

SYNTHÈSE

REGARDS EXPERTS

N°3

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

Pourquoi ce webinaire ?

COEXIST, l'incubateur ONG-Entreprise, propose des formations en format webinaire pour monter en compétence sur plusieurs thématiques en lien avec les partenariats ONG-Entreprises en répondant aux besoins relevés par les structures.

Pour ce premier Webinaire en format **Lunch & Learn** du **26 février 2021** la thématique proposée a été la **Communication**, une clé pour la réussite des partenariats ONG-Entreprise. L'objectif de ce format est de faciliter l'échange et partager les expériences entre les participants et a été donc organisé en **comité restreint**.

Ce rendez-vous construit sur mesure, en tenant compte des besoins des acteurs, a regroupé 8 participants.

Découvrez le parcours d'accompagnement de l'incubateur COEXIST pour concrétiser vos partenariats ONG-Entreprises : [ICI](#)

[Recevoir les actus COEXIST](#)

2. INTERVENANTE



Après avoir travaillé dans la communication et la publicité dans des entreprises privées et publiques, **Emilie Jautzy** a commencé à travailler dans le secteur associatif dans les années 2010 pour Electriciens sans frontières. Elle y pilotait la communication et le développement des partenariats, notamment les partenariats ONG - Entreprises. Indépendante depuis 2018, elle accompagne dorénavant les associations dans leurs recherches de fonds et leur communication.

[Site internet](#)

3. PAROLE A L'EXPERT

Créez les conditions de réussite de vos partenariats ONG-Entreprises grâce à une bonne communication.

LA PREPARATION – « LE AVANT »

1. AVOIR UNE PLATEFORME
DE MARQUE DEFINIE ET
PARTAGEE



Savoir qui on est pour pouvoir ensuite produire la communication la plus adaptée

Définir les **bénéficiaires** et les **impacts** de ses projets pour pouvoir cibler les partenaires potentiels

Insister sur les **SINGULARITES** et les **DIFFERENTIATIONS** de son organisation

En quoi notre structure se différencie ? D'où émane le besoin et comment il est porté à la connaissance de la structure ?

Insister sur les **REUSSITES**
Avoir une vision lucide des réussites de son organisation pour augmenter la crédibilité face au partenaire

Construire un **BRANDBOOK**
Une charte graphique, le champ lexical, le vocabulaire, la tonalité de la communication etc.

Avoir une plateforme de marque **PARTAGEE**
Chacun doit avoir le même discours et vocabulaire au sein de la structure

Risques

- Créer une confusion chez le potentiel partenaire
- Avoir différents discours pour la même structure

2. CREER UNE CHARTE EN INTERNE ET/OU EXTERNE



Avoir une visibilité claire sur le soutien de l'organisation au déploiement du partenariat

Eviter les **méfiances** et **réticences** au des membres de la structure sein

Permettre à la personne en charge des partenariats d'avoir une vision claire de sa **marge de manœuvre**, cela pour faciliter la construction du dialogue

Définir ce que la structure **s'autorise de faire** et avec quel(s) type(s) de partenaires

3. CIBLER LES PARTENAIRES POTENTIELS



- Exemples de critères : proximité géographique, thématiques etc.
- Rechercher les collectifs pour avoir une meilleure crédibilité et graviter dans leur écosystème
- S'appuyer sur l'aspect relationnel.

AU MOMENT DE LA RENCONTRE – « LE PENDANT »

1. DEFINIR CLAIREMENT SES BESOINS

Cibler plus facilement si le partenaire est **adapté**

Avoir une **vision 360°** des besoin de sa propre structure *RH, locaux, activités, cœur de métiers etc.*

Avoir une **stratégie d'ouverture** aux opportunités

Être très à **l'écoute** durant l'échange

2. DEVELOPPER UNE RELATION SUR MESURE



Avoir un partenariat inscrit dans le mode de fonctionnement de l'organisation et construit dans le long terme

Ne **pas sous-traiter** cette relation

Arriver **en équipe** pour multiplier les chances de créer des affinités avec l'interlocuteur

Ne **pas demander** un financement ou une demande de prestation : l'objectif de la première rencontre est de faire connaissance uniquement

Être **pédagogue** et attentif aux « **small talk** »

Faire une **veille** en France et à l'étranger pour avoir des références

Interroger l'entreprise ou l'ONG sur ses **enjeux, défis, problèmes** pour réaliser une action coconstruite, pérenne

Ne **pas remettre de documents** pour avoir plus d'interactions pendant l'échange

Ne **pas prendre un non comme « fin de non-recevoir »** : l'interlocuteur peut ne pas être le bon, ou pas le bon moment ou sujet ou projet

Ne **pas** avoir une **contrepartie établie** mais un dispositif souple à coconstruire avec l'interlocuteur

3. A LA FIN DU RDV

Se questionner
*Qu'ai-je appris ? Quel est le **vécu** de l'interlocuteur avec d'autres ONG ou entreprises ?*

Identifier **ce qui a plu** de mon organisation

Ne **pas se décourager** si en face la réponse ne semble pas positive.

Identifier les **prochaines étapes**

1. SAVOIR DIRE STOP

Identifier quand un partenariat est **trop cher** ou **trop chronophage**, même quand il y'a une grande volonté de la part des parties

Identifier les **prochaines étapes**, avec son interlocuteur, à la fin du RDV

2. FORMALISER LE PARTENARIAT



Mettre en place une convention pour sécuriser les deux parties

Être à l'**origine** de la convention est plus facile que reprendre une convention proposée

Se faire **accompagner par un avocat** ou **juriste** pour avoir tous les éléments et les règles nécessaires présentes dans la convention.