

SYNTHÈSE

REGARDS EXPERTS

N°1

COEXIST
PARTENARIATS
ONG-ENTREPRISES



COEXIST est un projet soutenu par l'Europe s'engage en Région Auvergne Rhône-Alpes & l'Agence Française de Développement



1. INTRODUCTION

COEXIST l'incubateur des partenariats ONG-Entreprises a organisé le **Webinaire Regards Experts Vol. 1** le 21 juillet 2020, dans le cadre de son parcours de **formation** et **accompagnement**, pour :

- ➔ Vous éclairez sur les [partenariats ONG-Entreprises](#)
- ➔ Approfondir les partenariats en [contexte de crise](#)

37
participants

Un *rendez-vous* construit sur mesures en tenant compte de vos besoins

80% des participants avait déjà eu des expériences dans ce type de partenariat




[Visionner le webinaire](#)

[Recevoir les actus COEXIST](#)

2. PAROLE A L'EXPERT : COMMENT FAVORISER LES PARTENARIATS ONG-ENTREPRISES ?



Etude OCHA

	<p>Site internet</p> <p>Entreprise de conseil basée à Genève et à Paris depuis 8 ans</p>	
	<p>Services de conseils et d'accompagnements sur :</p> <ul style="list-style-type: none">✓ Réflexion et définition de stratégie✓ Mise en place de partenariats✓ Evaluation de partenariats✓ Développement organisationnel✓ Investissement d'impact	<ul style="list-style-type: none">✓ Réalisée pour les Nations Unies (OCHA) par Philanthropy Advisors et Vantage Partners✓ Dans le cadre d'une recherche pour favoriser les partenariats entre ONG et entreprise✓ Méthodologie : Interroger des entreprises qui ont déjà des partenariats sur les raisons qui les a amenés à faire ce choix
	<p>S'adresse à différents acteurs du système philanthropique : Entreprises, fondations d'entreprise, fondations personnelles, OI, ONG et bailleurs de fonds traditionnel</p>	<ul style="list-style-type: none">✓ Objectif : Améliorer la compréhension des ONG et OI sur les partenaires et le dialogue entre les acteurs pour construire des partenariats

A. Quelles sont les raisons qui poussent les entreprises à s'engager dans le secteur humanitaire ?

REDEFINITION DES OBJECTIFS STRATEGIQUES D'ENGAGEMENT

Au-delà des questions éthiques, de responsabilité sociétale et de l'aspect financier

Développement des opportunités commerciales

Mieux connaître de **nouveaux territoires**, tester des nouveaux **produits** dans des environnements compliqués

Amélioration des actifs de l'entreprise

Image, **qualité des ressources humaines** de l'entreprise, **fidélisation** des **employés** à travers la participation de l'entreprise à l'intérêt commun

Réduction des risques et atténuation des pertes

Pour **protéger** ses **employés** et **clients** les entreprises **interviennent** sur les réponses aux **crises** humanitaires

Constitution de relations et réseaux d'influence par le biais des partenariats

ONG travaillent avec des **acteurs** qui ne font **pas** partie des **partenaires habituels** des **entreprises**, notamment sur des territoires nouveaux

B. Quels sont les objectifs stratégiques des ONG ?

ACCES A DES RESSOURCES,
RESEAUX ET INFLUENCES

POSITIONNEMENT DES UNES PAR
RAPPORT AUX AUTRES

POSITIONNEMENT STRATEGIQUE SUR
LE TERRITOIRE

POSITIONNEMENT PAR
SECTEUR

PART DE MARCHÉ PAR RAPPORT AUX
BAILLEURS DE FONDS

QUESTIONS D'IMAGE DE
L'ONG



PRESTATION DE BIENS ET DE SERVICES

Ex. Services de transports

Point de vigilance ! Réflexion en amont nécessaire pour que le produit corresponde aux besoins des bénéficiaire.



ETUDE DE CAS

Mastercard et Save the Children au Yemen

- ✓ Carte prépayée et montant défini pour l'accès aux biens essentiels
- ✓ Engagement des salariés
- ✓ Développement de partenariats futurs et des activités commerciales



AMELIORATION DES ACTIVITES INTERNES DES ORGANISATIONS HUMANITAIRES

Ex. ONG forme sur la gestion de l'urgence et Entreprise sur le management

Airbus et Croix rouge



ETUDE DE CAS

Logistics Emergency Team

- ✓ Alliance de 4 grandes sociétés de logistique internationale : plateforme commune avec le cluster logistique des Nations Unies
- ✓ Taux de motivations des employés plus au haut que la moyenne : partenariat structurant pour les 4 entreprises
- ✓ Apport essentiel pour la logistique humanitaire



OPERATIONS COMMERCIALES DANS LES ZONES TOUCHEES PAR LES CRISES

Ex. Cyclone au Phillipine, Coca Cola a intérêt à intervenir pour rétablir son business



ETUDE DE CAS

Coordination du secteur privé pour améliorer la capacité d'anticipation de réponse aux crises

Soutien aux autorités pour un plan de contingente et pour l'infrastructure de communication et diffusion de messages

La capacité de résilience de l'activité augmente



CONTRIBUTION FINANCIERE

Ex. Qualité des financements des entreprises plus flexibles par rapport aux pouvoirs publics



ETUDE DE CAS

Financement de formations en continue pour des sages-femmes en Tanzanie

Renforcement structurel + réponses aux besoins

Diminution de la mortalité maternelle et infantile

- 1.** Avoir une bonne compréhension des enjeux, objectifs et intérêts réciproques des parties prenantes
- 2.** Avoir un dialogue transparent sur le positionnement stratégique (avancée technologique, maîtrise de certaines techniques, part de marché etc.) de l'entreprise ou de l'ONG
- 3.** Impliquer dans le partenariat tous les niveaux de gouvernances de l'entreprise et de l'ONG pour avoir un partenariat structurant
- 4.** Il n'y a pas de lien cause à effet entre la taille de l'entreprise et la motivation d'engagement
- 5.** Chaque organisation est différente ! Il faut connaître l'entreprise ou ONG en amont pour avoir la bonne stratégie d'approche
- 6.** Faire une évaluation globale et complète du partenariat et pas seulement du projet (est-ce que les objectifs globaux ont changé ? Est-ce que la compréhension du projet a changé ? Etc.) pour renforcer le partenariat
- 7.** Catégoriser, mesurer et partager avec le partenaire les apports du partenariat pour les entreprises au-delà des questions morales

Pour contacter Philanthropy Advisors : vmudry@philanthropyadvisors.org



[Présentation de Vincent Mudry](#)