



Baromètre de la Co-Création Entreprise et Social

Mars 2016

“opinionway

15 place de la République 75003 Paris



ASHOKA



CONSEIL & STRATÉGIES POUR L'INTÉRÊT GÉNÉRAL

EDITO

Chaque année depuis quatre ans, Ashoka publie le **Baromètre de l'Entrepreneuriat Social** en collaboration avec Convergences, Opinion Way et KPMG. En 2015, les **entrepreneurs sociaux** y identifiaient les **partenariats avec les entreprises traditionnelles** comme un des **principaux relais de croissance pour leur secteur**.

Nous avons donc eu envie d'aller plus loin afin de comprendre **les perceptions et les pratiques des entreprises vis-à-vis des organisations à vocation sociale** avec une question centrale :

Dans quelle mesure les **collaborations avec les acteurs de l'intérêt général** peuvent-elles être des **leviers de responsabilité sociale** mais aussi **de croissance et d'innovation** permettant aux entreprises de **concilier profits et impact sociétal** ?

C'est ainsi que le **Baromètre de la Co-Création Social & Business** est né !



Cette première édition a été menée en collaboration avec Opinion Way auprès de 165 entreprises en France qui ont répondu à un questionnaire téléphonique entre décembre 2015 et mars 2016.

Nous vous souhaitons une bonne lecture,

L'équipe Ashoka et CO Conseil



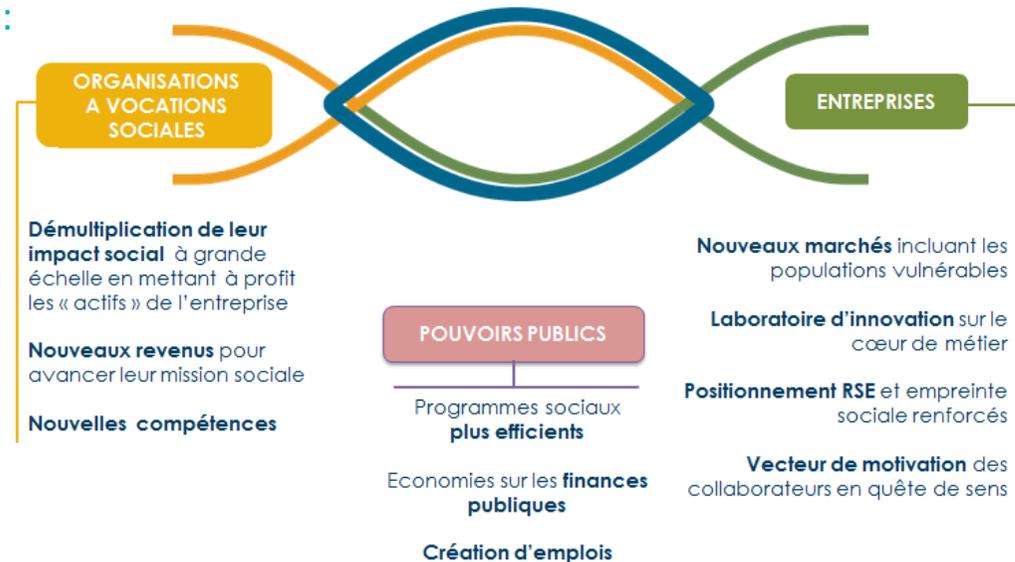
UN APERÇU DES ENJEUX

Une des tendances qui émerge parmi les organisations à vocation sociale est qu'il est nécessaire et urgent de **faire tomber les barrières** entre le business, le social et le public, et d'introduire de nouveaux modes de collaboration, pour être en mesure de répondre efficacement et à grande échelle aux grands problèmes sociétaux.

Devant la **complexité** des systèmes actuels et les **difficultés** à répondre aux enjeux sociétaux, **aucun acteur ne peut agir seul**. Il est donc urgent **de mettre en commun les forces des différentes parties prenantes de notre société**.

Collaborer et allier les savoir-faire complémentaires des différents secteurs de la société – associations et entrepreneurs sociaux, entreprises, pouvoirs publics – permet d'imaginer ensemble des **réponses efficaces avec des objectifs ambitieux aux problèmes sociaux et environnementaux**.

La **valeur économique et sociale** créée par ces collaborations **bénéficiant à chacune des parties prenantes** contribue à la pérennité de ces nouveaux modèles :



UNE DEFINITION

Au-delà de partenariats classiques entre organisations à vocation sociale et entreprises, les modèles de Co-Création mettent l'accent sur :



Ces nouvelles alliances permettent de réconcilier plusieurs objectifs :

- **Inventer de nouvelles solutions à fort impact social** : nouveaux business modèles, offres, circuits de distribution ou encore mode opératoire par des acteurs ayant des expertises complémentaires
- **Permettre le changement d'échelle d'une innovation sociale** en favorisant son déploiement au plus grand nombre et sur un territoire plus large
- **Développer l'intelligence collective** grâce à la coopération d'acteurs d'un écosystème (secteur, territoire) apportant chacun leurs compétences et leur singularité au profit d'un enjeu social

“ MÉTHODOLOGIE

“opinionway



La méthodologie



- Interrogation d'un échantillon de 165 dirigeants d'entreprises de 250 salariés et plus
- L'échantillon a été constitué selon la méthode des quotas, au regard des critères de taille et de secteur d'activité



- **Echantillon interrogé au téléphone sur système CATI**



- Le terrain a été réalisé du **14 décembre 2015 au 7 mars 2016**.



- OpinionWay a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la **norme ISO 20252**



Profils des répondants

Secteur	Brut
BTP	9%
Commerce	19%
Industrie	34%
Services	36%
Non renseigné	2%

Taille	Brut
250 à 499 salariés	47%
500 à 999 salariés	18%
1000 à 1999 salariés	15%
2000 à 4999 salariés	7%
5000 et plus	13%

Département au sein de l'entreprise	Brut
RSE / Développement Durable	25%
Ressources Humaines (DRH)	26%
Communication	3%
Recherche et Développement	2%
Direction générale	7%
HSE	9%
Environnement	3%
Autre	9%
Aucun	12%
Non renseigné	4%

Division de rattachement du département	Brut
RSE / Développement Durable	32%
Ressources Humaines (DRH)	35%
Communication	4%
Recherche et Développement	3%
Direction générale	21%
Direction marketing	1%
Autre	3%
Aucun	1%

Nature de la relation	Brut
B to B	49%
B to C	9%
Les deux	42%

01



**Les actions sociales et
environnementales
s'intègrent dans les objectifs
stratégiques de l'entreprise**

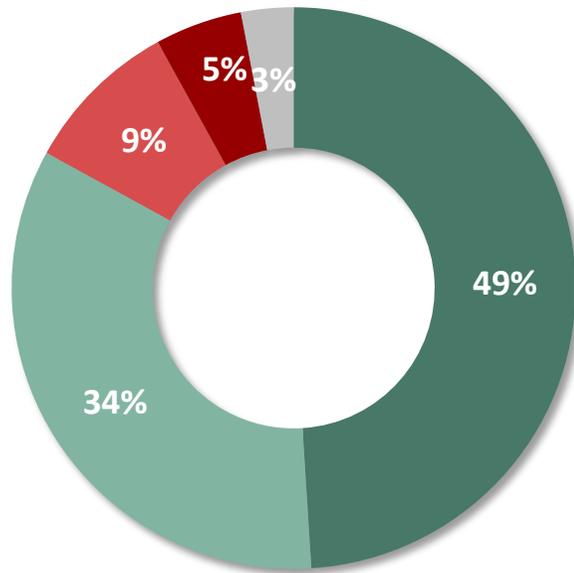


Profits et impact positif sur la société sont compatibles



Question 1 : Pensez-vous que profits et impact positif sur la société soient compatibles pour votre entreprise depuis son cœur de métier ?

Par impact positif sur la société, nous entendons une contribution de l'entreprise au-delà de la création d'emplois ou du développement économique classique liée à son activité. Une contribution à des projets d'intérêt général (ex : accès à des produits ou services essentiels pour des populations précaires, insertion de personnes éloignées de l'emploi...).



83 % Oui

14 % Non



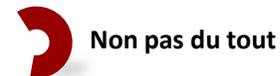
Oui tout à fait



Oui plutôt



Non plutôt pas



Non pas du tout

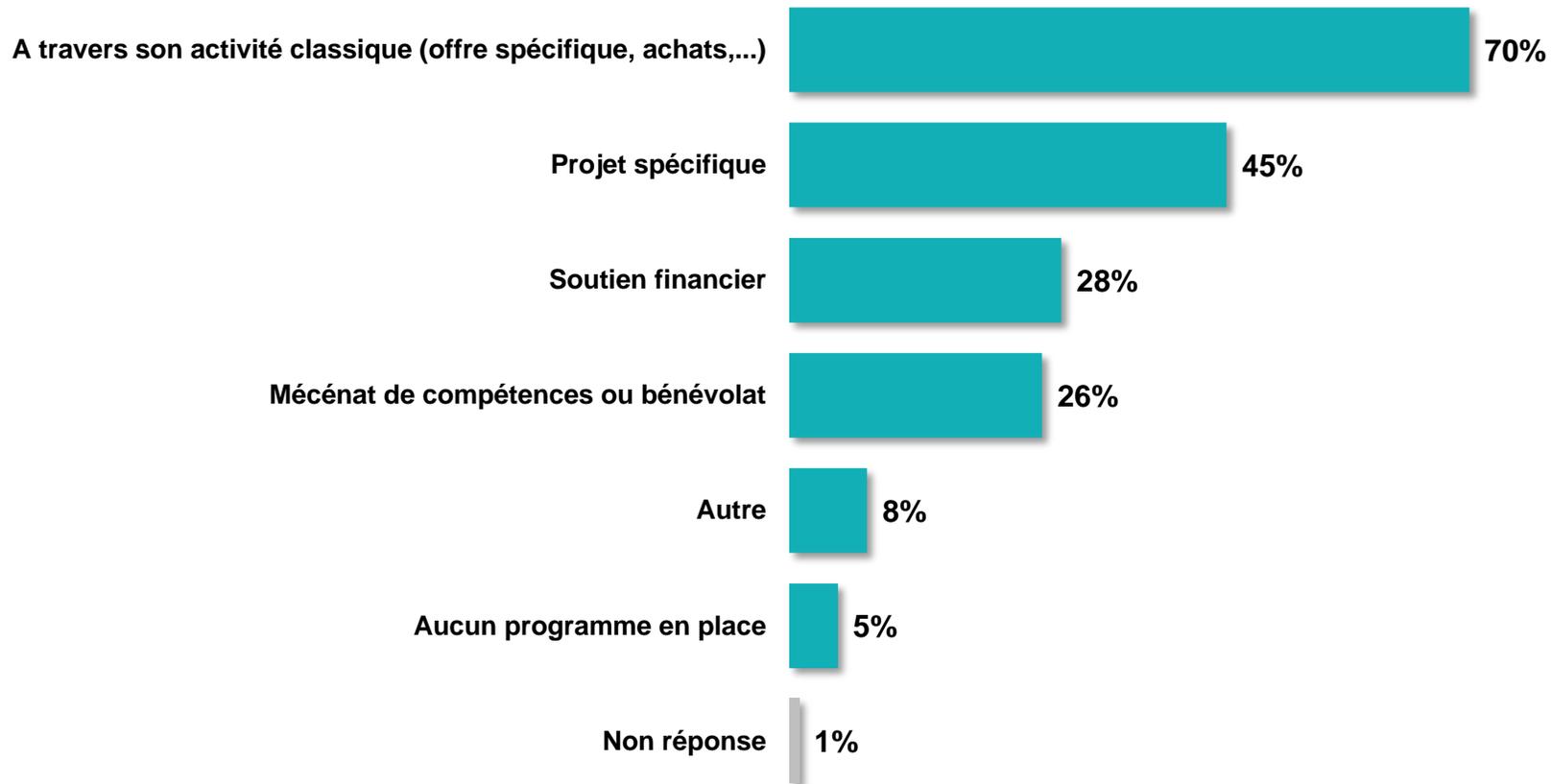


Non réponse



Les vecteurs d'impact social et environnemental

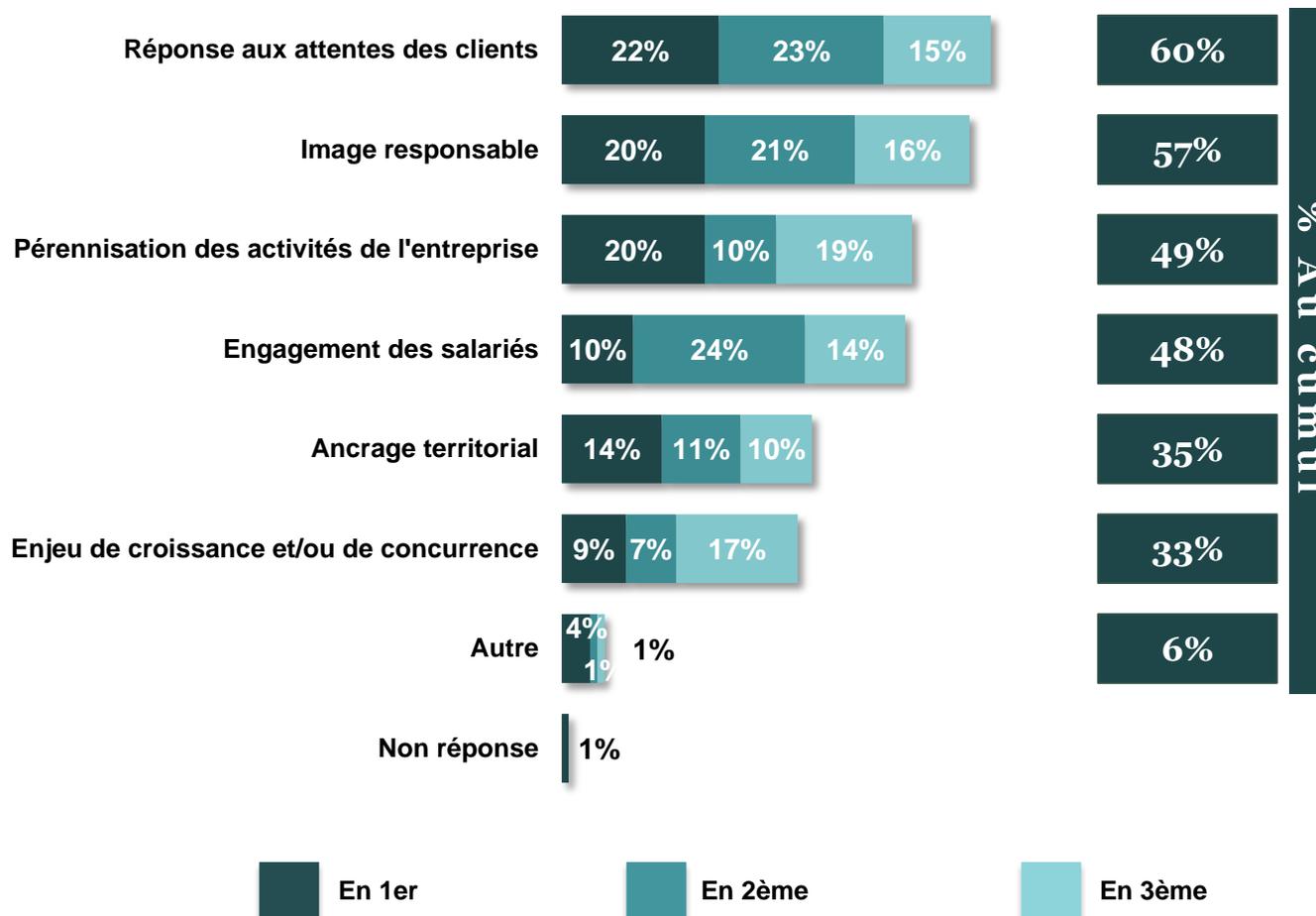
Question 2 : Par quels biais votre entreprise a-t-elle un impact social ou environnemental aujourd'hui ?





Objectifs attendus des actions sociales et environnementales

Question 3 : Quels sont les principaux objectifs attendus des actions sociales et/ou environnementales de votre entreprise ?



02

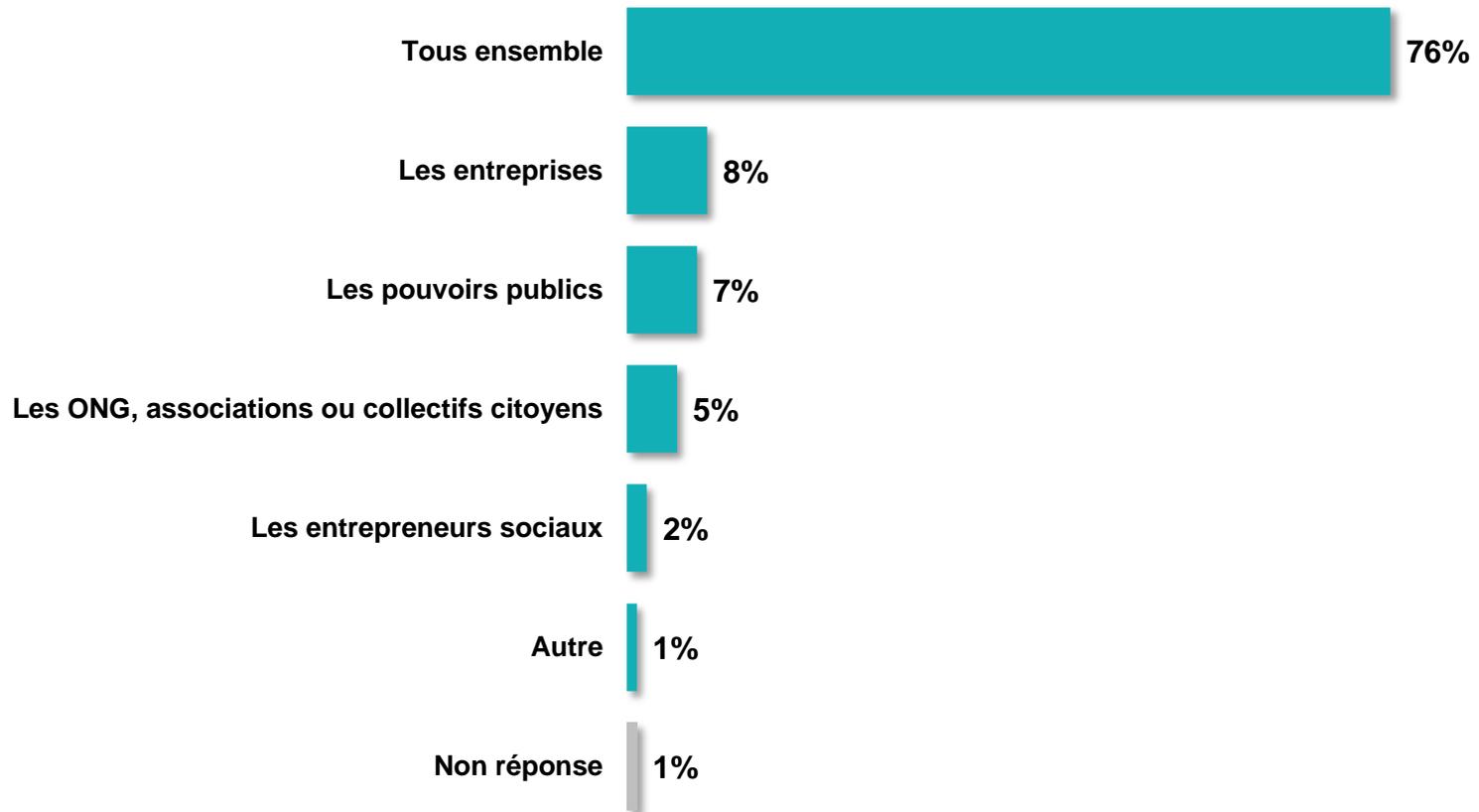


**La Co-Création comme levier
privilégié pour répondre aux
enjeux sociaux et
environnementaux**



Les acteurs clés dans le domaine social et environnemental

Question 4 : Quel type d'acteurs vous semble le plus à même de répondre à des enjeux sociaux et environnementaux en France ?

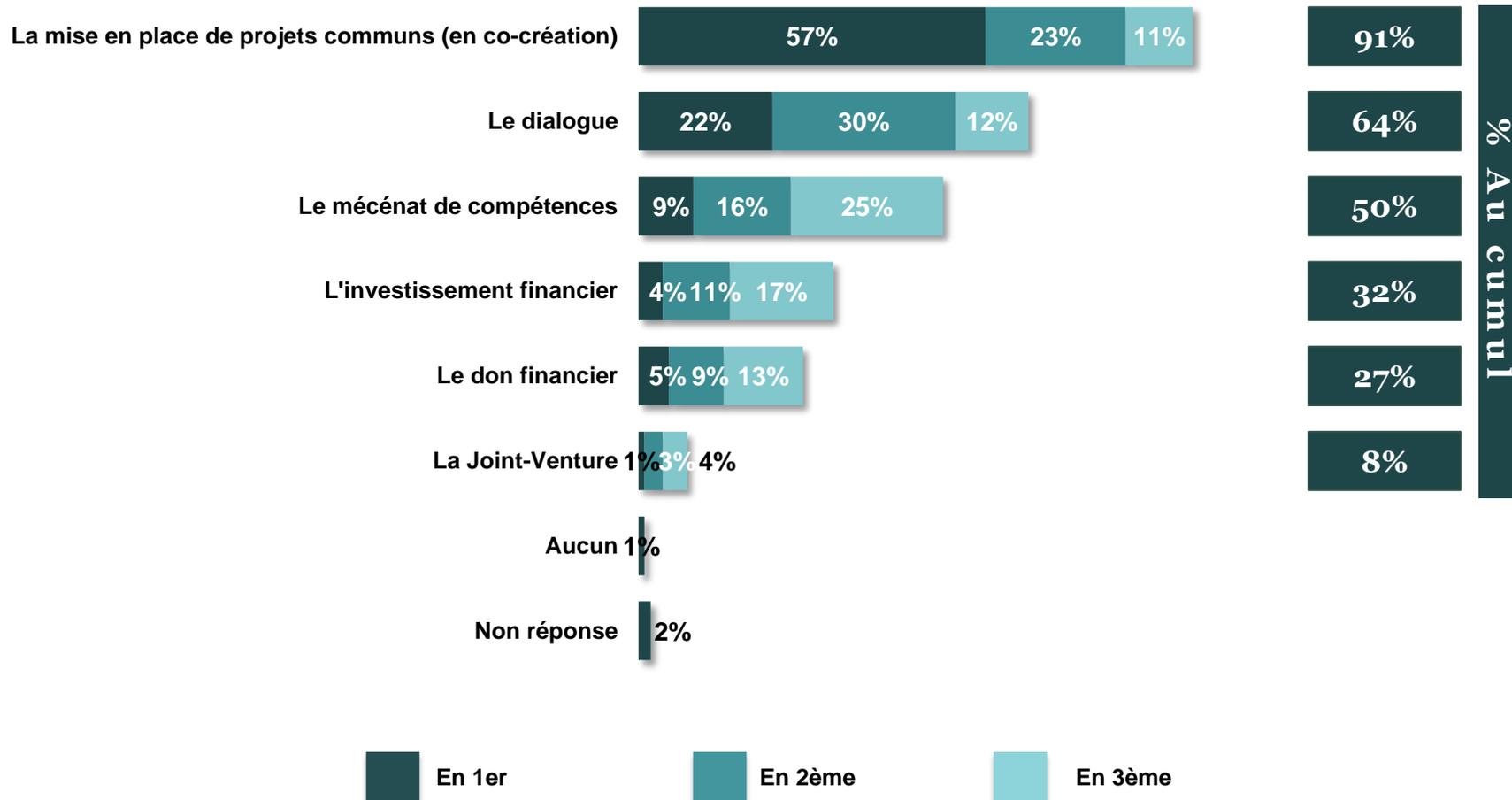




La Co-Création est le mode de collaboration à privilégier avec les organisations à but non lucratif



Question 5 : Selon vous, quel est le mode de collaboration le plus approprié avec une organisation à but non lucratif ?

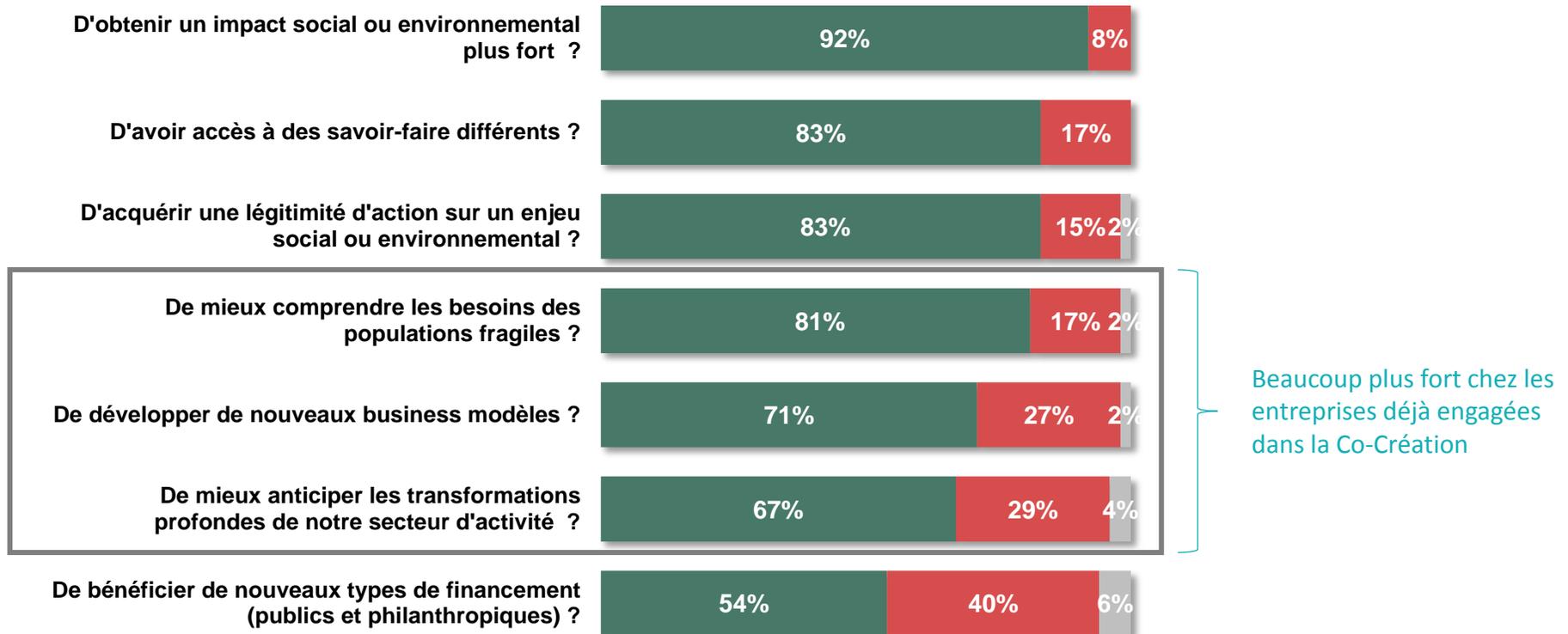




La Co-Création ouvre de nouvelles opportunités



Question 6 : Selon vous, est-ce que la Co-Création avec les organisations à but non lucratif permet...? (Aux entreprises engagées dans la Co-Création)



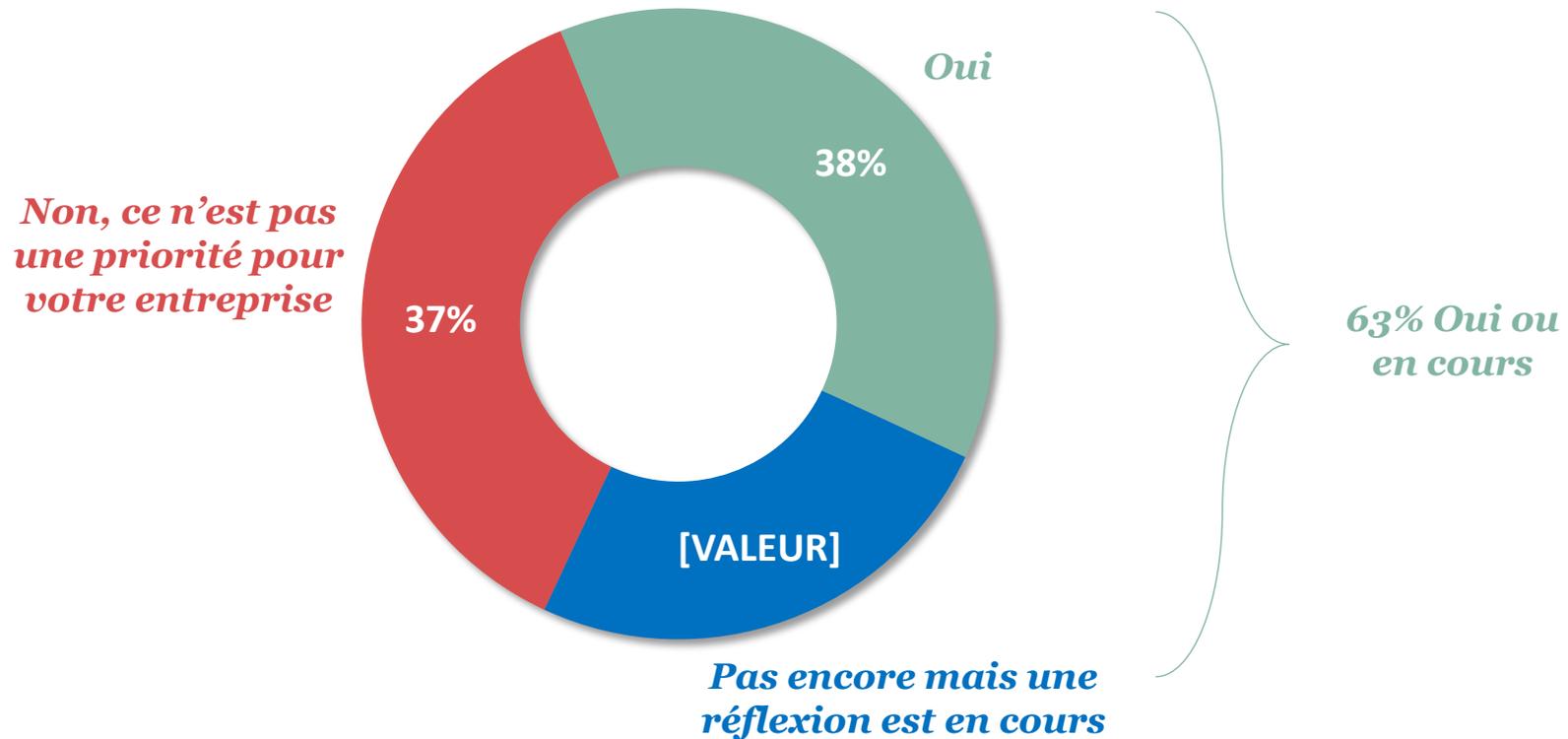


Une tendance déjà visible mais non généralisée



Question 7 : Votre entreprise pratique-t-elle la Co-Création ?

Nous définissons ici la Co-Création comme une collaboration entre une ou plusieurs entreprises et une ou plusieurs organisations à but non lucratif (associations, entreprises sociales, etc.) visant à développer de nouvelles solutions aux problèmes sociaux ou environnementaux, tout en créant de la valeur économique pour l'entreprise. Cela peut se traduire par le développement de nouvelles offres ou business modèles permettant un impact social important et durable.



03



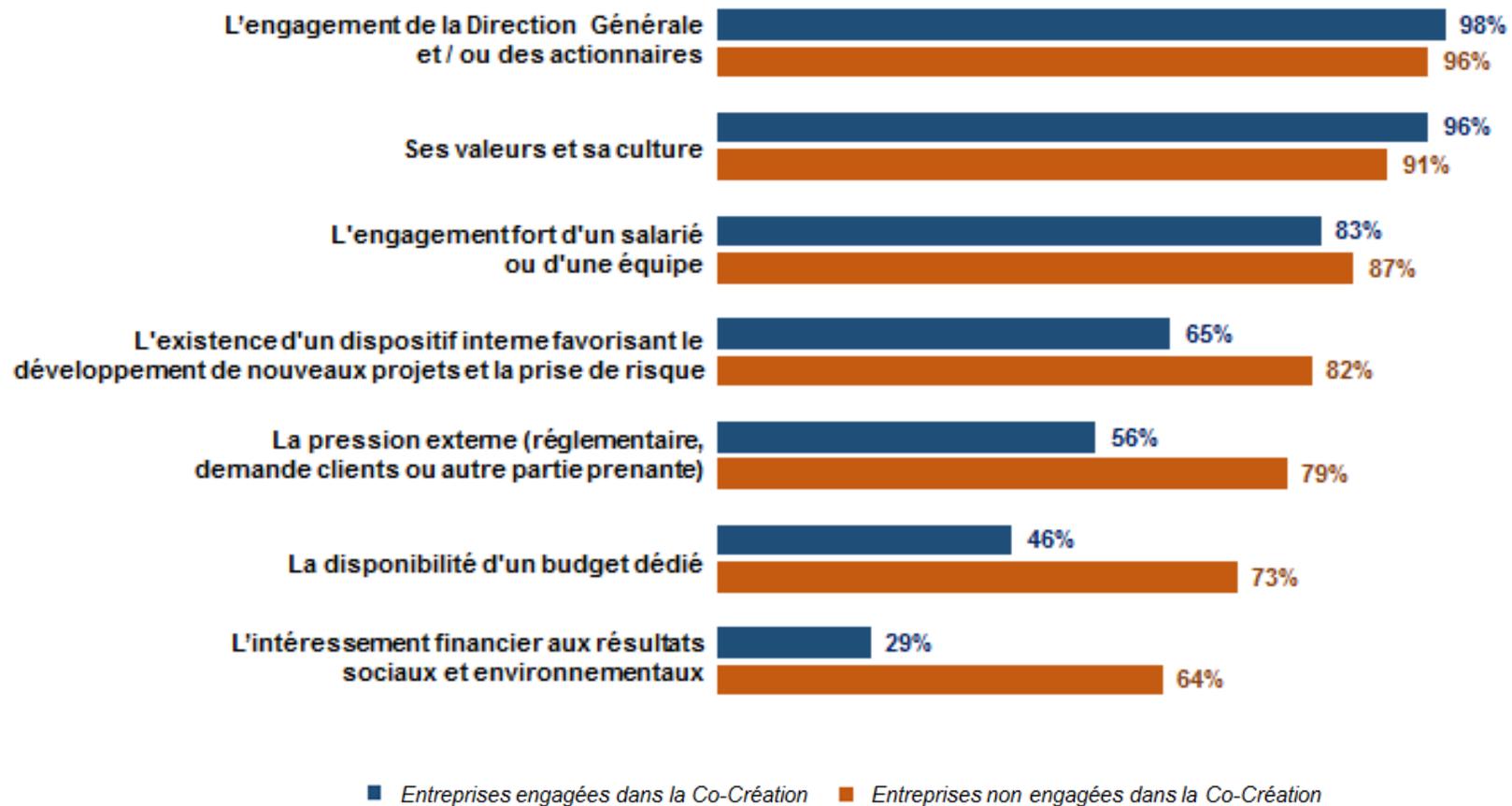
**Les leviers et les barrières
pour impulser des projets de
Co-Création**



Les leviers qui conduisent à la Co-Création



Question 8 : Selon vous, quels éléments ont permis d'impulser l'engagement de votre entreprise dans la Co-Création ?





Les difficultés en interne vis-à-vis de la Co-Création



Question 9 : Parmi cette liste, quelles sont/seraient les difficultés internes à l'entreprise pour développer la démarche de Co-Création ?

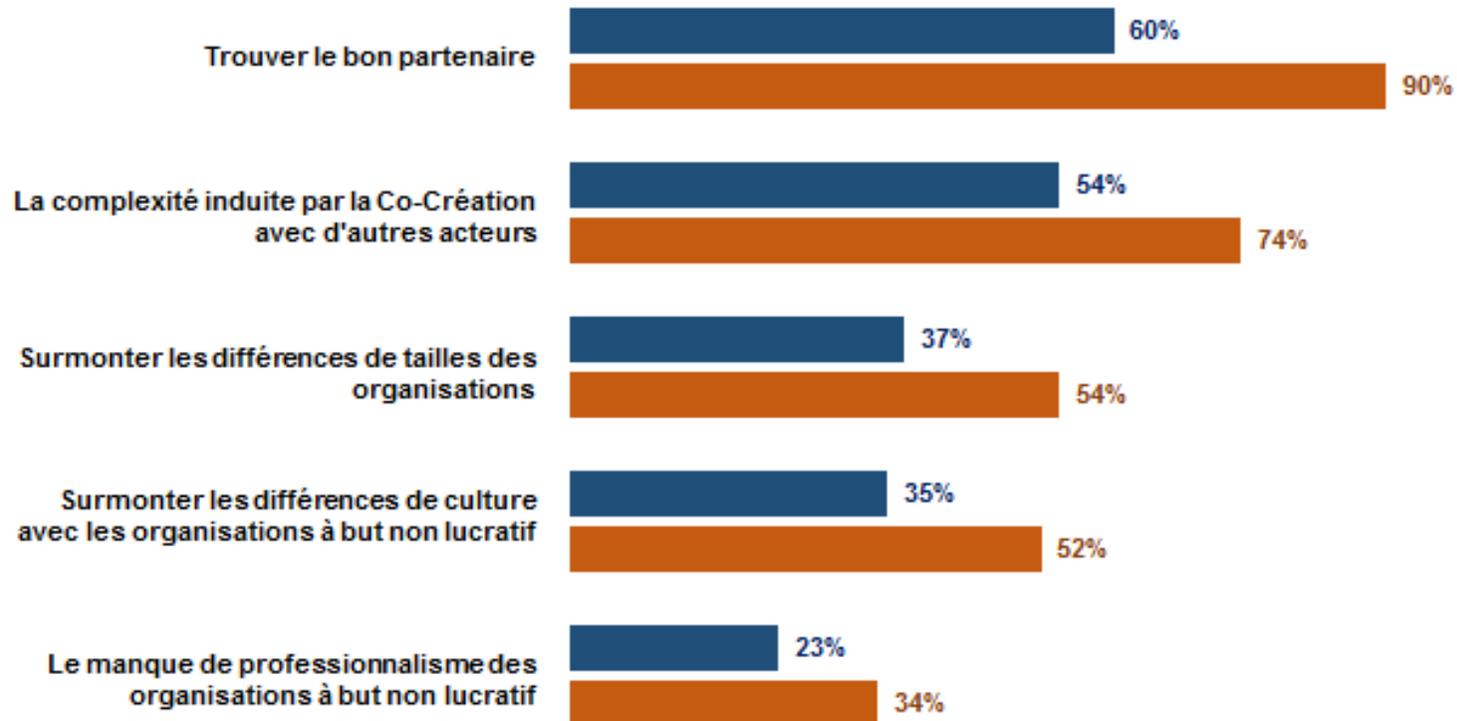




Les difficultés en externe vis-à-vis de la Co-Création



Question 10 : Parmi cette liste, quelles sont/seraient les difficultés externes à l'entreprise pour développer une démarche de Co-Création ?



■ Entreprises engagées dans la Co-Création ■ Entreprises non engagées dans la Co-Création

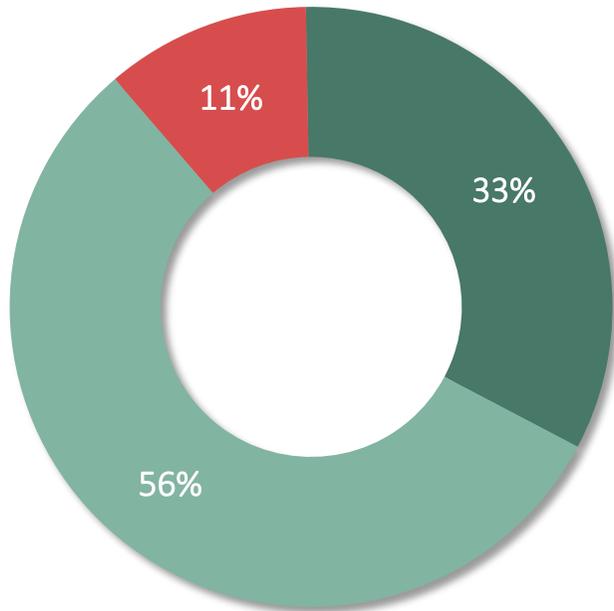


Le plus gros levier : être acteur de changement

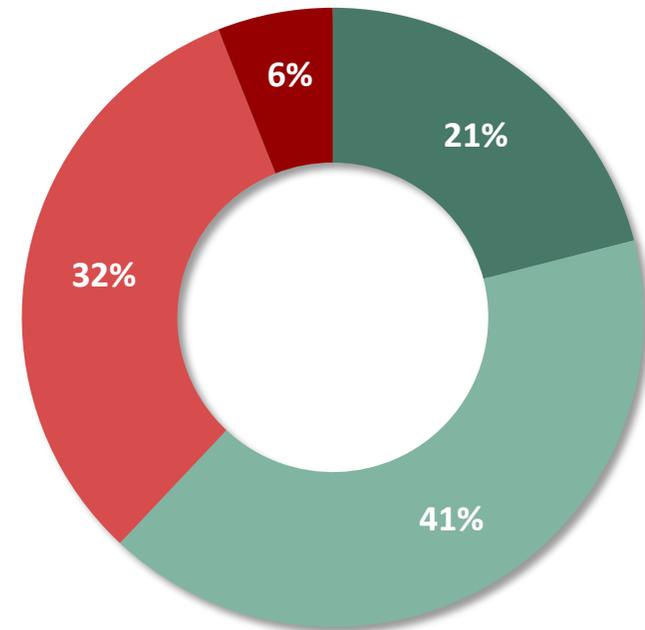


Question 11 : Vous considéreriez-vous personnellement comme un acteur de changement pour la société ?

Entreprises engagées dans la Co-Création



Entreprises non engagées dans la Co-Création



Oui tout-à-fait



Oui plutôt



Pas encore mais j'aimerais bien



Non

CONTACTS

<http://france.ashoka.org>

<http://www.ashokacocreation.org>

<http://co-conseil.fr>

france@ashoka.org

contact@co-conseil.fr



ASHOKA



CONSEIL & STRATÉGIES POUR L'INTÉRÊT GÉNÉRAL



“*opinionway*”

15 place de la République 75003 Paris

« Notre mission est de permettre à nos clients de comprendre de manière simple et rapide leur environnement actuel et futur, pour mieux décider aujourd’hui, agir demain et imaginer après-demain. »