESS interrogées déclarent avoir au moins un besoin en compétences auxquelles elles n'ont pas accès



58% des répondant.e.s affirment qu'ils ou elles ont bénéficié d'un accompagnement en pro bono.



64% DES STRUCTURES considèrent qu'un accompagnement en pro bono (en bénévolat ou en mécénat de compétences) peut répondre à leurs besoins en compétences

FOCUS RURALITÉ



62% DES RÉPONDANTS

en zone rurale considèrent l'accès aux compétences difficiles (contre 35% au global).



DES STRUCTURES DE L'ESS QUI COOPÈRENT ENTRE ELLES



60% des structures de l'ESS coopèrent opérationnellement entre elles



90% des structures de l'ESS sont prêtes à partager leurs compétences entre pairs

LES ENTREPRISES DU TERRITOIRE



DES ENTREPRISES PUYDUMOISES ENGAGÉES

71% DES ENTREPRISES RÉPONDANTES

mènent des actions d'engagement citoyen ou de soutien aux associations et à la vie locale



LA MAJORITÉ DES ENTREPRISES MÈNENT DES ACTIONS POUR

80% Incarner les valeurs de l'entreprise

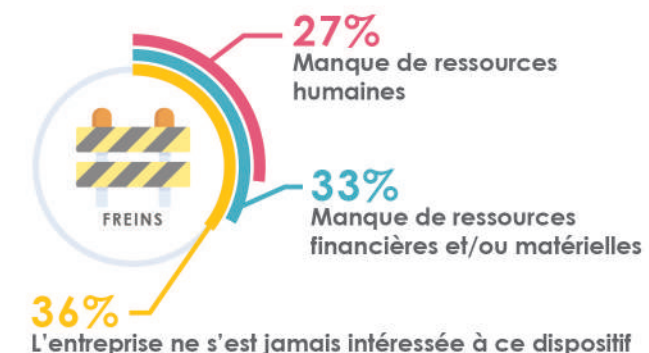


77% Participer à la dynamique du territoire

UN POTENTIEL FORT DU DÉVELOPPEMENT DE MÉCÉNAT DE COMPÉTENCES

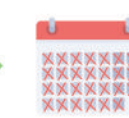
80%

des personnes interrogées au sein des entreprises ne connaissent pas la notion de pro bono. Cependant, les notions de bénévolat et mécénat de compétences sont mieux connues.



29% DES ENTREPRISES pratiquent le mécénat et/ou le bénévolat de compétences

PARMI ELLES



54% le font depuis plus de 5 ans



ENTREPRISES SOCIALES

Les entreprises sociales (d'après la loi Hamon) sont en moyenne plus engagées

87%

mènent des actions d'engagement citoyen



50%

pratiquent le pro bono



37%

connaissent les notions de pro bono et d'engagement citoyen

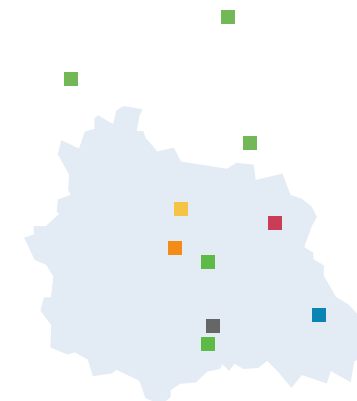
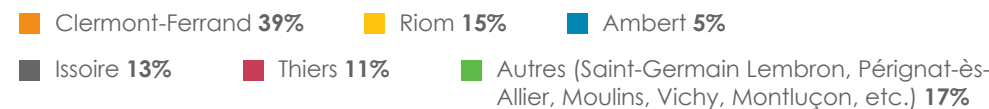


Les résultats : Structures à finalité sociale



PROFIL DES RÉPONDANTS

TERRITOIRE D'INTERVENTION DES STRUCTURES INTERROGÉES



LES TROIS PRINCIPAUX SECTEURS REPRÉSENTÉS DANS CETTE ÉTUDE



ACTION SOCIALE/SANTÉ



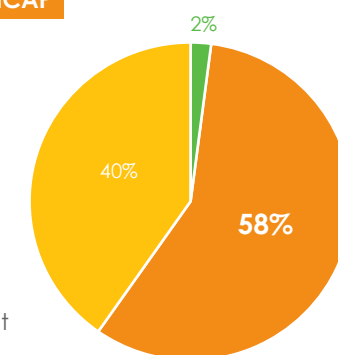
ÉDUCATION FORMATION



HANDICAP

PHASE DE VIE DES STRUCTURES

- **93%** des structures répondantes sont des Associations loi 1901.
- Près de **76%** des répondants occupent des fonctions de dirigeant.e.s salarié.e.s ou bénévoles représentants (président.e).



- Selon le rapport "L'essentiel de la vie associative du Puy-de-Dôme 2018" publié par Le Ministère de l'Education et de la Jeunesse, **61%** des associations du département sont à Clermont-Ferrand. Notre échantillon de répondants est donc représentatif de la réalité du territoire.
- Selon le même rapport, les secteurs de la santé et du social représentent près de **59%** des structures. Notre échantillon est bien en majeur partie représenté par l'action sociale et la santé mais nous avons une surreprésentation des activités liées à la formation et l'éducation.

LE BUDGET DES STRUCTURES



28%
Plus d'1 million d'€



29%
Entre 250 000€ et 1 million d'€



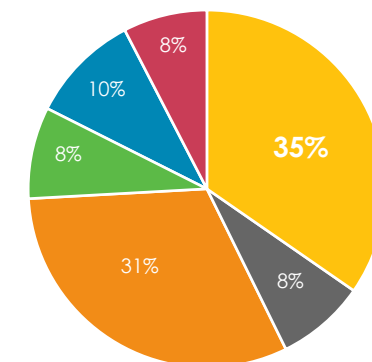
31%
Entre 50 000€ et 250 000€



12%
Moins de 50 000€

LA PROVENANCE PRINCIPALE (+50%) DES RESSOURCES DES STRUCTURES

- | | | |
|--|--|---------------|
| ■ Subventions publiques | ■ Autre ressource publique (ex : commande publique, DSP) | ■ Cotisations |
| ■ Vente de biens et/ou de prestation auprès des organisations ou de particuliers | ■ Nos ressources se répartissent de manière équitable | |
| ■ Générosité privée d'organisations ou de particuliers : dons, mécénat financier, en nature... | | |



RESSOURCES HUMAINES

- Taille : **43%** des structures ont entre 1 à 10 salarié.e.s et **20%** plus de 50 salarié.e.s
- Bénévoles : **15%** des structures n'ont pas de bénévoles, **38%** entre 1 et 10 et **47%** plus de 10.
- Sur les **85%** restantes qui en ont, **37,5%** ont entre 1 à 10 bénévoles et le reste plus de 10 (**47,5%**)
- Le profil des bénévoles : **72%** des répondant.e.s affirment avoir des administrateurs et administratrices très impliqué.e.s dans la gouvernance et **57%** affirment avoir des bénévoles adhérent.e.s impliqué.e.s dans l'opérationnel

BESOINS EN COMPÉTENCES ET DISPOSITIF D'ACCOMPAGNEMENT

70%
Au moins un besoin en compétences

20%
Pas de besoin en compétences

10%
Ne savent pas

Ce sont donc près de 80% des structures interrogées qui ont besoin d'être accompagnées soit sur l'identification et la formalisation -ou non- de leurs besoins (10%) soit sur l'accès aux compétences pour répondre à leurs besoins interne identifiés par la structure elle-même (70%).

A titre d'exemple, 61% des répondants estimaient avoir au moins un besoin en compétence pour notre étude territoriale de Saint-Etienne (étude 2017). Notre édition 2018

PARMI LES 70% DES STRUCTURES AYANT AU MOINS UN BESOIN EN COMPÉTENCES

48% viennent du secteur de l'action sociale/santé et **39%** de l'éducation/formation et l'insertion

43% ont un budget entre 100K€ et 500K€

49% ont entre 1 à 10 salarié.e.s

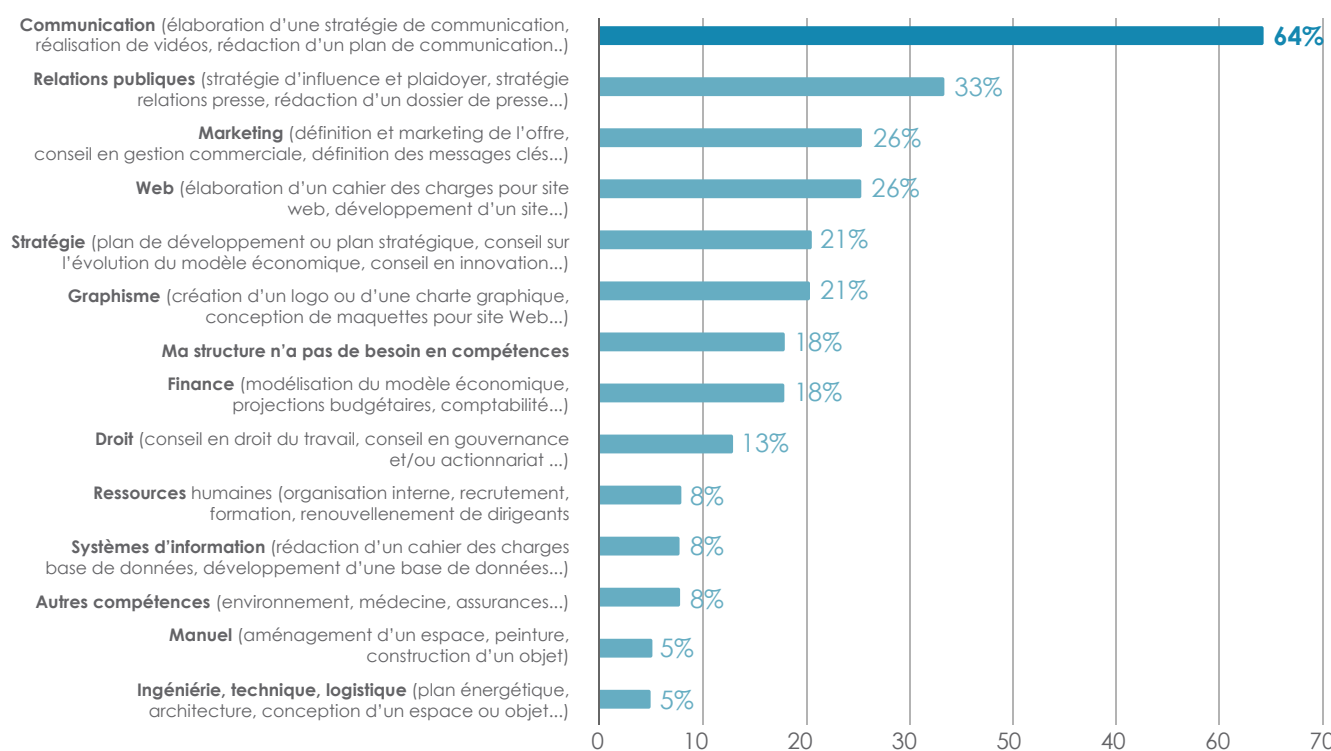
39% ont un modèle économique qui dépend majoritairement des subventions publiques et 1/4 déclarent avoir majoritairement des revenus issus de ventes de biens ou de service.

Environ **60%** expriment avoir des bénévoles (administrateurs ou administratrices et/ou terrain) très impliqués au sein de la structure

57% sont dans une phase de consolidation et **41%** sont en développement ou changement d'échelle

Nous pouvons constater que ce sont les petites et moyennes structures qui expriment un besoin en compétences bien qu'elles aient au moins 1 salarié et des bénévoles administrateurs ou terrains très impliqués. Par ailleurs, ce sont dans les secteurs de l'action sociale / santé et l'éducation / insertion, très marqués par un modèle de subventions publics, que nous constatons un besoin en compétences pour consolider et/ ou favoriser le changement d'échelle des activités.

LES BESOINS EN COMPÉTENCES POTENTIELS



64% des répondants expriment un besoin en communication. La deuxième compétence la plus recherchée est dans le domaine de la relation publique (**33%**). Enfin, environ 1 structure sur 4 affirme avoir un besoin en marketing et en web.

BESOINS EN COMPÉTENCES ET DISPOSITIF D'ACCOMPAGNEMENT

Nous pouvons constater que face aux enjeux de notoriété et d'attractivité dans un monde de plus en plus numérisé, les principaux besoins en compétences reste en lien avec la communication. Les structures expriment un besoin lié à la formalisation d'une stratégie spécifique (communication, plaidoyer ou encore relation presse) ou la création de process et outils dédiés (plaquettes, vidéo, site web, dossier de presse, outils de suivi).

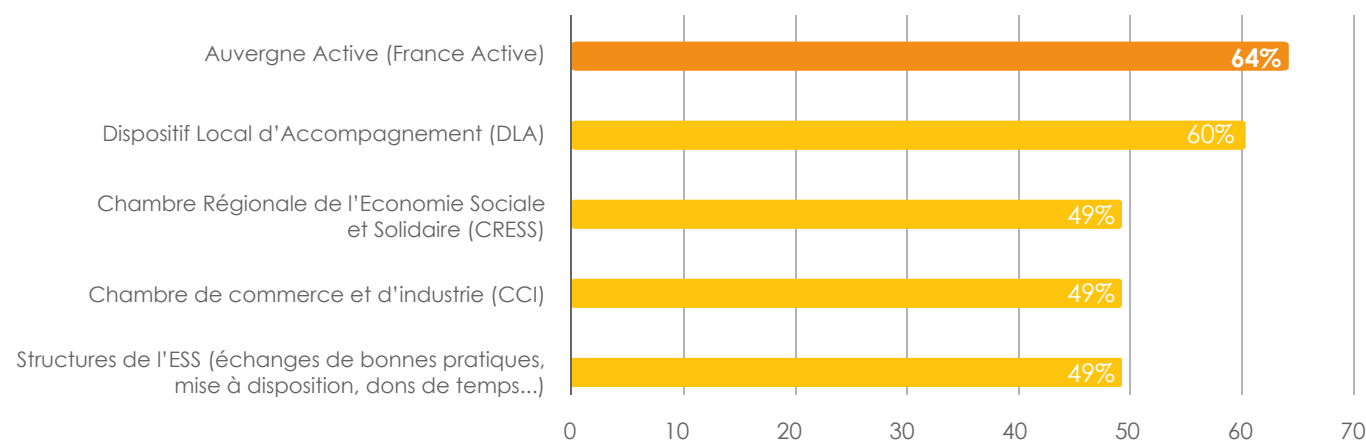
Ce manque de compétences en communication confirme les besoins affirmés à l'échelle nationale où elle reste une préoccupation majeure avec **41%** des structures qui souhaitent être accompagnées sur des outils de communication, selon une étude réalisée par Recherche et Solidarités en 2018*.

Par ailleurs, nous observons que les besoins en lien avec le développement ou encore avec la diversification des ressources, notamment concernant la commercialisation et le marketing, sont partagés par un quart des structures contre **35%** au niveau national.*

Malgré les enjeux de pérennisation des activités et une nécessaire adaptation au contexte économique exprimés par **47%** des structures**, dans le territoire du Puy de Dôme ce besoin semble moins préoccupant (finance **18%**, stratégie **21%**).

Enfin, les besoins liés à l'organisation, le recrutement et la formation des ressources humaines (salarié.e.s et bénévoles) sont négligeables avec seulement **7%** des structures qui affirment un besoin contre **47%** qui souhaitent être accompagnées sur la recherche et recrutement et **24%** sur l'accueil et l'animation des bénévoles, toujours selon l'étude nationale de Recherches & Solidarités*.

LES 5 DISPOSITIFS D'ACCOMPAGNEMENT EXISTANTS SUR LE TERRITOIRE LES PLUS CONNUS SONT



Nous pouvons noter que l'accompagnement par Auvergne Active, membre du réseau France Active ainsi que le Dispositif Local d'Accompagnement (DLA) porté par ce même acteur sont les deux dispositifs les plus connus dans le territoire par respectivement **65%** et **60%** des répondants.

Ces deux dispositifs répondent à des besoins fondamentaux notamment sur le financement (garantie et emprunts à taux réduits) mais aussi par le biais de l'accompagnement stratégique sur les sujets qui touchent au modèle économique et à la gouvernance dans l'optique de pérenniser les structures de l'ESS.

Les chambres consulaires tels que la CRESS ou le CCI restent également très présentes dans le paysage des structures de l'ESS avec **49%** des répondants qui affirment connaître leur accompagnement (appui à la création et développement de projet, mise en réseau, information, etc.).

Nous constatons par ailleurs que seulement **17%** de nos répondant.e.s déclarent connaître l'accompagnement gratuit en compétences (en pro bono) par des salarié.e.s et dirigeant.e.s d'entreprises.

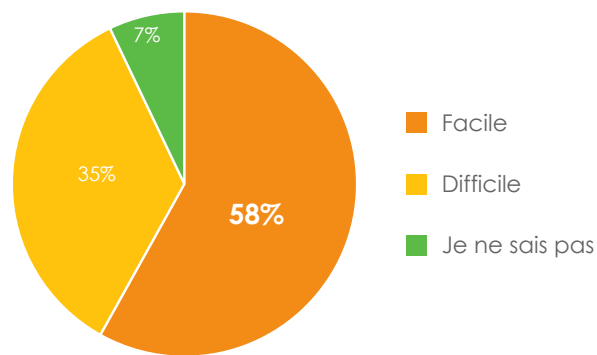
*Source : L'accompagnement des associations : Etat des lieux et attentes, Recherches & Solidarités 2018 auprès de 2062 responsables associatifs.

**Source : recherche et solidarités 2017 : Les associations en AURA Repères et chiffres clés 2016

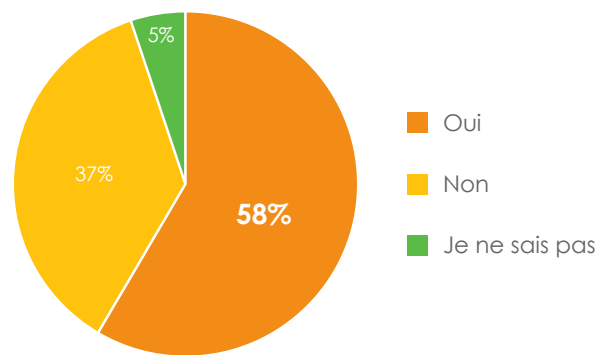


BESOINS EN COMPÉTENCES ET DISPOSITIF D'ACCOMPAGNEMENT

LA FACILITÉ D'ACCÈS À L'ACCOMPAGNEMENT EN COMPÉTENCES DE L'ORGANISATION



LES STRUCTURES INTERROGÉES ONT-ELLES DÉJÀ BÉNÉFICIÉ D'UN ACCOMPAGNEMENT EN COMPÉTENCES ?



- 58%** des répondant.e.s affirment qu'ils ou elles ont bénéficié d'un accompagnement en pro bono. Parmi ces derniers :
- **39%** ont un budget entre 250K€ et 1M€ et **35%** ont un budget supérieur à 1M€.
 - **54%** ont entre 1 à 20 salarié.e.s.
 - **58%** viennent du secteur de l'action sociale et de la santé et **35%** de l'éducation, formation et insertion.

Ce sont plutôt les petites et moyennes structures qui ont bénéficié d'un accompagnement en pro bono dans le territoire du Puy-de-Dôme. Elles sont majoritairement issues du secteur de l'action sociale/santé et de l'éducation/insertion.

PARTI DES STRUCTURES QUI ONT EXPRIMÉ DES DIFFICULTÉS POUR ACCÉDER À UN ACCOMPAGNEMENT

- 50%** ont un budget annuel compris entre 100 000€ et 500 000€, ce qui correspond à une structure de taille moyenne
- 43%** des structures ont un modèle économique qui dépend majoritairement des subventions publiques
- 100%** sont dans une phase de consolidation ou de changement d'échelle
- 43%** déclarent avoir majoritairement des revenus issus de ventes de biens ou de service
- 79%** exercent leurs activités dans le domaine de l'action sociale et de la santé
- 36%** exercent leurs activités dans le domaine de l'éducation, formation et insertion

Ce sont souvent les structures à finalité sociale de taille intermédiaire qui souffrent de lacunes en accompagnement. Alors qu'il existe un panel large d'acteurs sur les phases d'émergence/création, il y en a moins sur les projets en phase de consolidation – changement d'échelle. C'est ce constat qui a motivé Pro Bono Lab à accompagner des structures à finalité sociale qui correspondent à cette cible.

Par ailleurs, nous pouvons constater que la nature des ressources n'impacte pas l'accès à l'accompagnement, les structures ayant un modèle économique basé sur des subventions publiques tout comme celles qui ont développé un modèle majoritairement axé sur la vente de biens et de prestations, considèrent qu'il est difficile d'y accéder. Enfin, nous pouvons affirmer que l'action sociale et la santé sont les secteurs qui sont le plus en demande d'accompagnement sur le territoire du Puy-de-Dôme

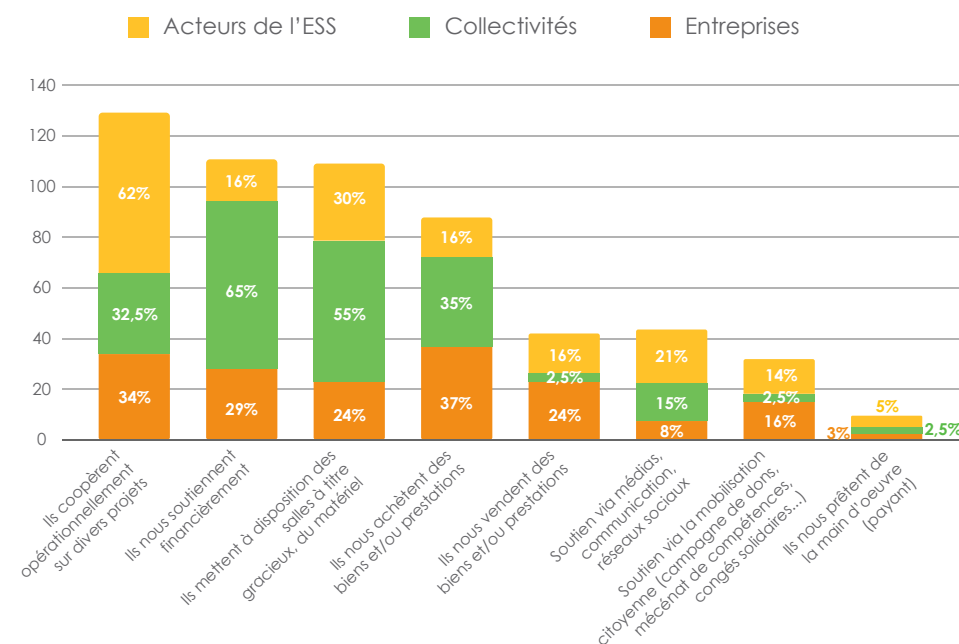
ZOOM RURALITÉ

- Nous avons 9 répondant.e.s soit **18%** du total qui sont issu.e.s de zones rurales (hors secteur Métropole de Clermont-Ferrand dans notre étude).
- Les secteurs représentés appuient la tendance générale de l'étude avec 3 secteurs principaux : action sociale/santé/éducation formation et handicap.
- **62%** considèrent l'accès aux compétences difficile (contre **35%** au global).
- Les principaux besoins en compétences affirmés sont dans le domaine des relations publiques, dans la stratégie globale et enfin sur la communication.
- **1/2 des structures** ont déjà été accompagnées sur un besoin en compétences.



LA COOPÉRATION ENTRE LES DIFFÉRENTS ACTEURS

LES DIFFÉRENTS TYPES DE COOPÉRATIONS ENTRE LES ACTEURS



La nature des partenariats avec les entreprises est assez variée et hétérogène :

- **37%** des structures affirment que les entreprises leur achètent des biens/services ;
- **34%** coopèrent sur des projets opérationnels ;
- **29%** via du soutien financier ;
- **24%** vendent des biens et services aux structures de l'ESS ;
- **16%** sont soutenues au travers des actions citoyennes (dons, engagement).

Avec les collectivités, les types de partenariats sont plus orientés avec **65%** des répondants qui sont soutenus financièrement et **55%** qui bénéficient de mise à disposition en nature (salle, matériels).

Même si les partenariats entre acteurs de l'ESS et les entreprises du Puy-de-Dôme sont de nature très divers et variés, les collectivités restent les partenaires privilégiés notamment pour le financement ou le soutien en nature.

Par ailleurs, nous constatons que sur l'achat de biens et services, les collectivités et les entreprises semblent avoir une contribution égale avec respectivement **35%** et **37%** des répondant.e.s qui affirment avoir un partenariat de ce type.

FOCUS SUR LES COOPÉRATIONS ENTRE ACTEURS DE L'ESS

- **62%** coopèrent opérationnellement entre eux ;
- **30%** font des échanges en nature, mise à disposition de salle, dons ;
- **14%** coopèrent via de la mobilisation citoyenne, presque autant qu'avec les entreprises.

Dans le milieu de l'ESS, les structures semblent majoritairement entretenir des relations de coopération sur les projets ou encore d'entraide à titre gracieux (mise à disposition, dons, mobilisation citoyenne, etc.).

Nous avons également posé cette question : " Quelles seraient les compétences que votre organisation pourrait partager avec d'autres structures de l'ESS ou entreprises (plusieurs réponses possibles) ?" :

- **90%** des structures sont prêtes à partager leurs compétences ;
- Dont **48%** sur les aspects RH, **22%** sur la communication, **25%** sur la stratégie (plan de développement) ;
- Sur les **10%** qui ne souhaitent pas partager ses compétences, plusieurs raisons ressortent sur leurs motivations, qui peuvent être regroupées sous deux items : le manque de visibilité sur les dispositifs pour y parvenir (**75%**) et le manque de ressources et moyens en interne (**25%**).

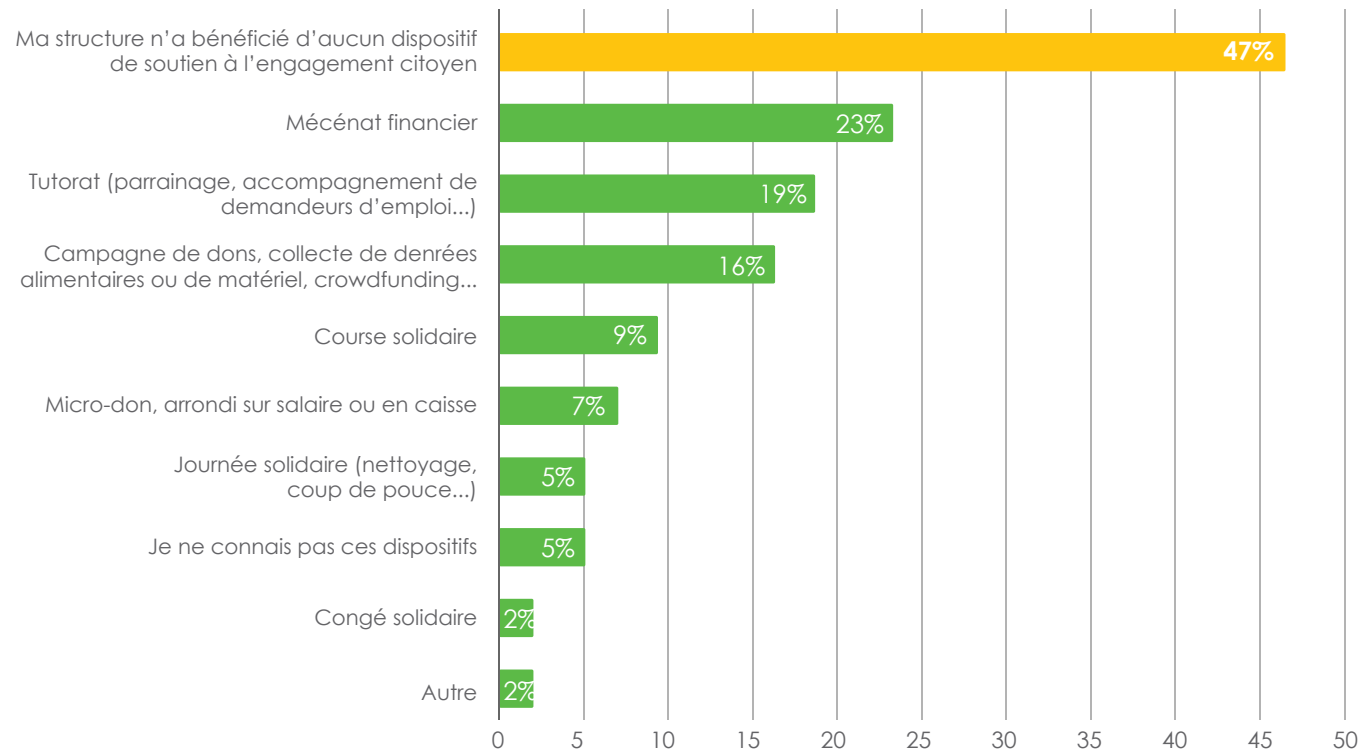
TÉMOIGNAGE CISCA

« Pour moi le territoire du Puy-de-Dôme est mature et en avance sur les questions d'innovation sociale. Il y a un terrain très favorable avec des coopérations historiques entre les acteurs du département [...] on en entend peu parler en dehors du territoire car les relations sont très informelles, peu instrumentalisées et non standardisées avec une innovation forte [...] » (interview complète dans la partie « étude de cas »).





LES DISPOSITIFS D'ENGAGEMENT CITOYEN DONT ONT BÉNÉFICIÉ LES RÉPONDANT.E.S

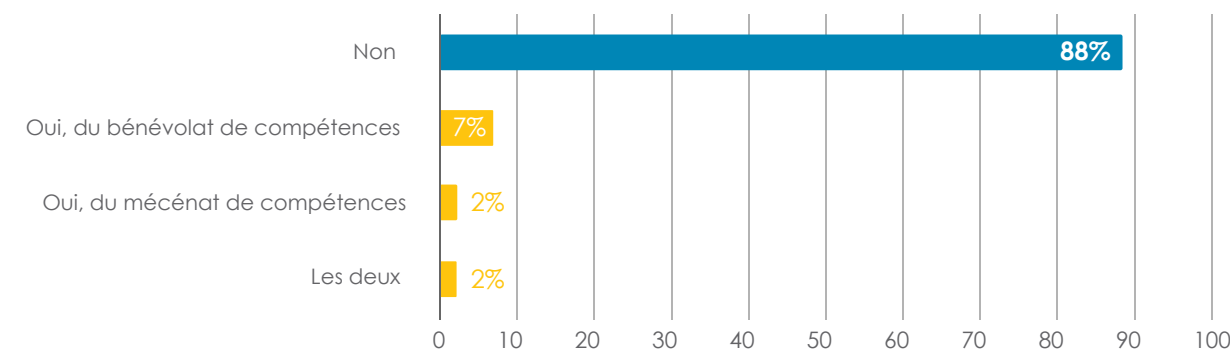


47% des répondant.e.s n'ont bénéficié d'aucun dispositif d'engagement citoyen. Parmi ces répondant.e.s, pratiquement une structure sur deux (**48%**) a un budget de plus de 500 K€ et évolue dans le secteur de la santé.

- **23%** ont bénéficié de mécénat financier ;
- **19%** ont mis en place du tutorat avec une entreprise ;
- **16%** ont déjà réalisé une campagne de dons, de collecte de produits/matériel.

Presque la moitié des structures d'utilité sociale affirment ne pas avoir bénéficié de dispositifs d'engagement solidaire. Sans surprise, **le mécénat financier reste le dispositif auquel les structures de l'économie sociale et solidaire ont le plus recours**, suivi du tutorat et des campagnes de dons, collecte et/ou crowdfunding.

LES STRUCTURES ONT-ELLES ÉTÉ ACCOMPAGNÉES EN PRO BONO ?



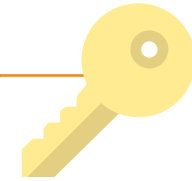
Parmi les 4 structures qui ont bénéficié d'un accompagnement en pro bono (**12%** des répondant.e.s) :

- **2** ont bénéficié de tutorat ;
- **1** structure a bénéficié d'un coup de pouce et 1 autre de mécénat de compétences senior.

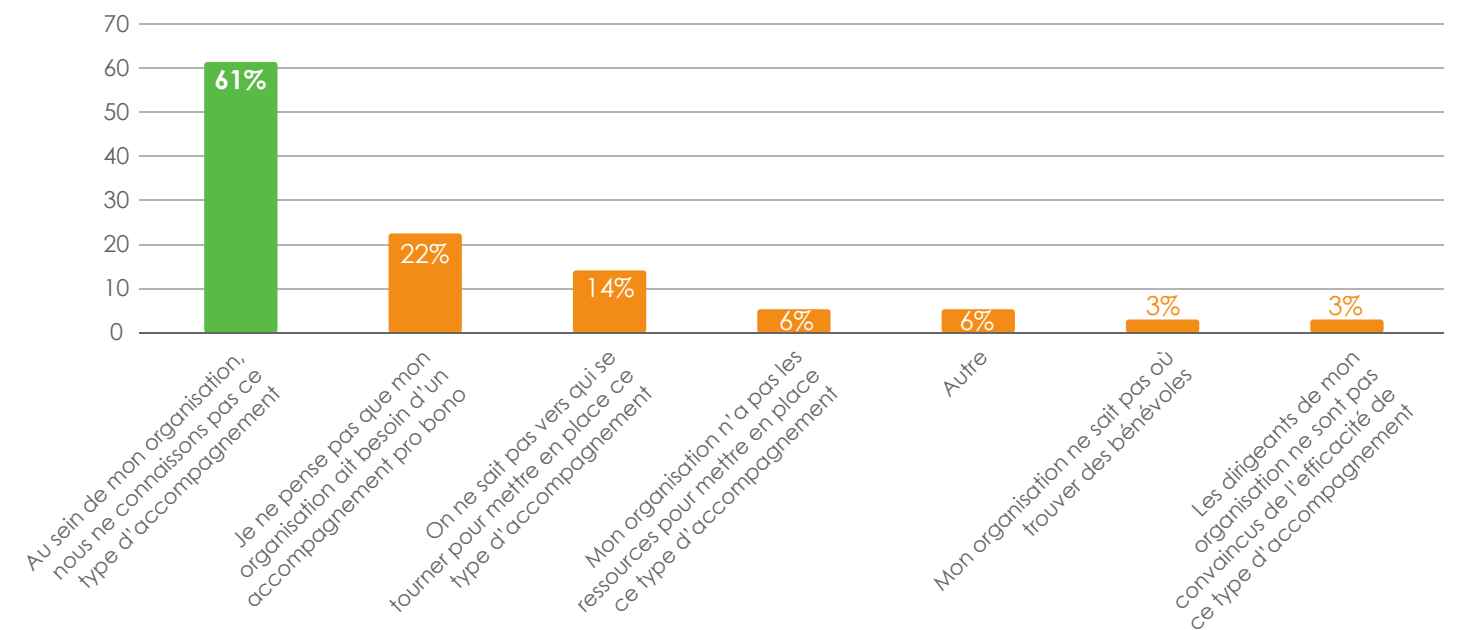


TÉMOIGNAGE AUVERGNE FRANCE ACTIVE*

« Nous l'avons rencontré - le collaborateur mis à disposition - et avons décidé de tester ce dispositif. L'expérience est positive. Nous bénéficions de l'expérience d'un professionnel, dans notre cas sur des aspects commerciaux et relationnels avec les partenaires locaux. » (interview complète dans la partie « étude de cas »).

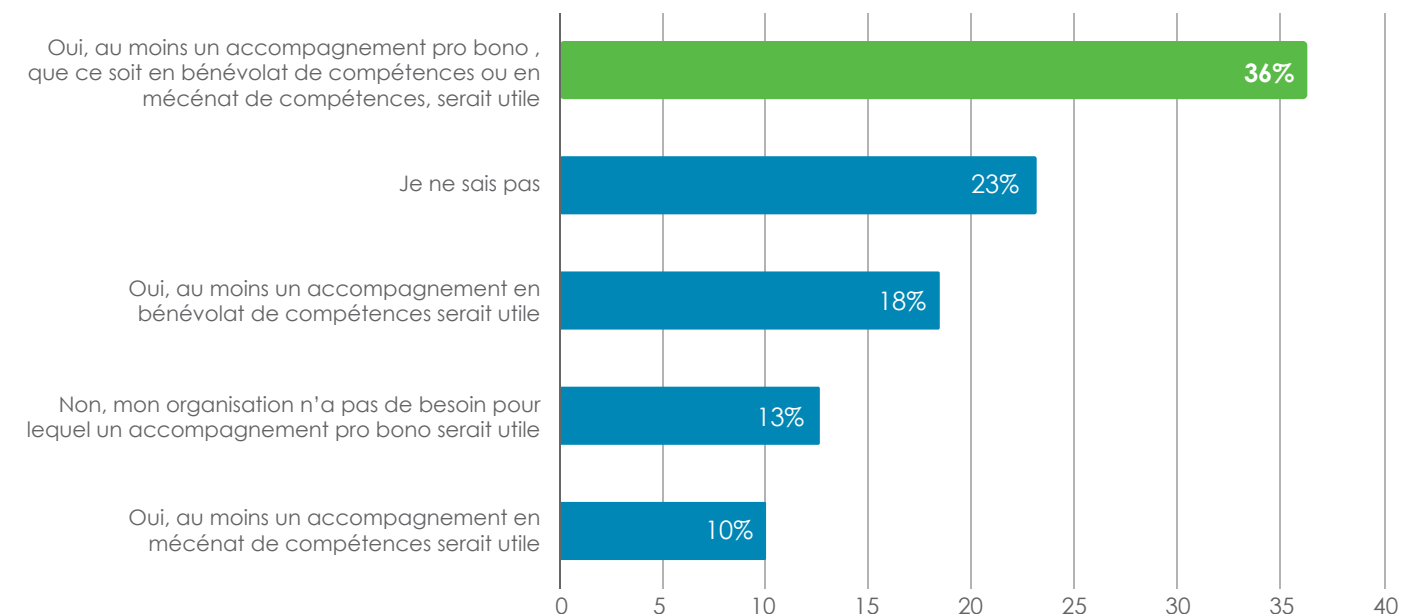


POURQUOI LA MAJORITÉ DES RÉPONDANT.E.S N'ONT PAS BÉNÉFICIÉ DE PRO BONO ?



88% des répondant.e.s affirment qu'ils ou elles n'ont pas bénéficié d'un accompagnement en pro bono. Les principales raisons peuvent être attribuées à un manque de connaissance de ce type d'accompagnement au sein de l'organisation (**61%**). Par ailleurs **22%** expriment ne pas avoir un besoin d'accompagnement en pro bono et **14%** déclarent ne pas connaître les acteurs qui pourront leur permettre de bénéficier de ce type d'accompagnement.

LES RÉPONDANTS ONT-ILS DES BESOINS EN ACCOMPAGNEMENT PRO BONO ?



64% des structures considèrent qu'un accompagnement en pro bono (en bénévolat ou en mécénat de compétences) peut répondre à leur besoin en compétences.



TÉMOIGNAGE LES GUILLEMETS 63

« En tant que petite association, il y a des ressources que nous ne pouvons pas avoir, des compétences spécifiques qui sont pourtant nécessaires aujourd'hui pour apporter une crédibilité. Le pro bono peut nous permettre d'y accéder. » (interview complète dans la partie « étude de cas »).

NICOLAS DURACKA

Coordinateur chez CISCA et enseignant-chercheur



BENJAMIN PRETESEILLE

Responsable Administratif et Financier chez Auvergne Active



PRÉSENTATION DE LA STRUCTURE

Le CISCA est un dispositif local d'intermédiation dont le rôle est de faciliter la rencontre et l'échange entre tous les acteurs du département sur les questions d'innovations sociales. Initié par Clermont-Auvergne Métropole, nous accompagnons les acteurs de l'association à la grande entreprise en passant par la coopérative, la TPE ou les collectivités. Nous travaillons notamment sur l'accélération des processus de transfert de connaissances et de compétences entre ces acteurs, ainsi que sur la construction de programme de R&D en sciences sociales.

PERCEPTION DES RAPPORTS ENTRE ENTREPRISES ET ESS À CLERMONT-FERRAND

La création du CISCA signifie pour moi que le territoire du Puy-de-Dôme est mature et en avance sur les questions d'innovations sociales. Il y a un terrain très favorable avec des coopérations historiques entre les acteurs du département. Certes de grandes entreprises comme Michelin existent, mais l'écosystème de l'économie sociale et solidaire est très développé et porte des valeurs locales fortes. Paradoxalement, cette dynamique fait peu écho en dehors du territoire car les relations sont très informelles, peu instrumentalisées et non standardisées. Néanmoins, c'est la clé des innovations sociales transformatrices. Le CISCA porte cette vision qu'une association est innovante dans son ADN, à la différence des entrepreneurs sociaux ou des entreprises dont les contraintes du marché limitent leurs capacités d'innovations. Ce sont d'ailleurs elles - les associations - qui portent le changement institutionnel qui permet de transformer radicalement la société.

QUELQUES EXEMPLES DE CES PRATIQUES SUR LE TERRITOIRE ?

Au-delà des coopérations « classiques » entre entreprises et associations assez connues sur le territoire, il existe des initiatives intéressantes à mettre en lumière, dans le cadre du cœur de métier du CISCA. Le Groupe La Poste et le Syndicat Mixte des Transports en Commun de l'agglomération clermontoise accompagnent par exemple le projet de créer un tiers-lieu étudiant. Le CISCA mène également un groupe de travail avec tout l'écosystème Clermontois qui réunit une vingtaine d'acteurs (Collectivités, associations, recherche, entreprises etc.) sur des problématiques fortes : mobilité durable, alimentation respectueuse de l'environnement, numérique inclusif. Avec l'ambition de cocréer des solutions de demain ayant un réel impact social collectif.

PERCEPTION DU PRO BONO SUR VOTRE TERRITOIRE ?

Le pro bono et plus particulièrement le mécénat de compétences est un dispositif extrêmement positif en soi qui mérite d'être développé. Mais il doit, pour être efficace, être équilibré. C'est à dire que la relation entreprise - structure accompagnée doit se faire dans les deux sens. Pour moi, le partage de compétences pertinent passe par la création d'espaces de proximité physique -ou non- qui permettent aux acteurs de se rencontrer dans une démarche de co-construction commune et une relation d'égal à égal.

LES FREINS ?

Il persiste encore une asymétrie d'information entre certains acteurs. Tous ne parlent pas le même langage et il est parfois très difficile et chronophage de parvenir à comprendre les différents discours entre des écosystèmes qui communiquent encore peu entre eux.

PRÉSENTATION DE L'ASSOCIATION

France Active promeut, sur le territoire français, l'accompagnement de l'entrepreneuriat et de l'économie sociale et solidaire en créant une économie inclusive via l'engagement social et environnemental des entrepreneurs. Nos objectifs concrets sont de créer de l'emploi sur les territoires et soutenir les activités existantes grâce à trois actions principales : accompagnement, financement et mise en réseau.

EXPÉRIENCE DU PRO BONO

Pour notre structure, cela s'est fait de manière fluide. Nous avons un fonctionnement qui mobilise de nombreuses parties prenantes et il s'avère que la BNP propose à ses collaborateurs en pré-retraite de travailler à temps-plein pour une association pendant 2 ans. Un salarié bénéficiaire de ce dispositif est venu à notre rencontre. Nous l'avons rencontré et avons décidé de tester ce dispositif. L'expérience est positive. Nous bénéficions de l'expérience d'un professionnel, dans notre cas sur des aspects commerciaux et relationnels avec les partenaires locaux.

BESOINS ET ACCÈS AU PRO BONO

Pour les besoins, nous en avons notamment sur des aspects supports, tel que la communication par exemple. La mission actuelle du volontaire arrive à son terme et nous réfléchissons déjà à renouveler l'expérience. Sur le même format car nos besoins sont sur du long terme plutôt que du ponctuel. Sur l'aspect accès, pour moi il y a encore quelques zones d'ombres, notamment sur le cadre juridique

proposé et le lien entre le salarié et la structure accueillante. Nous ne sommes pas forcément bien informés du fonctionnement du « mécénat de compétences » et le cadre peut parfois paraître soit trop mou, soit trop rigide. Il est donc très important d'avoir un référent au sein de l'association et de cadrer en amont la mission et l'actualiser ensuite, avec le volontaire, afin d'être en adéquation avec ses compétences.

PERCEPTION DES RAPPORTS ENTRE ENTREPRISES ET ESS

Cela reste pour moi une relation gagnant-gagnant. Le concept du partage de compétences en soi est une très bonne chose et mérite d'être développé au sein de la société et notamment auprès des petites associations. Cependant, je crois peu à cette vision philanthropique de l'entreprise où il y a tout de même une dimension fiscale au mécénat de compétences.

Aussi, il existe une vraie méconnaissance du sujet, de ses pratiques, de la façon d'aborder une entreprise sur le sujet. On en entend parler sans avoir de précisions.

VOTRE PRATIQUE DU PRO BONO ?

En interne, nous n'avons pas de propositions « pro bono » (hormis nos bénévoles) pour les associations que nous accompagnons mais nous y réfléchissons notamment via des systèmes de tutorat et mentoring pour suivre nos structures accompagnées dans la durée.

ANNE CALDAYROUX

Directrice chez
Les Guillemets



PRÉSENTATION DE L'ASSOCIATION

L'association Les Guillemets est un projet de l'économie sociale et solidaire dont l'objet est de créer de l'appui aux familles en insertion sociale et professionnelle. Pour cela, nous avons ouvert une micro-crèche labellisée A Vocation d'Insertion Professionnelle (AVIP) et mis en place un dispositif spécifique « Conjuguer parentalité et parcours d'insertion ». Nous sommes donc un lieu innovant d'accueil des jeunes enfants et d'accompagnement des parents afin de les soutenir dans leur projet de vie personnel et professionnel. Nous travaillons avec les partenaires de l'insertion et de la famille du territoire du Puy de Dôme. 60% des places d'accueil de la micro-crèche sont réservées à des publics en situation d'insertion qui n'auraient pas de places dans le système classique. Les familles sont orientées par nos partenaires conventionnés : la prescription. La diversité des familles accueillies au sein de l'association est un élément fort de mixité.

EXPÉRIENCE DU PRO BONO

Les membres de notre CA font régulièrement du pro bono pour nous. Je pense en particulier à deux administratrices, une psychologue clinicienne et une ancienne salariée de l'institut des travailleurs sociaux, qui interviennent régulièrement dans les ateliers et formations que nous organisons pour les parents. Cela nous permet de bénéficier de regards extérieurs sur le projet, d'une autre vision. Et puis en tant que petite association, il y a des ressources que nous ne pouvons pas avoir, des compétences spécifiques qui sont pourtant nécessaires aujourd'hui pour apporter une crédibilité. Le pro bono peut nous permettre d'y accéder.

BESOINS ET ACCÈS AUX COMPÉTENCES

Après 2 ans d'existence, l'association bénéficie d'une véritable reconnaissance dans le secteur de l'insertion et de la famille pour son expertise et son

accompagnement. L'association a grossi très vite et il y a une vraie attente de la part de nos partenaires et de nos bénéficiaires.

Nous avons identifié de nombreux besoins et portons plusieurs projets pour y répondre : ouverture d'une nouvelle micro-crèche AVIP, création d'un nouveau dispositif d'accueil des 2-3 ans qui permettrait de créer les conditions adaptées d'une première socialisation. Nous avons donc besoin de nous développer pour répondre aux attentes, mais aussi de prendre le temps de nous structurer. Nous aurions besoin d'être accompagnés dans cette réflexion stratégique pour maîtriser et cadrer ce développement. De manière ponctuelle, ou sur de courtes durées, nous aurions également besoin d'être formés sur des aspects juridiques, en particulier concernant la gestion des Ressources Humaines pour laquelle nous avons de vraies problématiques. Enfin, nous aimerions pouvoir travailler sur nos outils de communication en particulier pour créer des visuels pour les ateliers à destination des enfants et des parents.

DES REMARQUES OU DES ATTENTES POUR AMÉLIORER LA DIFFUSION DU PRO BONO ?

Il faudrait développer le partage d'expérience avec d'autres territoires pour créer des liens avec d'autres structures associatives. Maintenant que notre projet fonctionne et qu'il répond à la problématique identifiée, nous aimerions pouvoir partager nos compétences (et donc faire du pro bono !) pour permettre à d'autres d'initier le développement de projets similaires sur d'autres territoires. Mais nous faisons face à plusieurs difficultés : le manque de temps en tant que structure associative, ainsi que le manque de « réseau » et d'intermédiaire. Sur les échanges entreprises/associations il y en a peu aujourd'hui, surtout sur le sujet de la parentalité et de l'insertion qui est complexe. Pourtant nous en avons besoin !

JOËLLE CHELLE

Directrice
de INSERFAC



PRÉSENTATION DE L'ASSOCIATION

Fondée en 1991, Inserfac est une entreprise apprenante solidaire et écoresponsable, implantée sur les territoires de Riom, Thiers et Clermont-Ferrand. L'association est composée de neuf ateliers et chantiers d'insertion, tels que la restauration, le lavage automobile, la gestion et la location de costumes, mais également un atelier de couture, de jardinage, d'animation touristique de coutellerie, de repassage, etc. L'ensemble des ateliers ont pour seule mission de former des salariés à leur employabilité. Ce parcours d'accompagnement socioprofessionnel vers l'emploi est proposé aux personnes en difficulté d'insertion et bénéficiaires des minima sociaux. Chaque année, ce sont 120 salariés accompagnés (16 mois d'accompagnement en moyenne) dont une majorité sont des femmes (67%).

EXPÉRIENCE DU PRO BONO

Le pro bono est au cœur de notre projet avec nos deux équipes de super bénévoles, qui en partageant leurs compétences complètent parfaitement notre accompagnement. Le premier groupe qui est composé de sept jeunes retraités, propose de la remise à niveau en mathématiques, en français, en informatique et également pour le code de la route (de 2h à 6 heures par semaine). Ils permettent aux salariés de s'améliorer et d'ouvrir le champ des possibles pour (re)trouver un emploi. Mis en place plus récemment et pour pallier aux difficultés que rencontraient nos bénéficiaires lors des entretiens de recrutement, un autre groupe

de bénévoles (spécialisé en RH) propose des simulations d'entretiens en fonction des besoins.

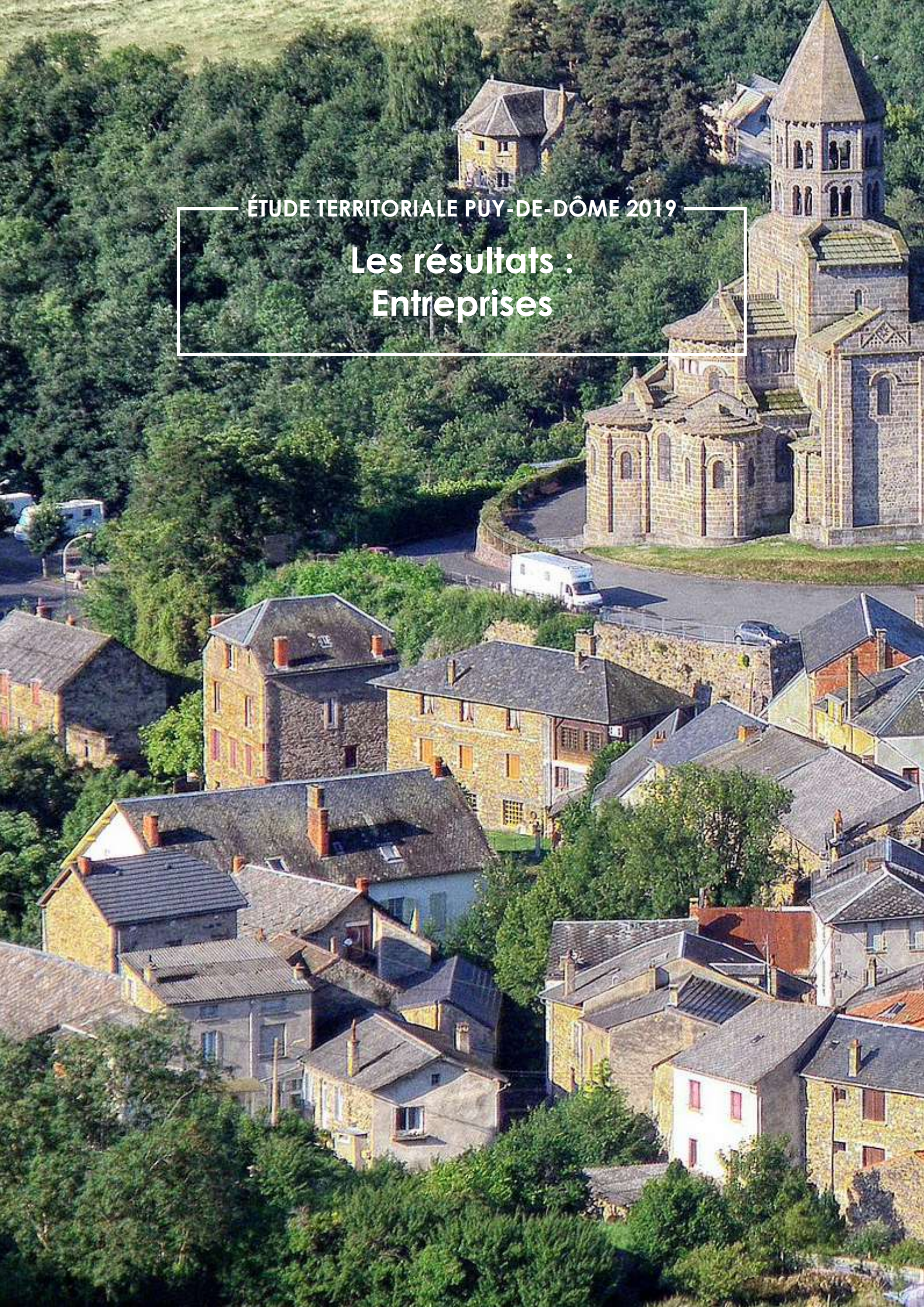
BESOINS ET ACCÈS EN COMPÉTENCES

Nos besoins en compétences concernent comme beaucoup d'associations la communication et le marketing. Actuellement, nous n'avons pas de stratégie bien définie et pourtant nous en aurions besoin. En effet, de très belles histoires naissent dans nos chantiers d'insertion et mériteraient d'être entendues. Ce serait notre priorité numéro une. Concernant la seconde, nous aimerions idéalement avoir un mécénat de compétences qui travaillerait sur les levées de fonds.

En soi, nous ne trouvons pas que l'accès aux compétences soit compliqué pour nous, mais ce qui nous en complique l'accès, c'est de savoir vers qui se tourner et comment formaliser nos besoins.

PERCEPTION DES RAPPORTS ENTRE ENTREPRISES ET ESS

Le rapport entre entreprises et ESS est primordial pour les 120 salariés que nous accompagnons vers l'emploi. Les entreprises avec lesquelles nous travaillons (mécénat ou prestation) apportent leurs connaissances du monde du travail, leurs approches et exigences en termes de recrutement, leurs soutiens techniques et/ou logistiques, leurs compétences en mécénat. De plus en plus, des entreprises nous soutiennent et font progresser notre chiffre d'affaires au travers de dons et de prestations.



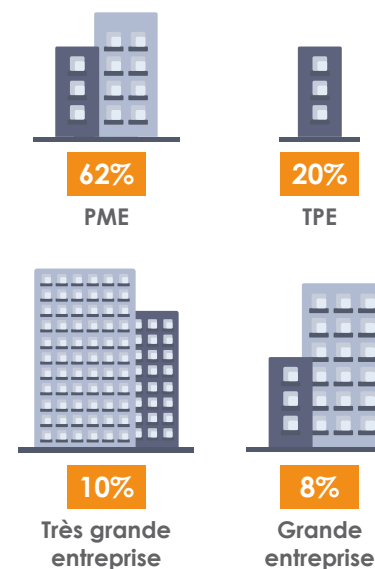
ÉTUDE TERRITORIALE PUY-DE-DÔME 2019

Les résultats : Entreprises

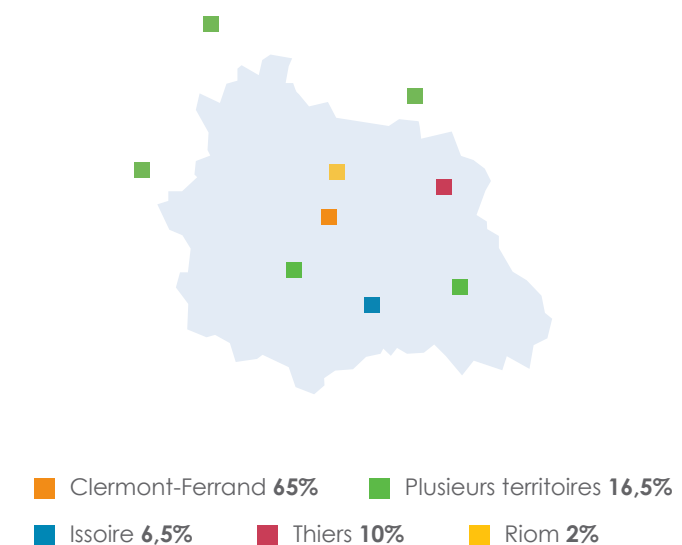


PROFIL DES RÉPONDANTS

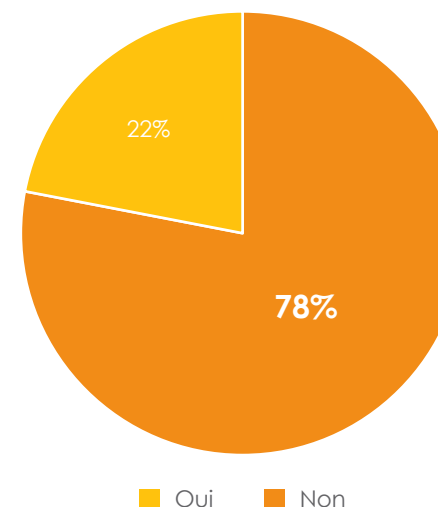
TAILLE*



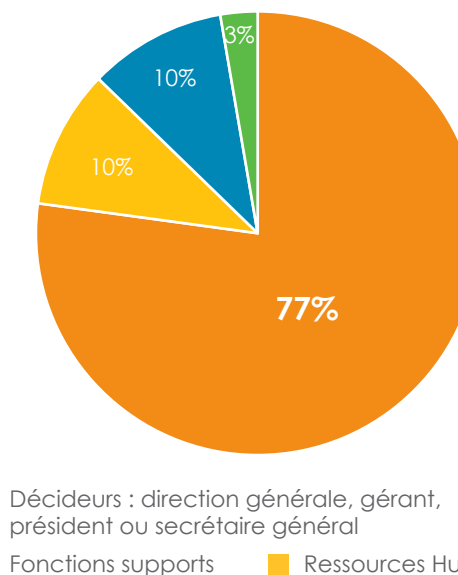
TERRITOIRE D'INTERVENTION



PRÉSENCE D'UNE FONDATION OU D'UN FONDS DE DOTATION



FONCTION DU OU DE LA RÉPONDANT.E AU SEIN DE LA STRUCTURE

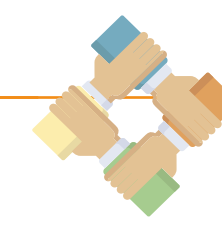


- 60% des structures ayant un Fonds de dotation ou une fondation, ont leur siège entreprise à l'extérieur du département contre 84% tous répondants confondus.
- 98% des répondants ayant une Fondation ou un Fonds de dotation, sont de grandes ou très grandes entreprises. Les 2% restants sont des PME qui bénéficient de fondation nationales ou fonds de dotation au niveau national.

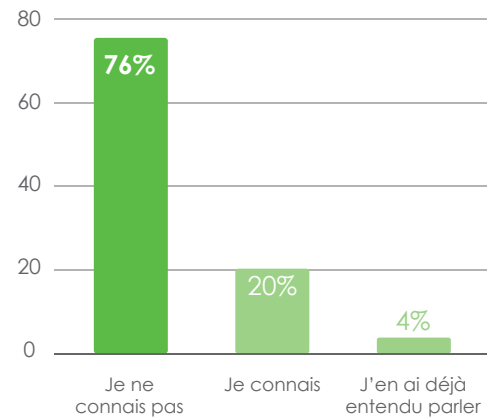
LES PME PEUVENT AUSSI CRÉER LEUR PROPRE FONDATION

La solution de créer sa Fondation abritée (appelée aussi « sous-égide ») vous permet de simplifier l'approche et de vous accompagner dans sa structuration. La démarche n'est pas seulement réservée aux grandes entreprises*. Club Identicar est une PME qui a créée sa Fondation et a été interviewé en ce sens : <https://pro-bono.co/ils-ont-le-pro-bono-interview-de-olivia-gobet-de-la-fondation-identicar/>

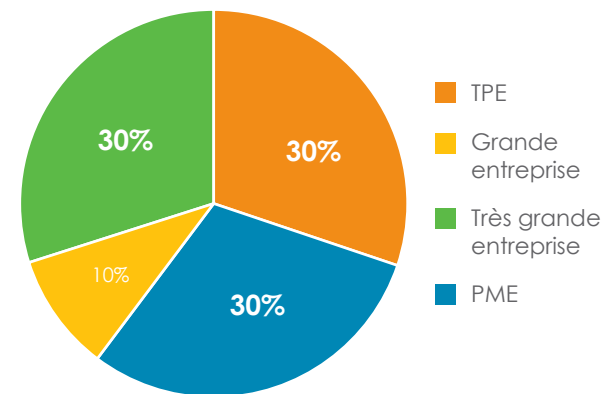
* TPE : moins de 10 salariés - PME : 10 à 249 salariés - ETI : 250 à 999 salariés - Grande entreprise : 1000 à 4999 - Très grande entreprise : 5000 salariés et plus



CONNAISSANCE DE LA NOTION DE PRO BONO



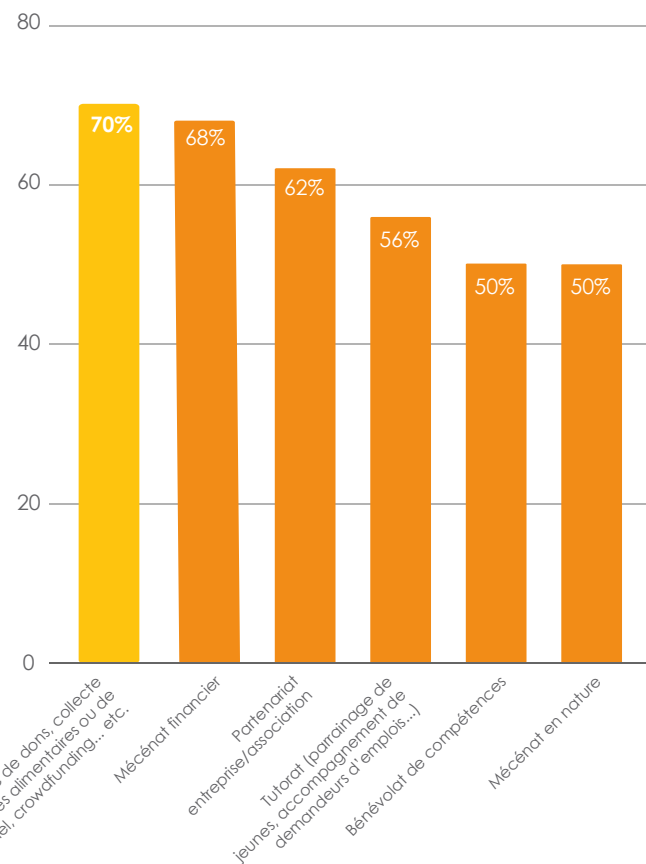
TYPOLOGIE DES ACTEURS CONNAISSANTS LA NOTION DE PRO BONO



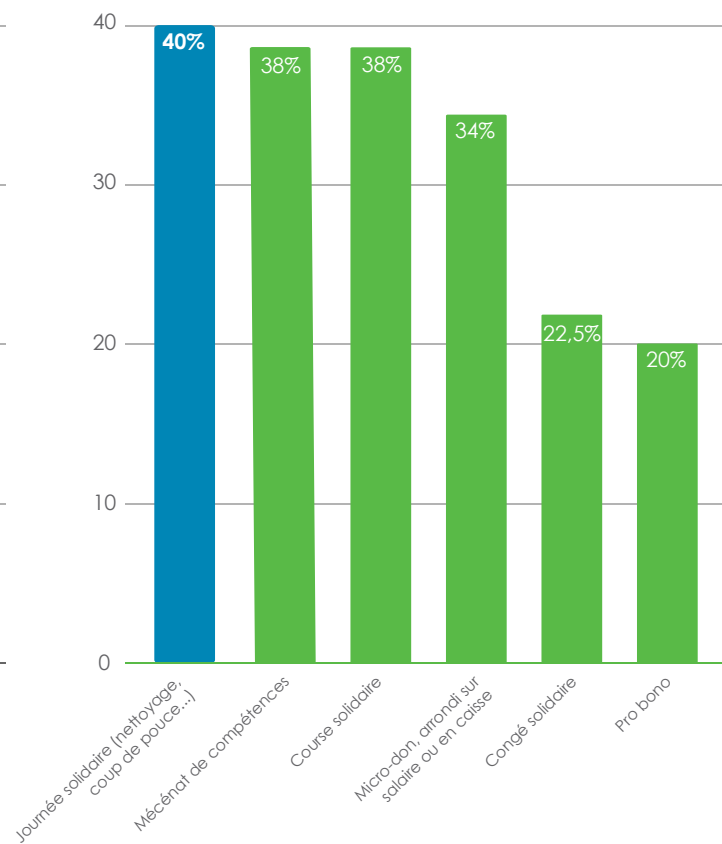
76% des personnes interrogées au sein des entreprises répondantes ne connaissent pas la notion de pro bono. C'est une notion encore peu connue sur le département et c'est d'ailleurs la moins connue de toutes celles qui ont été soumises aux répondant.e.s. Elle l'est moins que ses déclinaisons de bénévolat de compétences et de mécénat de compétences (cf. détail dans les prochains graphiques).

Parmi tous les acteurs connaissant la notion de pro bono, 30% sont des TPE et 30% des PME. C'est un chiffre encourageant car c'est pratiquement autant que les grandes et très grandes entreprises (40%).

NOTIONS RELATIVES À L'ENGAGEMENT CITOYEN LES PLUS CONNUES

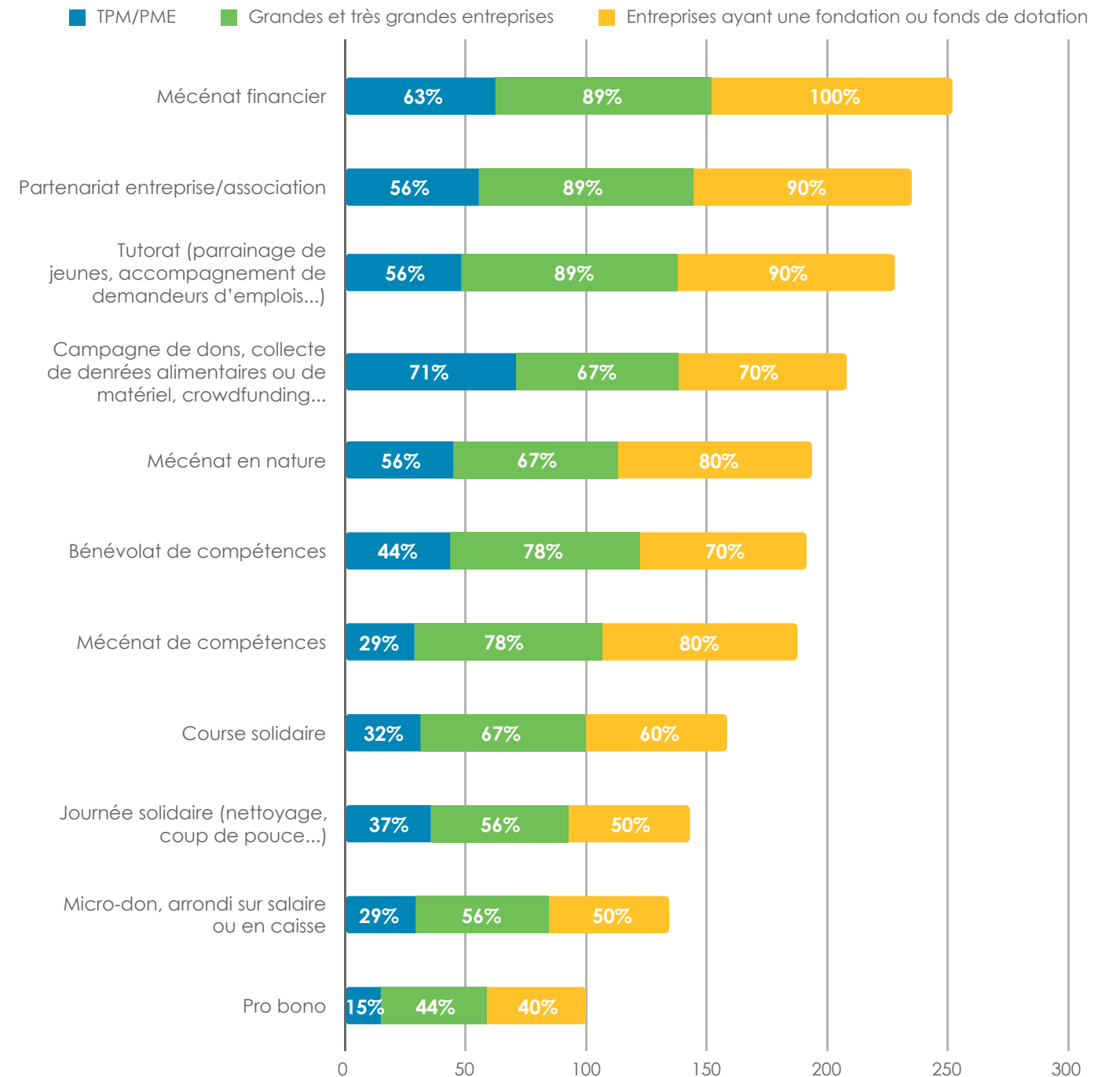


NOTIONS RELATIVES À L'ENGAGEMENT CITOYEN LES MOINS CONNUES



Les campagnes de dons, collecte de denrées alimentaires ou de matériel, crowdfunding etc. ainsi que le mécénat financier restent les outils les plus connus d'engagement citoyen pour une entreprise. Au contraire, le mécénat de compétences, les congés solidaires et la notion de pro bono ne semblent pas encore démocratisés.

CONNAISSANCE DES NOTIONS D'ENGAGEMENT CITOYEN



Toutes ces différentes notions sont plus connues par des personnes dont la fonction est généralement associée aux actions de coopération avec des structures à finalité sociale et d'engagement des collaborateurs : responsable de fondation, des ressources humaines, de la communication et du développement durable notamment.

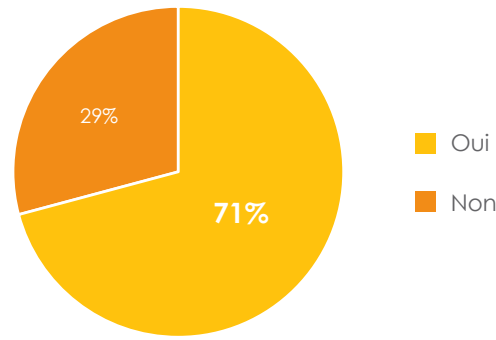
Par exemple, la notion de pro bono est principalement connue des professionnel.le.s des ressources humaines (30%), de la RSE (30%), contre 10% des professionnel.le.s issu.e.s de la direction générale alors qu'ils ou elles représentent 54% de nos répondant.e.s.

Plus l'entreprise est grande, et plus il y a de chances que la personne interrogée connaisse ces notions. Par exemple, la notion de mécénat de compétences est connue par 78% des grandes et très grandes entreprises contre seulement 29% des TPE/PME.

76% des répondants ne connaissent pas la notion de pro bono mais 63% d'entre eux mènent des actions d'engagement citoyen en soutien à la vie locale (majoritairement mécénat financier, 54%, tutorat/parrainage 50%, partenariat entreprise/association 62%).



LES ENTREPRISES MÈNENT-ELLES DES ACTIONS D'ENGAGEMENT CITOYEN ?

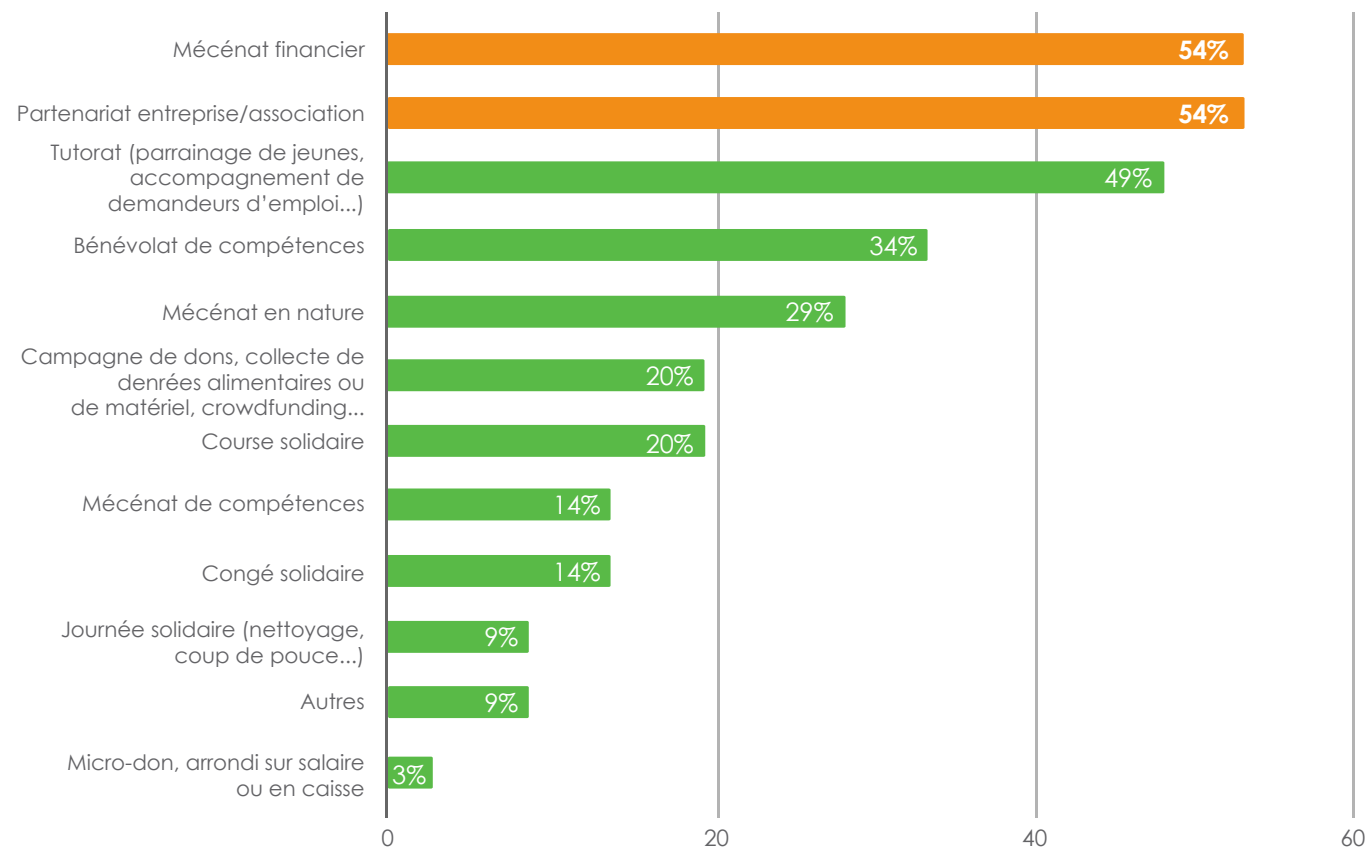


Il s'agit là d'un chiffre encourageant au vu de la taille de la majorité des entreprises répondantes : si **100%** des grandes et des très grandes entreprises de l'échantillon mettent en place de telles actions, **65,85%** des TPE/PME le font aussi.

Le nombre d'entreprises mettant en place des actions d'engagement citoyen est assez élevé vis-à-vis des autres études déjà menées sur différents territoires : **56%** des répondant.e.s à notre étude territoriale Hauts-de-France menaient des actions d'engagement citoyen et **55%** sur notre étude territoriale à Saint-Etienne.

LES ACTIONS D'ENGAGEMENT MENÉES PAR LES ENTREPRISES

(entreprises déclarant mener des actions d'engagement citoyen, plusieurs réponses possibles)



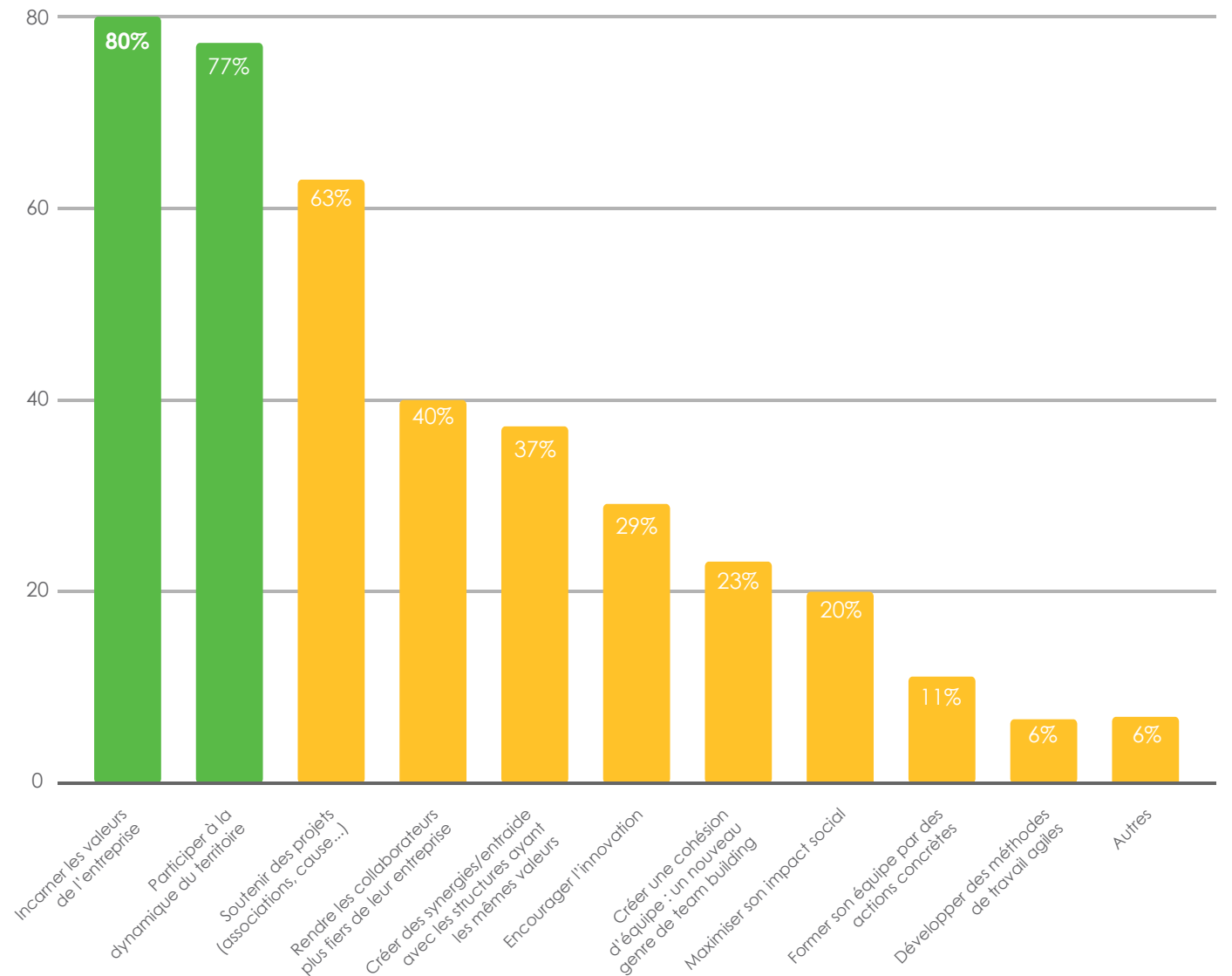
Les deux premières actions d'engagement citoyen menées restent identiques quelque soit la taille des entreprises : Mécénat financier (**54%**) et Partenariat Entreprise/association (**54%**). Cependant le pourcentage varie selon les répondants :

TAILLE	MÉCÉNAT FINANCIER	PARTENARIAT ENTREPRISE/ASSOCIATION
TPE/PME	46%	46% (à égalité avec tutorat/parrainage)
Grande et très grande entreprise	78%	78%
Entreprise avec fonds ou fondation	90%	70%

Plus l'entreprise est grande, plus le mécénat de compétences est pratiqué au sein de la structure. Quand près de **50%** des grandes et très grandes entreprises déclarent mener des actions en ce sens, moins de **10%** des TPE/PME le font. Cela s'explique par la volonté des grands groupes, dont la politique RH et RSE est souvent plus structurée, de proposer à leurs collaborateurs des formats diversifiés, sur-mesure et complémentaires afin d'accompagner des structures à finalité sociale dans la durée et sous plusieurs formes. Cf. la partie sur les pratiques de mécénat de compétences.



LES MOTIVATIONS À S'ENGAGER



Les motivations à s'engager sont sensiblement les mêmes suivant la taille de la structure. Si les TPE vont légèrement favoriser le fait de participer à la dynamique du territoire, les très grandes entreprises vont préférer incarner les valeurs de leur entreprise (**à 100%**), maximiser son impact social (**66%** contre **20%** pour les TPE/PME) et rendre leurs collaborateurs plus fiers de l'entreprise (**34%**). Les enjeux RH et de marque peuvent être plus prégnants pour les grandes entreprises.

Les TPE/PME mettent également davantage en avant la volonté d'encourager des actions innovantes et de créer des synergies avec des structures ayant les mêmes valeurs (**20% et 30%**).

A titre de comparaison, selon le Baromètre du mécénat d'entreprise 2018 d'ADMICAL, les entreprises mécènes interrogées font du mécénat principalement pour : contribuer à l'intérêt général, exprimer et incarner les valeurs de l'entreprises, construire des relations avec les acteurs du territoire et valoriser l'image et la réputation de l'entreprise. A noter également, selon la même source, que **89%** des projets soutenus par les mécènes sont locaux ou régionaux (**21%** nationaux et **15%** internationaux).

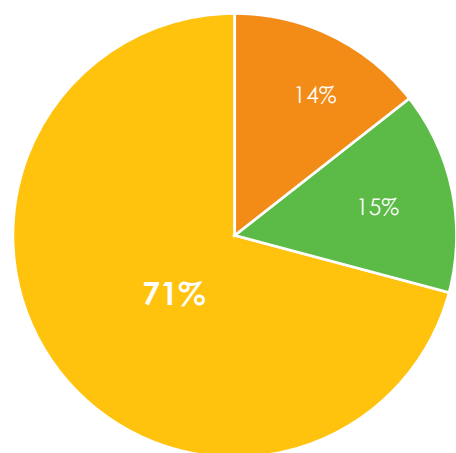
TÉMOIGNAGE IKEA CLERMONT-FERRAND

« IKEA mise beaucoup sur les compétences des collaborateurs en leur donnant la possibilité d'évoluer et de contribuer aux actions locales existantes. » (interview complète dans la partie « étude de cas »).



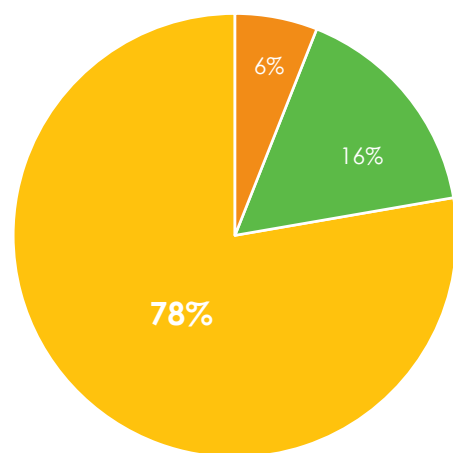
LES ENTREPRISES PRATIQUENT-ELLES LE MÉCÉNAT DE COMPÉTENCES ?

LES ENTREPRISES



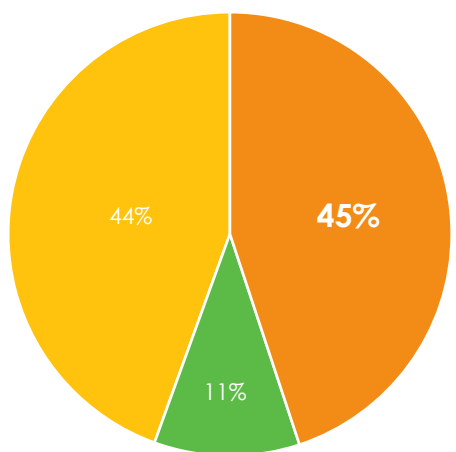
■ Oui ■ Non ■ Oui, mais plutôt en bénévolat de compétences

LES TPE/PME



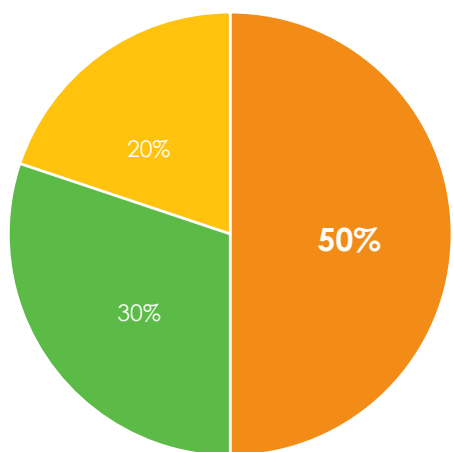
■ Oui ■ Non ■ Oui, mais plutôt en bénévolat de compétences

LES GRANDES ET TRÈS GRANDES ENTREPRISES



■ Oui ■ Non ■ Oui, mais plutôt en bénévolat de compétences

LES ORGANISATIONS AYANT UNE FONDATION OU UN FONDS DE DOTATION



■ Oui ■ Non ■ Oui, mais plutôt en bénévolat de compétences

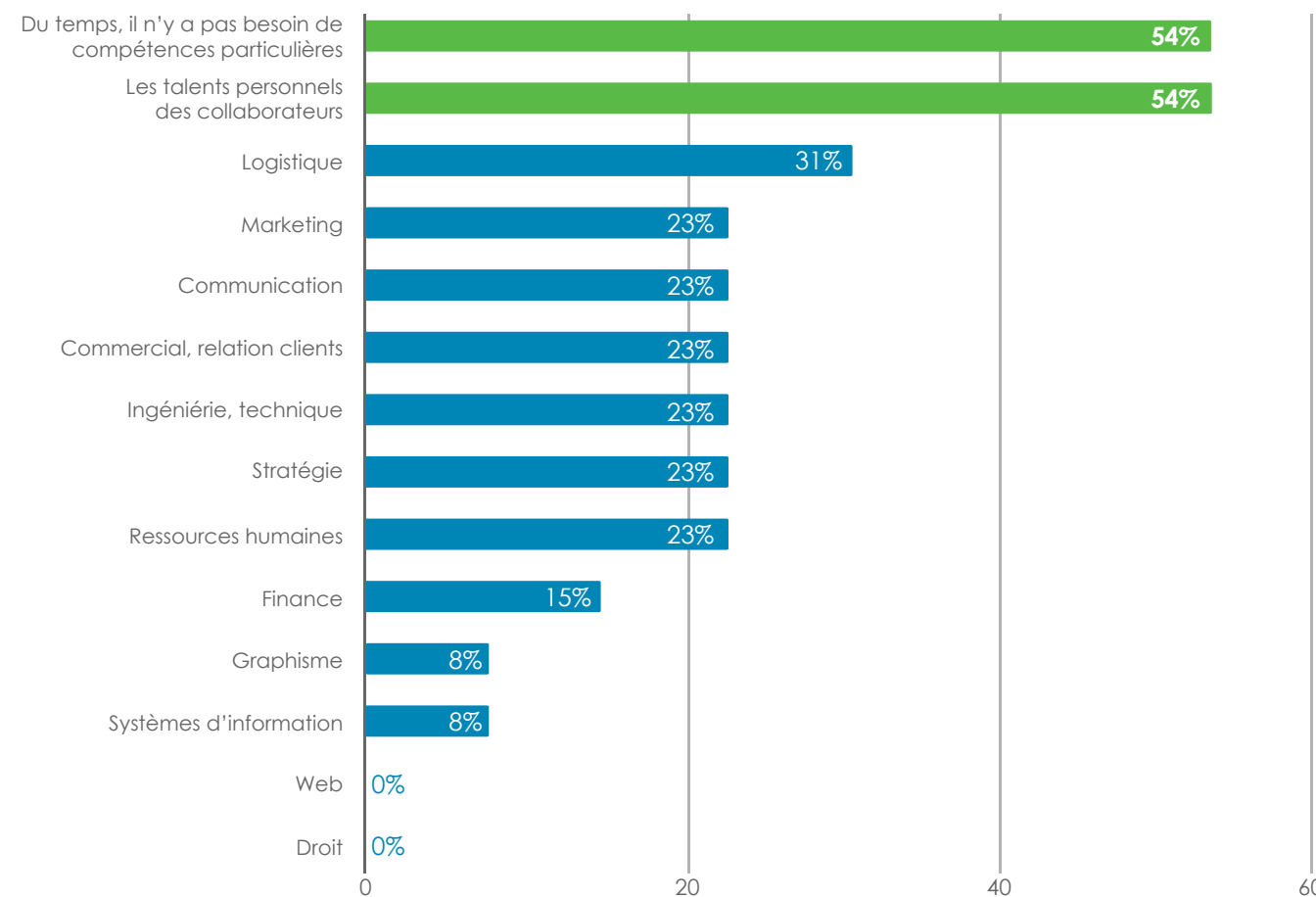
Plus des trois quarts des entreprises répondantes ne pratiquent pas le mécénat de compétences. Ce ratio change lorsque l'on regarde la taille des entreprises. Près de **50%** des entreprises bénéficiant d'un fonds de dotation ou d'une fondation pratiquent le mécénat de compétences et seulement **6%** des TPE/PME.

Selon le Baromètre du mécénat d'entreprise 2018 d'Admical, le budget des mécènes interrogés est dédié à **84%** au mécénat financier, **3%** au mécénat en nature et **13%** en mécénat de compétences (et **20%** des entreprises mécènes proposent à leurs collaborateurs de mettre leurs compétences au service de l'intérêt général, soit **+9%** depuis 2016).

TÉMOIGNAGE GROUPE LA POSTE

« [...] Sur le mécénat de compétences, nous proposons plusieurs dispositifs [...]. Un pilote va être lancé pour permettre à l'ensemble des collaborateurs du Groupe volontaires de s'engager au travers de plusieurs formats de missions individuelles ou collectives » (interview complète dans la partie « étude de cas »).

LES COMPÉTENCES MISES EN ŒUVRE*



Le mécénat de compétences dans les entreprises interrogées reste encore souvent synonyme d'activités de terrain qui ne demandent pas de compétences métiers (**54%** des entreprises répondantes proposent ce type de mission, mobilisant surtout le temps des collaborateurs).

Parmi les compétences les plus mobilisées, on recense la communication et les ressources humaines (un tiers des entreprises interrogées pour chacune d'entre elles), la gestion commerciale et la stratégie (environ une entreprise sur cinq).

On retrouve ici des fonctions support, très demandées par les structures à finalité sociale, et présentes dans toutes les entreprises, ce qui explique que des missions de mécénat de compétences soient majoritairement basées sur ces compétences.

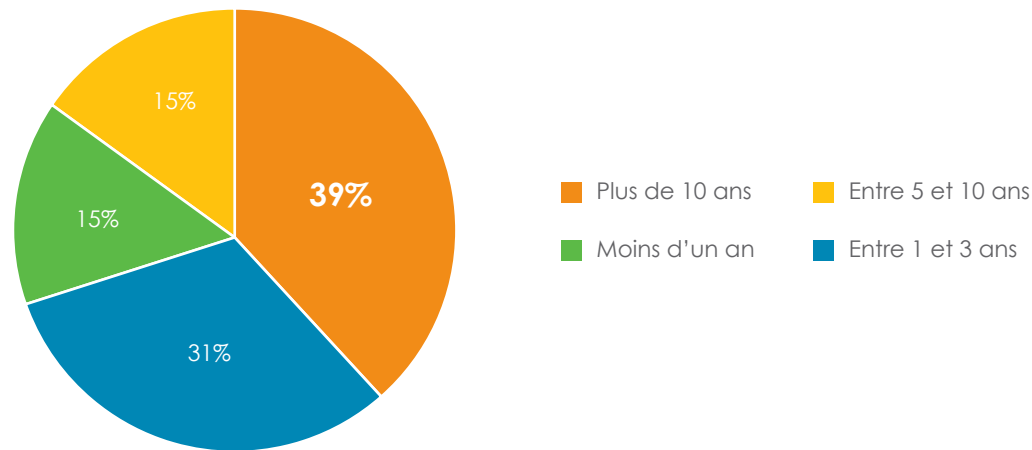
- Pour les TPE/PME mettant en œuvre des actions en mécénat de compétences (**6%** d'entre elles), les compétences mobilisées sont différentes des compétences mobilisées au sein des grandes et très grandes entreprises ;
- Les deux premières compétences exercées restent identiques (temps et talents personnels des collaborateurs) mais les compétences ensuite sollicitées sont : commerciales et relations clients (**25%**), logistique (**25%**), ingénierie, technique (**25%**) ;
- A l'inverse, les compétences Communication et RH n'ont pas été mobilisées au sein de ces structures contre respectivement **60%** et **40%** au sein des grandes et très grandes entreprises.

EXPÉRIENCE DE PRO BONO LAB

Les structures à finalité sociale (cf. première partie) expriment un fort besoin d'accompagnement en compétences sur les aspects RH, communication et stratégique. Cependant, lors de nos missions, nous constatons de plus en plus la nécessité de capter des compétences plus "techniques" et "atypiques" pour répondre à des besoins précis de certaines associations. Des structures telles que les TPE/PME peuvent donc proposer des compétences différentes et très complémentaires des grandes et très grandes entreprises.

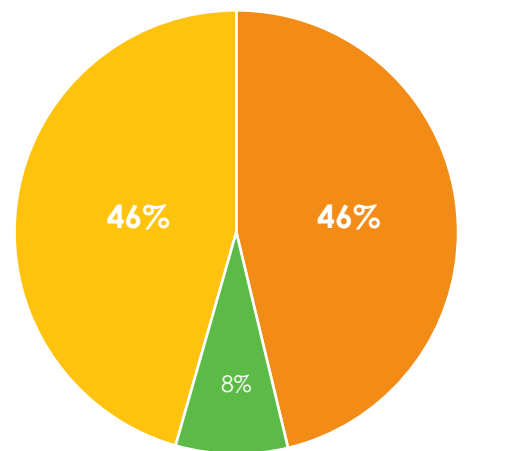
*Question posée aux répondants entreprises déclarant pratiquer le mécénat de compétences

DÉBUT DE LA PRATIQUE DU MÉCÉNAT DE COMPÉTENCES DANS L'ENTREPRISE*

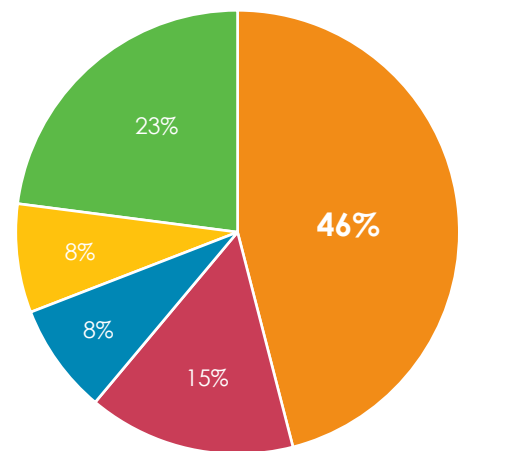


- Ce sont les grandes et très grandes entreprises qui sont les plus nombreuses à pratiquer le mécénat de compétences depuis plus de 10 ans à **80%** et **20%** entre 5 et 10 ans. On y retrouve les organisations qui possèdent une Fondation ou un Fonds de dotation (dont **67%** mènent des actions depuis plus de 10 ans).
- **75%** des TPE/PME mènent des actions depuis moins de 3 ans et **25%** depuis plus de 5 ans.
- Parmi les entreprises qui pratiquent le mécénat de compétences, la majorité le font depuis plus de 5 ans (**54%**).

NOMBRE DE MISSIONS*



NOMBRE DE COLLABORATEURS*

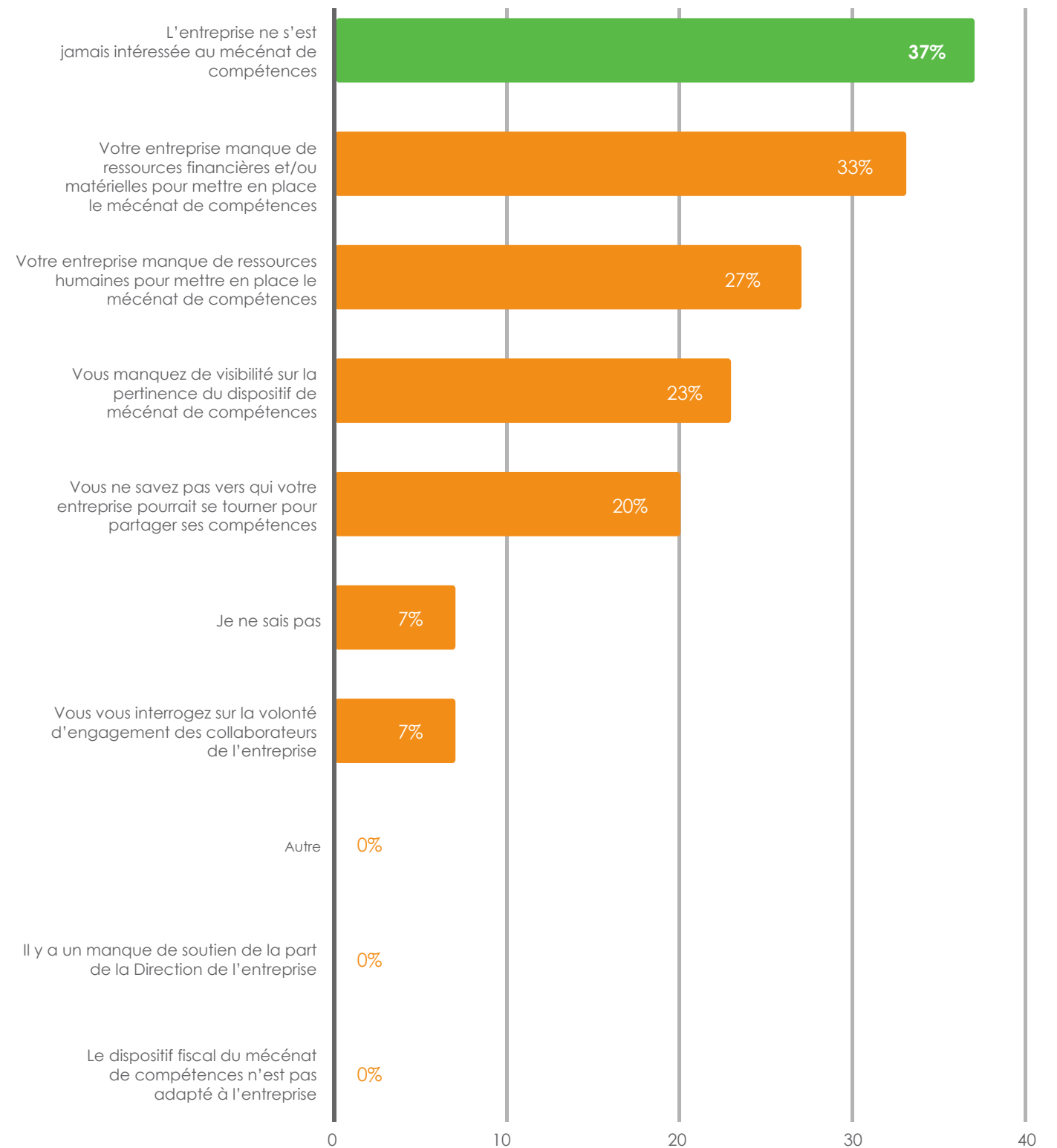


Parmi les entreprises qui pratiquent le mécénat de compétences, la plupart d'entre elles proposent des missions à un petit nombre de collaborateurs : moins de 20 par an pour **61%** d'entre elles.

TÉMOIGNAGE BABYMOOV

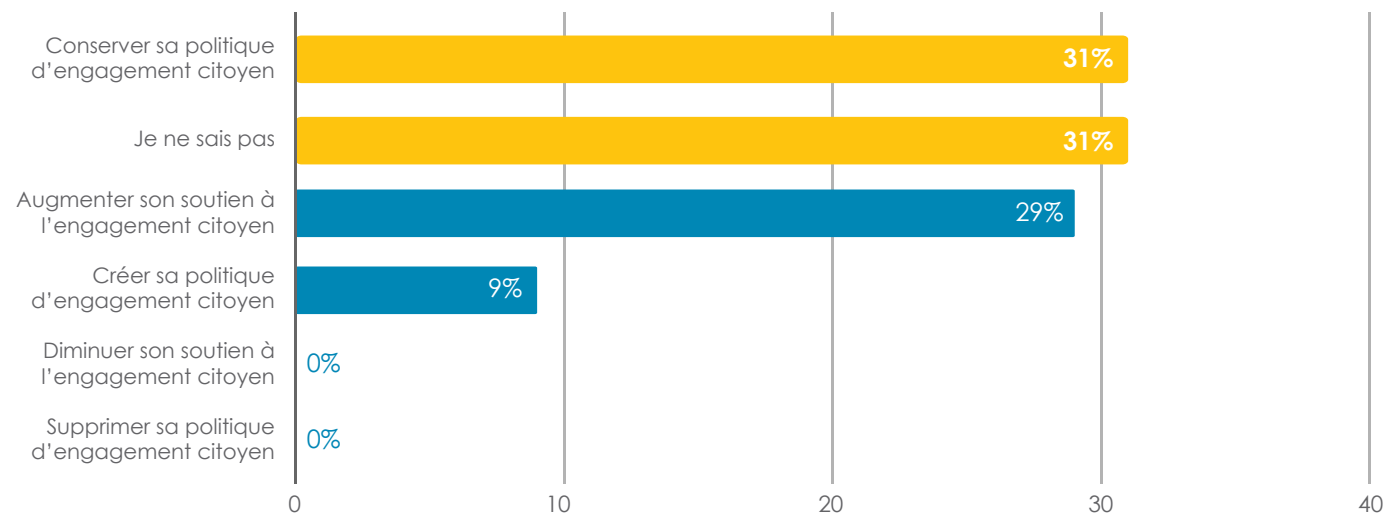
« Nous avons une vraie demande de nos collaborateurs qui ont la volonté de s'engager auprès d'associations et de participer à des missions d'actions sociales. Nous souhaitons leur apporter une réponse en mettant en place un dispositif. Mais nous cherchons encore notre manière de fonctionner pour avoir un réel impact local. » (interview complète dans la partie « étude de cas »).

LES FREINS À LA MISE EN PLACE DE DISPOSITIFS DE MÉCÉNAT DE COMPÉTENCES*



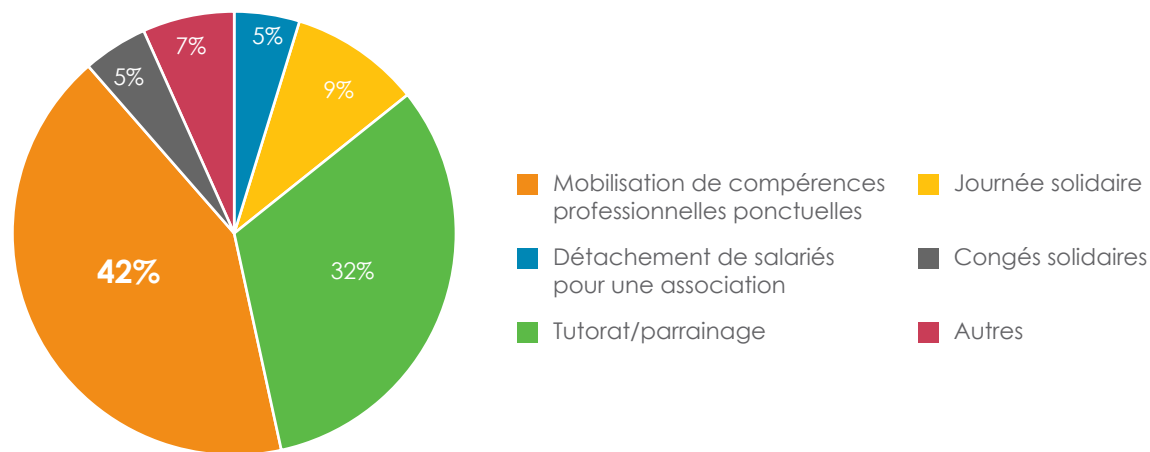
90% des répondant.e.s à cette question sont des TPE/PME. **36%** des répondant.e.s annoncent ne s'être jamais intéressé.e.s à ce dispositif. **63%** expriment, sous différentes formes, manquer de ressources en interne (humaines ou financières/matérielles) et à peu près **70%** ne savent pas vers qui se tourner, manquent de visibilité sur le dispositif ou ne savent tout simplement pas pourquoi ils ou elles ne mettent pas en place ce genre de dispositif.

POSITIONNEMENT DE L'ENTREPRISE SUR LES 3 ANNÉES À VENIR PAR RAPPORT À L'ENGAGEMENT CITOYEN*



Complément : selon le Baromètre du mécénat d'entreprise 2018 d'ADMICAL, **85%** des mécènes interrogés pensent stabiliser ou augmenter leur budget de mécénat dans les 2 ans à venir.

FORMATS SUSCEPTIBLES D'ÊTRE MIS EN PLACE*



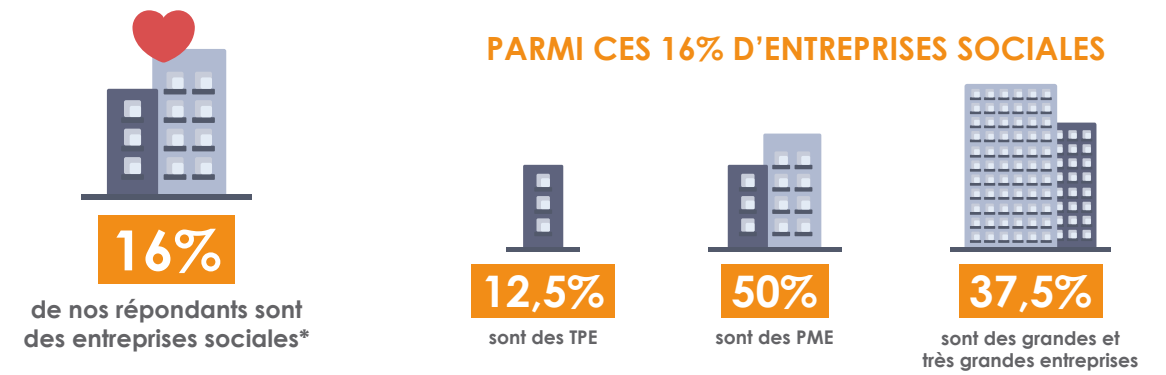
Les formats de mécénat de compétences susceptibles d'être mis en place restent sensiblement les mêmes selon le profil des répondants.

Par exemple, les entreprises ayant une Fondation ou un Fonds de dotation sont susceptibles de mobiliser les compétences professionnelles des collaborateurs à **63%** et le Tutorat/parrainage à **47%**.

Lors de nos différentes missions de conseil auprès de nos partenaires entreprises, nous constatons que les collaborateurs souhaitent s'engager sur leurs temps de travail mais sur des actions ponctuelles et de courte durée.

TÉMOIGNAGE BABYMOOV

« Nous ne sommes pas une très grosse structure [...] il est difficile de s'engager et de dégager le temps nécessaire [...]. Plus spécifiquement sur le mécénat de compétences, nous avons besoin de visibilité et de retours sur la manière de le mettre en place concrètement [...] » (interview complète dans la partie « étude de cas »).



LA CONNAISSANCE DES NOTIONS D'ENGAGEMENT CITOYEN



LES ACTIONS D'ENGAGEMENT CITOYEN ET MOTIVATIONS

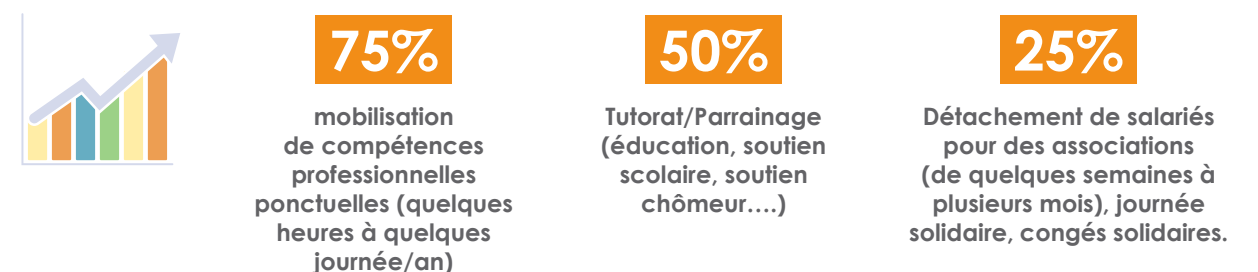


Top 3 des actions menées : partenariat entreprises/associations (**75%**), bénévolat de compétences, mécénat financier, tutorat/parrainage, journée solidaire et mécénat de compétences à **50%**. On constate une diversité des actions menées par les entreprises sociales alors qu'au global les actions menées sont plutôt d'ordre financières

TOP 3 DES MOTIVATIONS À L'ENGAGEMENT



FORMATS POTENTIELS D'ENGAGEMENT**



*Structure de l'ESS selon la définition de la loi Hamon. Nous entendons par là qu'elle mentionne de manière explicite dans ses statuts les 3 caractéristiques suivantes : la majorité des actions poursuivent un objectif d'utilité sociale, le mode de gouvernance est démocratique et participatif, la lucrativité est nulle ou limitée.

**Entreprises sociales déclarant ne pas pratiquer le mécénat de compétences

MÉLISSA MOREL

Responsable RH et référente handicap chez Babymoov



POLITIQUE D'ENGAGEMENT DE L'ORGANISATION

Babymoov n'a pour le moment pas de politique d'engagement structurée. Cependant l'entreprise a récemment entamé un travail de réflexion autour de ses valeurs et de leurs traductions dans le quotidien des équipes, notamment dans la relation avec les parties prenantes. L'une de ses valeurs est la bienveillance. Symbole de cette "bienveillance", nous avons une vraie demande de nos collaborateurs qui ont la volonté de s'engager auprès d'associations et de participer à des missions d'actions sociales. Nous souhaitons leur apporter une réponse en mettant en place un dispositif. Mais nous cherchons encore notre manière de fonctionner pour avoir un réel impact local.

Nous menons tout de même déjà quelques actions sur le territoire, notamment sur la thématique du handicap. Le CSE possède un budget « actions sociales » et a par exemple été sollicité pour créer une équipe de coureurs pour l'évènement « Clermont en Rose ». Nous traitons avec un ESAT pour le packaging de nos produits et la gestion de nos espaces verts et nous faisons également des dons en nature à des associations sur nos invendus.

MOTIVATIONS ET AVANTAGES À FAIRE DU PRO BONO

Il y a une volonté de structurer notre politique d'engagement en interne. Nous avons sollicité tous les collaborateurs pour recueillir leurs idées et notamment les actions qu'ils souhaitent mener. Chez Babymoov, nous avons une vraie culture de l'innovation collective. Depuis plusieurs années nous menons des séances de « marathon » qui mobilisent tout notre écosystème (parents, collaborateurs, etc.) pour imaginer et co-construire nos produits futurs. Cette philosophie de la co-construction est pour moi propice à la mise en place de dispositif

d'engagement et notamment en mécénat de compétences. Il est clair que mettre en place une vraie politique d'engagement permettra également de développer notre marque employeur et de rendre plus fiers nos collaborateurs, qui sont également nos ambassadeurs et pour certains nos clients.

LIMITES AXES DE PROGRESSION ET AVENIR DU PRO BONO

Nous ne sommes pas une très grosse structure. Avec 70 collaborateurs au siège (et 120 environ dans le groupe), il est difficile de s'engager et de dégager le temps nécessaire à la mise en place d'actions. Il est important également de parvenir à sensibiliser et mobiliser les managers sur le sujet. Plus spécifiquement sur le mécénat de compétences, nous avons besoin de visibilité et de retours sur la manière de le mettre en place concrètement et quelles sont les compétences que nous pouvons mettre à disposition. Mais je suis convaincue que nous avons beaucoup de compétences à partager. Nous avons par exemple de fortes compétences en marketing, communication visuelle et commerciales avec une forte culture de la digitalisation.

VISION COOPÉRATION ESS/ETS

L'écosystème du Puy-de-Dôme est très riche et nos dirigeants (ils sont trois) sont très attachés au territoire. Nous avons la chance d'avoir un lien de proximité avec les acteurs du territoire : la mairie, les communautés de commune, le département, etc. Il est important pour moi qu'une entreprise ait une empreinte locale sur son territoire et que les entreprises collaborent entre elles pour proposer des actions communes.

STÉPHANIE ORDUREAU

Responsable Ressources Humaines chez IKEA Clermont-Ferrand



POLITIQUE D'ENGAGEMENT DE L'ORGANISATION

IKEA est une entreprise portée par des valeurs. La diversité et l'inclusion sont ancrées dans nos valeurs. Nous croyons en chacun et considérons que chaque personne a des talents. Un de nos axes d'intervention porte sur le handicap. Nous avons de forts engagements sur le département sur cet axe-ci. Nous menons plusieurs actions notamment via l'accueil par nos collaborateurs de personnes en situation de handicap au sein de notre site. L'objectif est de leur faire découvrir nos métiers très variés afin qu'il puisse se réinsérer dans la vie professionnelle en leur redonnant confiance en eux. Ce dispositif est actif depuis maintenant près de 3 ans où une vingtaine de collaborateurs sont mobilisés en alternant via des missions courtes et longues (de missions découvertes à des stages), au bénéfice d'une vingtaine de personnes.

Il est important pour nous d'évaluer nos missions en amont et après leurs réalisations, et ce grâce à des bilans de compétences auprès des collaborateurs notamment. Nous participons également à plusieurs actions sur le territoire, avec Habitat et Humanisme, les mains ouvertes ou encore la semaine du handicap avec Michelin.

MOTIVATIONS ET AVANTAGES À FAIRE DU PRO BONO

Nous ne faisons pas de mécénat financier. De ce fait, IKEA mise beaucoup sur les compétences des collaborateurs en leur donnant la possibilité d'évoluer et de contribuer aux actions locales existantes. Nous souhaitons par ce biais susciter l'engagement. Il ne faut pas être réticent à faire du pro bono, il faut oser se lancer. Il est cependant important de bien cadrer sa première mission, c'est essentiel.

LIMITES AXES DE PROGRESSION ET AVENIR DU PRO BONO

Le sujet du mécénat de compétences est encore peu connu par le grand public et les entreprises. Il faut passer du temps à expliquer la démarche autant en externe qu'en interne. Par exemple, IKEA a formé ses 33 managers du site au sujet du handicap et de la différence. C'est une étape cruciale pour garantir le bon fonctionnement de toute politique d'engagement des collaborateurs.

VISION COOPÉRATION ESS/ETS

Je pense que les entreprises doivent contribuer à accompagner des structures de l'insertion et de l'économie sociale et solidaire au sens large. L'entreprise est un élément de la vie économique et il me semble naturel qu'elle contribue à aider son écosystème, à sa manière.

STÉPHANIE BOUILLAUD

Déléguée au Développement Régional chez Groupe La Poste



POLITIQUE D'ENGAGEMENT DE L'ORGANISATION

La politique d'engagement sociétal du Groupe La Poste porte sur 3 axes : la préservation de la cohésion sociale et territoriale, l'avènement d'un numérique éthique et responsable et l'accélération des transitions écologiques. Concernant le mécénat, notre champ d'intervention est varié avec du mécénat financier, en nature et de compétences. Le Groupe La Poste est par ailleurs signataire, avec 16 autres grandes entreprises, du manifeste du 16 janvier 2019 afin de promouvoir le mécénat de compétences. Sur le mécénat de compétences, nous proposons plusieurs dispositifs :

Les postiers peuvent s'engager dans le dispositif de mécénat de fin de carrière (Temps Partiel Aménagé Senior ESS) pour une période pouvant aller jusqu'à deux ans à mi-temps. Depuis septembre 2019, un pilote est lancé pour permettre à l'ensemble des collaborateurs du Groupe volontaires de s'engager au travers de plusieurs formats de missions individuelles ou collectives :

- Mission citoyenne : 3 semaines en immersion
- Mission d'accompagnement : une journée par mois en moyenne pendant 6 à 9 mois
- Mission Flash : une journée d'expertise
- Team building citoyen : à l'initiative du manager, une journée de cohésion d'équipe (tri, ramassage, ...)

Nous diffusons également régulièrement des offres de bénévolat de compétences auprès de nos collaborateurs, et les encourageons ainsi à s'engager auprès des associations du territoire, ainsi qu'auprès des jeunes de « L'Envol, le campus de La Banque Postale » en les parrainant.

MOTIVATIONS ET AVANTAGES À FAIRE DU PRO BONO

L'engagement sociétal fait partie de notre ADN. Pour nous, le mécénat de compétences permet de créer du lien au cœur d'un territoire. Pour nos collaborateurs, il s'agit d'une ouverture vers l'extérieur qui permet de découvrir d'autres univers et d'acquérir de nouvelles compétences tout en soutenant les associations du territoire dans le

développement de leurs innovations sociétales. Nos volontaires reviennent aussi plus fiers de leur entreprise et cela participe clairement à la bonne santé de l'entreprise. Pour moi, une organisation doit franchir le pas du mécénat de compétences et se lancer dans l'aventure. C'est 100% gagnant, pour l'entreprise, le collaborateur et pour les structures bénéficiaires.

LIMITES AXES DE PROGRESSION ET AVENIR DU PRO BONO

Une des difficultés est de parvenir à embarquer les managers dans le projet. Ils sont convaincus de l'intérêt du mécénat de compétence, mais ils doivent souvent faire face à des contraintes opérationnelles et pratiques. Il y a un vrai travail d'accompagnement à mener auprès d'eux. Les associations doivent également être vigilantes concernant l'accueil des volontaires. Il est nécessaire de bien cadrer la mission en amont et d'intégrer le collaborateur de manière à donner du sens à sa mission et à assurer la réussite de cette expérience.

VISION COOPÉRATION ESS/ETS

Face aux défis multiples auxquels sont confrontées nos sociétés contemporaines, les entreprises doivent « prendre leur part ». Riches de l'expertise et de l'énergie collective de leurs collaborateurs, elles peuvent agir auprès du tissu associatif, en complément des pouvoirs publics. Soutenir l'innovation sociétale au sein d'un territoire c'est participer à créer un écosystème bienveillant sur lequel on peut s'appuyer. Dans le Puy-de-Dôme nous avons de grandes entreprises très engagées dans la RSE. Nous nous connaissons tous et sommes régulièrement en contact pour échanger sur nos actions communes. Le territoire est riche en matière d'actions solidaires, d'ESS et les citoyens y sont très engagés. Il y a une réelle envie d'innover et d'expérimenter ensemble. Je trouve que c'est la plus grande richesse du Puy-de-Dôme : réussir à faire collaborer tous les acteurs.

RICHARD LE BRIS

Coordination Implication dans la Vie Locale Oxygène Michelin



POLITIQUE D'ENGAGEMENT DE L'ORGANISATION

La politique d'engagement de l'entreprise repose sur 4 piliers :

- Le dispositif d'Implication dans la Vie Locale (40h par an et par salarié) dans les lignes guides définies par le groupe (environnement, insertion, logement, ...)
- La fondation Michelin avec des parrains qui animent la relation (Autisme Info Service...)
- La plate-forme de sponsoring Optimy accessible sur Internet pour déposer des projets ou des demandes de partenariats.
- Les engagements dans le cadre de la responsabilité sociale de l'entreprise (La politique Diversité, une des 6 politiques RH du groupe)

L'entreprise a par exemple un partenariat avec la Cravate Solidaire à Clermont-Ferrand. Exemple de 3 missions : Aide à la communication, Organisation de collecte de vêtements, Proposer du conseil en image à des personnes qui recherchent un emploi.

MOTIVATIONS ET AVANTAGES À FAIRE DU PRO BONO

Etre acteur dans la cité et permettre aux salariés de comprendre que l'on est dans un système global et qu'on ne peut séparer l'entreprise de son écosystème.

L'ambition est de faire bénéficier un monde associatif très présent en France de compétences qu'ils veulent développer.

LIMITES AXES DE PROGRESSION ET AVENIR DU PRO BONO

Les obstacles rencontrés peuvent être la charge de travail, la gestion des priorités, la connaissance du dispositif IVL.

Nous avons connu une forte progression des salariés contributeurs depuis 2 ans et aujourd'hui nous comptons environ 600 contributeurs. De nombreuses conventions se mettent en place et nous espérons voir le nombre de missions, de porteurs de projet et d'heures de mécénat se développer.

VISION COOPÉRATION ESS/ETS

30% de notre volume IVL est consacré aux structures à finalité sociale et répond à un vrai enjeu de société. Cela permet de répondre à la recherche de « sens » des salariés. En revanche le système demande quelques investissements de l'entreprise (comité de pilotage, conventions juridiques, sensibilisation des managers, réseau de porteurs de projet, animation du réseau social d'entreprise).



Parmi les structures à finalité sociale qui n'ont jamais bénéficié de pro bono, la majorité affirme ne pas connaître ce type d'accompagnement (**63%**), une partie ne sait tout simplement pas vers qui se tourner (**14%**), et certaines déclarent ne pas avoir les ressources pour le mettre en place (**8%**). De même, il est important de noter que **24%** des structures déclarent ne pas savoir si elles auront des besoins dans les trois prochaines années. Ces chiffres augmentent fortement lorsque la structure est implantée en zone rurale.

Côté entreprises, le constat est le même : une partie évoque une méconnaissance du dispositif du mécénat de compétences (**32%**) et une autre le manque de ressources pour le mettre en place (**33%**). Force est aussi de constater que beaucoup d'entreprises n'ont pas tous les éléments et la visibilité nécessaires pour évaluer leur positionnement futur vis-à-vis de l'engagement citoyen.

Il y a donc un réel potentiel de développement du pro bono sur le département du Puy-de-Dôme. La clé réside avant tout dans la sensibilisation des parties prenantes, structures à finalité sociale et entreprises, pour faire connaître et démocratiser ces pratiques et les acteurs qui les mettent en place, notamment auprès des TPE/PME. C'est tout particulièrement le cas dans la Métropole de Clermont-Ferrand qui regroupe la majorité des acteurs, mais n'oublions pas que le pro bono peut aussi répondre à un enjeu de développement local notamment dans les zones rurales. Les acteurs ont également besoin d'être outillés, que ce soit les structures à finalité sociale, afin de préciser au mieux leurs besoins spécifiques et les moyens qu'il faut dédier pour y répondre ; ou les entreprises, afin de pouvoir les aider à formaliser leur stratégie d'engagement et se projeter.

Les acteurs de l'accompagnement, de l'engagement citoyen et du bénévolat/mécénat de compétences ont donc toute leur place dans cette démarche.

Dans tous les cas, il apparaît clair que les pratiques responsables de coopération entre structures à finalité sociale et entreprises sur le territoire puydômois ont vocation à se développer dans les prochaines années : **63%** des structures à finalité sociale déclarent ainsi avoir besoin d'un accompagnement pro bono dans les 3 ans à venir ; **64%** des entreprises pensent soit créer leur politique d'engagement citoyen, soit la conserver, soit augmenter leurs actions dans les trois années à venir. De même, les entreprises qui ne pratiquent pas le mécénat de compétences démontrent une appétence pour certains dispositifs d'engagement citoyen. **63%** serait susceptible de mobiliser leurs collaborateurs sur des compétences professionnelles ponctuellement et **46%** via des moments de tutorat/parrainage. Aussi, les entreprises répondantes qui ne s'engagent pas expriment les mêmes motivations que celles qui le font déjà : incarner leurs valeurs, soutenir des projets et participer à la dynamique du territoire afin d'avoir un impact concret sur son territoire.

Et c'est bien d'impact dont il s'agit : le pro bono est synonyme de nombreux apports et d'enrichissement mutuel, que ce soit pour les structures à finalité sociale et pour les entreprises, mais aussi pour les volontaires, comme en témoignent les différents acteurs du bénévolat/mécénat de compétences interrogés dans le cadre des études de cas.

Le champ du possible avec le pro bono reste très vaste. « Faire du pro bono » ne se résume pas simplement à une relation de l'entreprise vers une structure à finalité sociale accompagnée. Quand les structures à finalité sociale affirment à plus de **90%** qu'elles peuvent partager leurs compétences avec d'autres structures de l'économie sociale et solidaire, de nouveaux formats sont à inventer et de nombreux nouveaux acteurs restent à mobiliser.

En tout cas, que cela soit les structures à finalité sociale ou les entreprises, ces acteurs sont très attentistes vis à vis de la question de « l'engagement citoyen ». Nous avons demandé à nos répondants, en guise d'ouverture, ce qu'ils attendaient de leur territoire, notamment des collectivités locales, pour mettre en place ce type d'initiative. Les notions les plus évoquées sont la nécessité de coordination par la diffusion de l'information et le soutien à la mise en place de dispositifs d'engagement citoyen.

Pro Bono Lab est le **spécialiste de l'engagement par le partage de compétences** (bénévolat/mécénat de compétences). Partout en France, comme dans 30 autres pays du monde via le Global Pro Bono Network, nous portons cette conviction que **« toute compétence est un bien public »**, celle-là même qui dès 2011 avait motivé la création de l'association par nos cofondateurs.

Nous permettons aux grandes causes sociétales de se développer durablement en réunissant, pour chacune d'entre elles, les compétences que des femmes et des hommes engagés sont en capacité de leur offrir gratuitement, en pro bono. Notre ambition ? **Que chacune de ces causes ait accès aux compétences dont elle a besoin pour se réaliser et générer le plus vaste impact social.**

Par **nos grands programmes d'intérêt général, nos travaux d'expérimentation, notre club de prospective, nos activités de conseil et de formation** ou **via nos actions de plaidoyer**, l'équipe du Lab met progressivement, avec optimisme et audace, toutes les parties prenantes de notre société **en mode #probono**.

Nous fédérons ainsi, partout où nous sommes implantés, les compétences des collaborateurs de 80 entreprises partenaires et celles de 5 000 volontaires (étudiants, demandeurs d'emploi, personnes en reconversion, retraités, etc.) à travers **des parcours d'engagement complets, pour les mettre au service de ces grandes causes**. Co-construits avec les acteurs de nos territoires d'ancrage (entreprises, collectivités, écoles, autres acteurs de l'ESS, etc.), ces formats d'engagement par la compétence **s'inspirent des nouvelles logiques d'open-innovation et méthodologies d'intelligence collective**.

Pro Bono Lab | Toute compétence est un bien public.

#probono
probonolab.org

pro-bono.co

contact@probonolab.org

