

Entreprises et associations sont des acteurs aux réalités différentes mais complémentaires. Une présentation synthétique de chacun d'eux permet de comprendre leur diversité et de mettre en perspective le fait que ces organisations sont dans une démarche partenariale depuis déjà plusieurs années. Cette note dresse un portrait du paysage des entreprises et des associations en France et qualifie la dynamique partenariale qui est en marche aujourd'hui.

1. Le panorama des acteurs

1.1 Le panorama des entreprises en France¹

La France compte **3,14 millions d'entreprises** (secteurs marchands non agricoles).

Plus de **3 millions sont des micro-entreprises (MIC)**² :

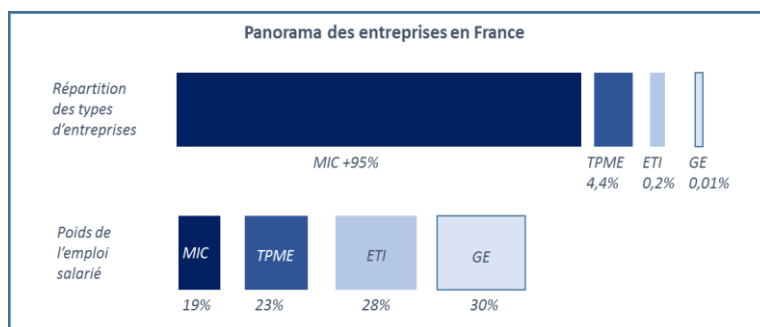
- Dont plus de 2M sans salarié
- 16% avec un seul salarié
- 12% avec 2 salariés et plus (soit 360 000 MIC)

Ces micro-entreprises réalisent 21% de la valeur ajoutée en France et emploient 3M de salariés (soit 19% des salariés)

137 500 sont des moyennes entreprises (PME)³ : elles réalisent 23% de la valeur ajoutée et emploient 4M de personnes (28% des salariés)

Environ **5000 sont des entreprises de taille intermédiaire (ETI)**⁴ : elles réalisent 23% de la valeur ajoutée et emploient 3,4M de personnes (23% des salariés)

Enfin, **243 sont de grandes entreprises (GE)** qui emploient 30% des salariés en France.



Les MIC et PME ont un poids important puisqu'elles emploient plus de 40% des salariés (7M sur 15M) et réalisent 44% de la valeur ajoutée en France.

¹ INSEE, chiffres 2011 : <http://www.insee.fr/fr/ffc/docs-ffc/eEntfra14.pdf>

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

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

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

1.2 Le panorama du secteur associatif⁵

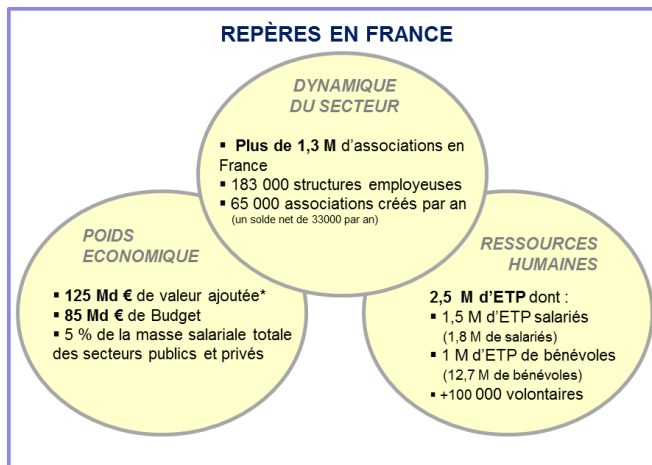
On estime qu'il existe **1,3 millions d'associations actives** en France en 2012. 65 000 associations sont créées par an, avec un solde net estimé à 33 000.

Environ **183 000 associations sont employeuses**, soit 14% des associations.

Le secteur associatif emploie **1,8 millions de salariés** (1,5 millions d'ETP) soit 5% de la masse salariale totale des secteurs publics et privés.

12,7 millions de Français sont bénévoles associatifs (1 million d'ETP) et plus de 100 000 sont des volontaires en service civique.

Le budget du secteur associatif est de 85 Md€. La valorisation du bénévolat est de 39,5 M€.

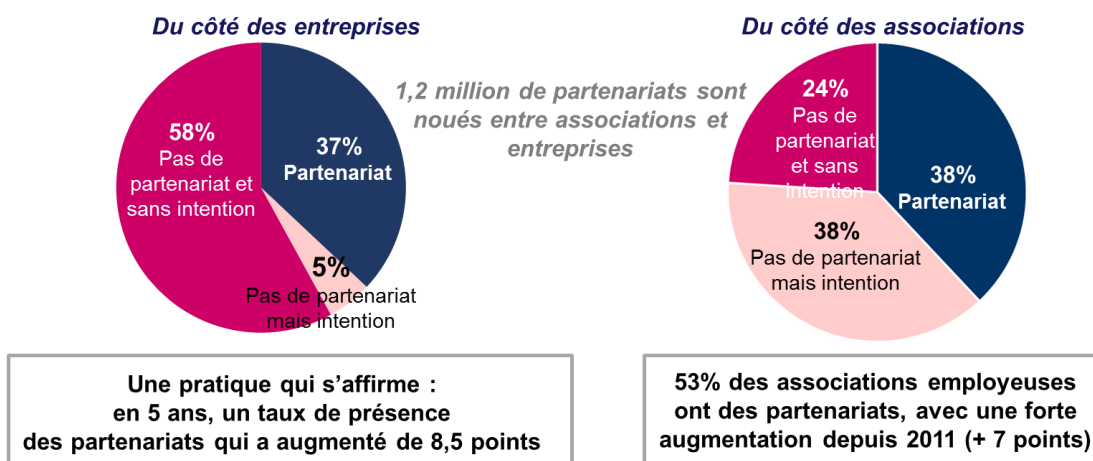


Le secteur associatif représente entre 3 et 4% du PIB, soit plus que le secteur agroalimentaire

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

Les partenariats entre associations et entreprises sont déjà dans les pratiques. En 2015, 37% des entreprises d'au moins 10 salariés et 38% des associations développent des partenariats⁶.

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



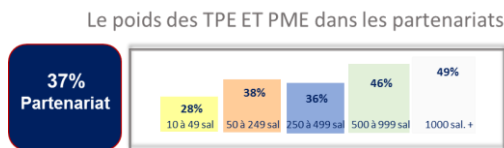
Côté associations, ce mouvement concerne particulièrement les associations employeuses : 53% d'entre elles sont engagées auprès des entreprises ce qui représente une augmentation de 7 points par rapport à 2011.

Côté entreprises, cette réalité s'affirme aussi, puisque qu'en cinq ans, le taux de présence des partenariats a augmenté de 8,5 points.

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

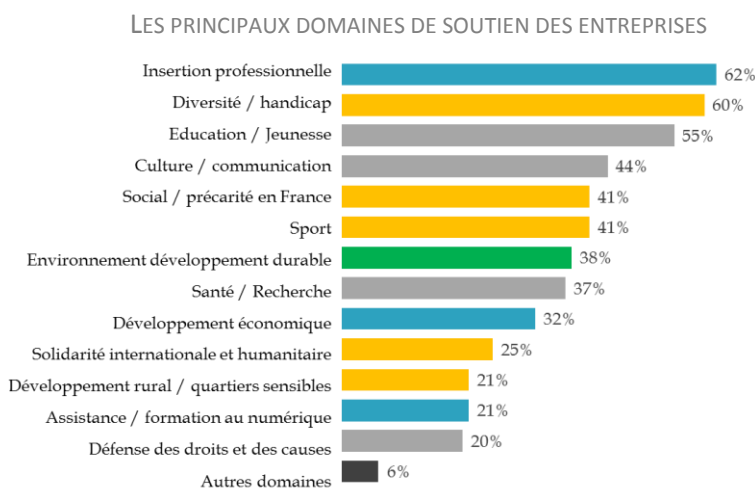
⁶ Source : « PHARE Entreprises » et « PHARE Associations », Comisis 2015

Ce mouvement concerne toutes les entreprises. Si les engagements sociétaux des grandes entreprises sont plus visibles, l'implication des TPE et PME auprès des associations de leur territoire se fait de plus en plus sentir.



3. Une diversité de domaines d'actions

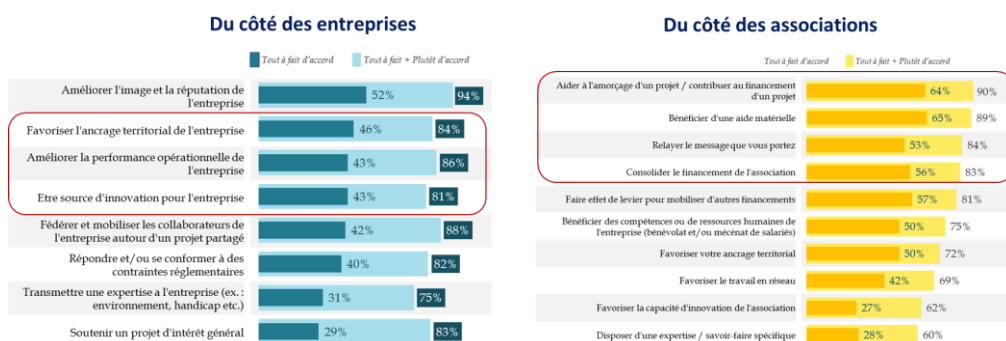
Les entreprises s'engagent auprès des associations dans de multiples domaines : l'insertion en premier, puis le handicap, l'éducation.... Rappelons qu'une même entreprise peut mener plusieurs partenariats et donc nouer des relations dans des domaines différents⁶.



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

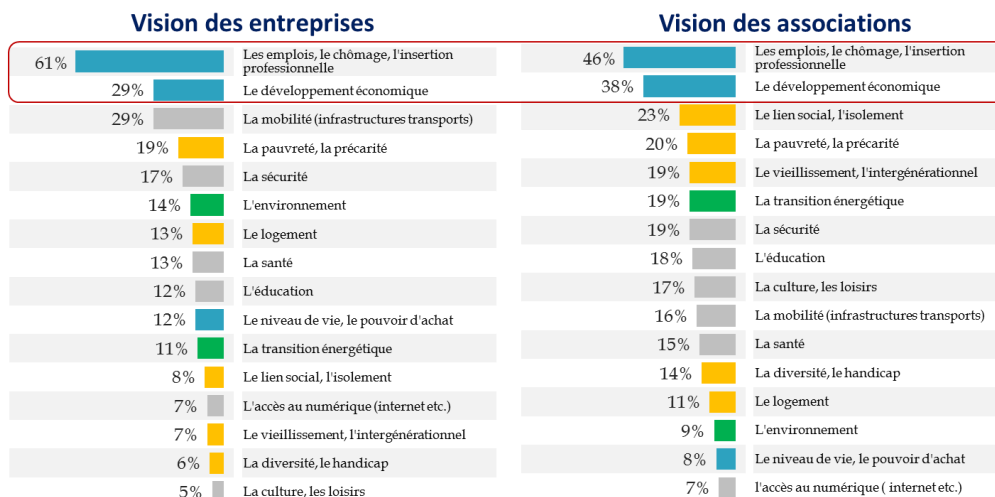
Les entreprises et associations perçoivent très précisément les apports qu'elles peuvent retirer pour elles-mêmes d'une démarche partenariale⁶ : améliorer leur performance respective mais aussi leur ancrage territorial, leur capacité d'innovation.

Les enjeux des partenariats pour les entreprises et les associations



Les partenariats ne visent pas seulement à répondre aux objectifs des partenaires. Ils apportent aussi une contribution à la Société, au territoire et à sa population. Ces nouvelles alliances s'inscrivent ainsi dans une dynamique plus globale de co-construction du bien commun. Les entreprises et associations identifient les domaines sur lesquels les partenariats leur semblent une réponse particulièrement pertinente⁶. Les questions économiques semblent être une thématique partagée de co-construction.

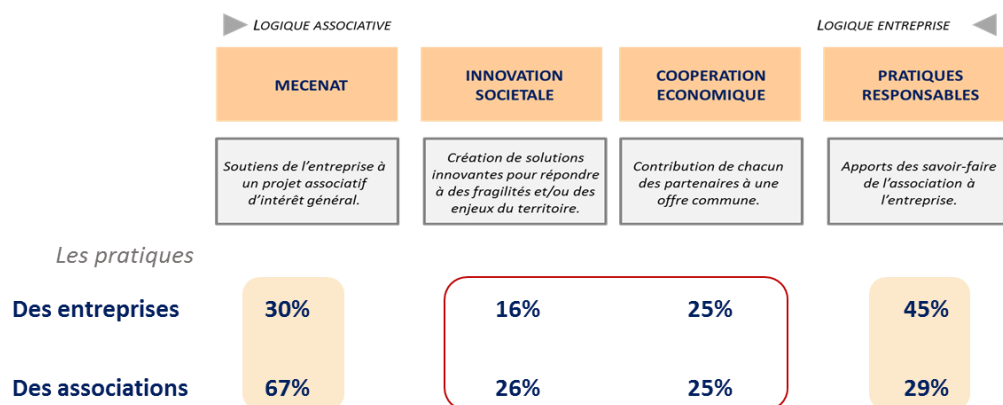
Les domaines où la co-construction serait une réponse pertinente



5. Des modèles de partenariats en pleine mutation

Les relations associations-entreprises s'apprécient également au regard de la nature des partenariats mis en place.

LES QUATRE CATEGORIES DE PARTENARIAT⁷ ET LES PRATIQUES⁶



Aux côtés du mécénat et des pratiques responsables, de nouveaux modèles de partenariats émergent comme la coopération économique et l'innovation sociétale.

⁷ Ces quatre catégories de partenariats sont issues des travaux de recherche appliquée du RAMEAU basés sur une étude de plus de 300 cas pratiques de partenariats.