Le Rayonnement des Associations par le Mécénat d'Entreprises d'Administrations et d'Universités

LE RAMEAU

Fragilités et co-construction en territoire

Programme d'études PHARE

Mars 2016

Le programme PHARE sur les fragilités et la co-construction en territoire

En moins de dix ans, le mouvement de co-construction s'est mis en marche. Les partenariats entreprises-associations se développent. Ils s'incarnent sur les territoires, en lien avec les Collectivités Territoriales. Face à cette dynamique, une question structurante se pose : **« au service de quoi » ces partenariats sont-ils pertinents ?**

Pour y répondre, l'Observatoire des partenariats[1] mène le **programme d'études PHARE « Fragilités et co-construction en territoire »**. Son ambition est de **mettre en évidence les fragilités territoriales pour lesquelles les stratégies d'alliances s'avèrent utiles et efficaces**. Ce programme a **trois objectifs** :

- **Analyser la perception des parties prenantes** (citoyens, entreprises, associations et institutions) sur les fragilités prioritaires de leur territoire, ainsi que sur le rôle des alliances pour y répondre,
- **Disposer d'un diagnostic territorial des fragilités pour les 13 régions,** afin de connaitre les spécificités régionales,
- **Identifier les domaines pour lesquelles les partenariats sont particulièrement adaptés**.

Le programme est composé de **5 volets :**

- Une étude auprès des citoyens (*PHARE-Citoyens, septembre 2015*),
- Une étude auprès des entreprises (*PHARE-Entreprises, octobre 2015*),
- Une étude auprès des associations (*PHARE-Associations, novembre 2015*),
- Des diagnostics territoriaux des 13 régions (*1er trimestre 2016*),
- Une étude auprès des Institutions (*PHARE-Institutions, octobre 2016*).

(Résultats des études accessibles sur www.lerameau.fr)

- Volet Citoyens
- Volet Entreprises
- Volet Associations
- Diagnostics territoriaux
- Volet Institutionnels

Le programme est réalisé grâce à l'implication de 8 partenaires (le Ministère en charge de la vie associative, le Medef, le Mouvement associatif, la Caisse des dépôts, GENERALI, la fondation EDF, United Way, Le RAMEAU) et d'Anne Robin, directrice des études de l'Observatoire des partenariats.

Objectifs des études PHARE citoyens, associations et entreprises

Les 3 premiers volets du programme PHARE ont été réalisés en 2015. Les études PHARE citoyens, associations et entreprises constituent une analyse de chacun de ces trois acteurs :

- Sur leur perception des fragilités,
- Sur leur perception des domaines sur lesquels il semble pertinent de nouer des alliances,
- Sur les pratiques partenariales (pour entreprises et associations).

Cette analyse est réalisée pour chaque région et est consolidée au niveau national. Elle sera complétée par la vision des Institutions en 2016.

Les résultats de ces études sont très instructifs. Ils mettent en évidence la convergence des trois points de vue sur la nécessité de nouer des alliances entre acteurs différents, solutions innovantes pour répondre aux défis économiques, sociaux, sociétaux et environnementaux actuels.

Cette synthèse souligne les points clés de chacune des trois études.

[1] Cf. infra et sur www.lerameau.fr

Synthèse des résultats – PHARE Citoyens

Quelles sont les fragilités perçues par les citoyens au niveau national comme au niveau territorial ? Que pensent-ils des partenariats entre associations et entreprises ?

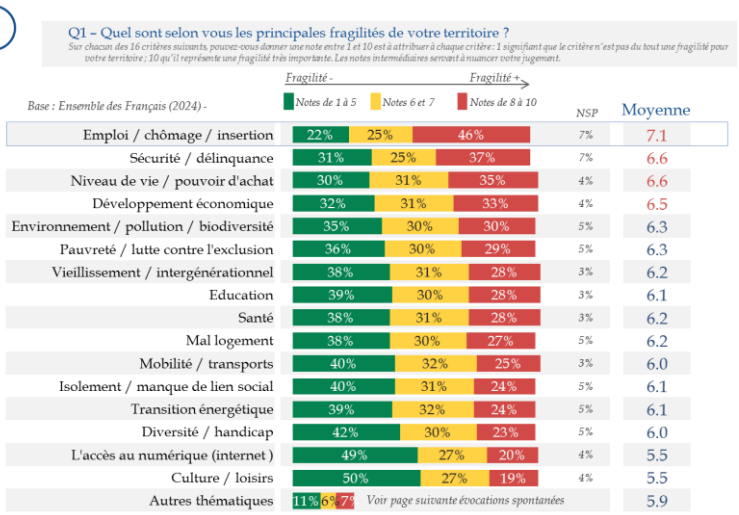
LES FRAGILITES PERCUES

Face aux seize thématiques proposées aux citoyens pour identifier les fragilités qui leur paraissent prioritaires, les réponses sont serrées. Il est intéressant de comprendre leurs perceptions au niveau national et voir comment elles se nuancent selon les régions.

Au niveau national

Les questions économiques sont les principales préoccupations des citoyens. Dans les quatre premières fragilités exprimées par les citoyens, trois relèvent des questions économiques :

- Citons l'emploi qui arrive en tête avec une note moyenne de 7,1/10 ;
- Puis le niveau de vie (6,6),
- Et le développement économique (6,5).



La deuxième préoccupation des citoyens porte sur la sécurité : 62% d'entre eux lui attribuent une note supérieure à 6 (note moyenne de 6,6 ex-aequo avec le niveau de vie).

Viennent ensuite les questions environnementales (6,3) et de lutte contre la pauvreté et l'exclusion (6,3)

Notons également que l'accès au numérique (5,5) et la culture (5,5) sont des sujets qui préoccupent le moins les citoyens.

Les citoyens sont pragmatiques. Ils s'expriment en premier par rapport à leur propre vécu : leur emploi, leur niveau de vie et leur sécurité. Ensuite, ils mettent en évidence trois enjeux de société : le développement économique, l'environnement et la lutte contre la pauvreté.

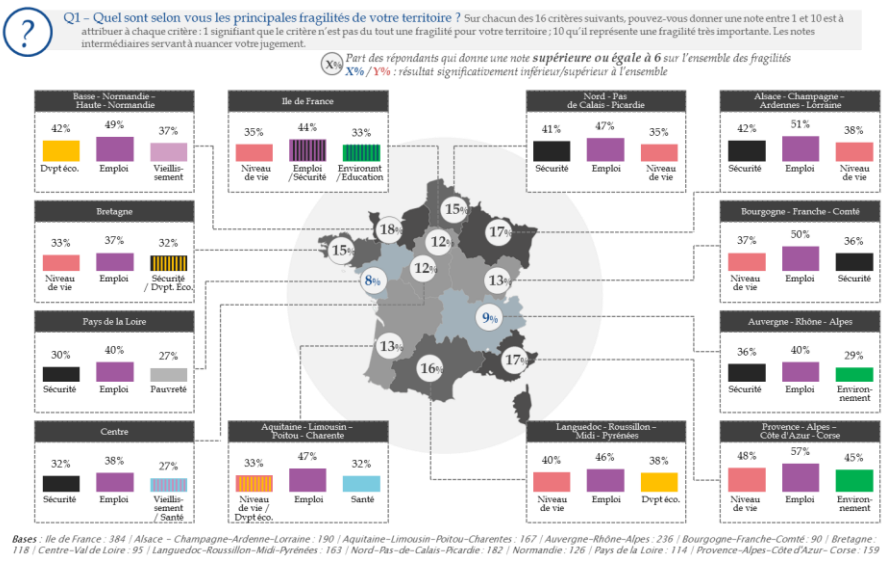
Au niveau régional

Sur les treize régions françaises, les citoyens sont **préoccupés en premier lieu par l'emploi**, **comme au niveau national.**

Au-delà de cette priorité partagée, il existe en revanche **des disparités régionales sur les autres thématiques**.

A titre d'illustrations :

- En région PACA-Corse : les citoyens mettent en avant le niveau de vie (48%) et l'environnement (45%),
- En région Pays de Loire : citons la sécurité (30%) et la pauvreté (27%),



- En région Rhône Alpes : la sécurité (36%) et l'environnement (29%),
- En Ile de France : la sécurité (44%) et ex-aequo l'environnement et l'éducation (33% chacun)

Ces disparités montrent des préoccupations différentes des citoyens selon leur territoire. Cela révèle également le « climat » de la région qui lui est propre.

LE RÔLE DES PARTENARIATS ENTRE ASSOCIATIONS ET ENTREPRISES

Les citoyens expriment clairement le rôle des partenariats entre associations et entreprises.

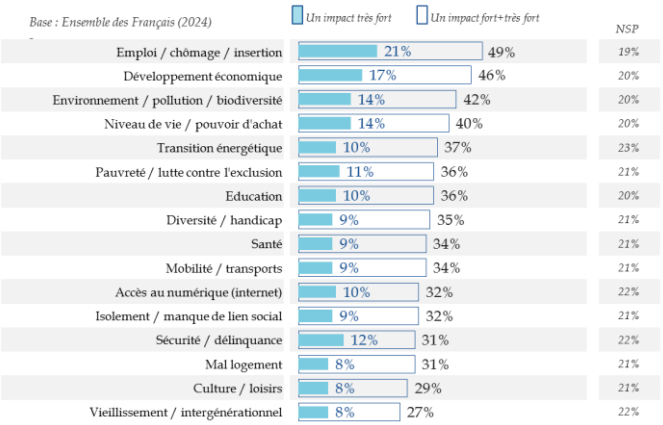
Ces modes de relations constituent des **leviers pour relever les défis territoriaux, notamment sur les questions économiques.**
Les citoyens précisent en effet sur quelles fragilités les partenariats peuvent avoir le plus d'impact, notamment :

- Sur l'emploi (49% des citoyens),
- Sur le développement économique (46% des citoyens),
- Sur le niveau de vie (40% des citoyens).

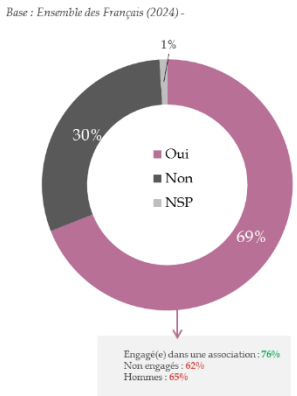
Au-delà des questions économiques, ces relations peuvent également agir utilement sur l'environnement (42% des citoyens) ainsi que sur la lutte contre la pauvreté et sur l'éducation (36% pour chacun d'eux).

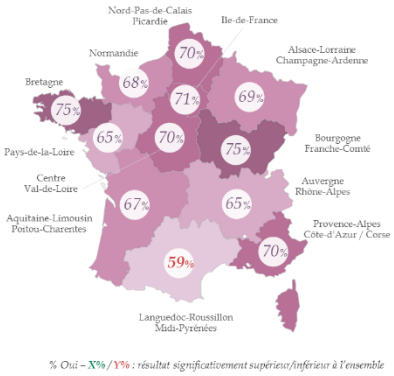
Les partenariats entre associations et entreprises ne sont pas perçus par les citoyens comme des leviers majeurs pour agir sur la culture (29% des citoyens) et sur le vieillissement (27%).

Q2 – D'après vous, quels peuvent être les impacts des partenariats entre les entreprises et les associations sur les fragilités de votre territoire ?



Q3 – Pensez-vous que les partenariats entre les entreprises et les associations peuvent être source d'innovation pour mieux répondre aux fragilités de votre territoire ?





En plus de pouvoir agir sur les priorités territoriales, **69% des citoyens considèrent les alliances entre acteurs économiques et acteurs d'intérêt général comme une source d'innovation** pour mieux répondre aux fragilités perçues.

Ce « nouveau dialogue » est perçu comme un impératif, un « devoir d'alliance », pour agir face aux défis territoriaux. Cette capacité d'action est renforcée par la complémentarité des acteurs sur les territoires. Comment répondent les associations et les entreprises à ce devoir d'alliances ?

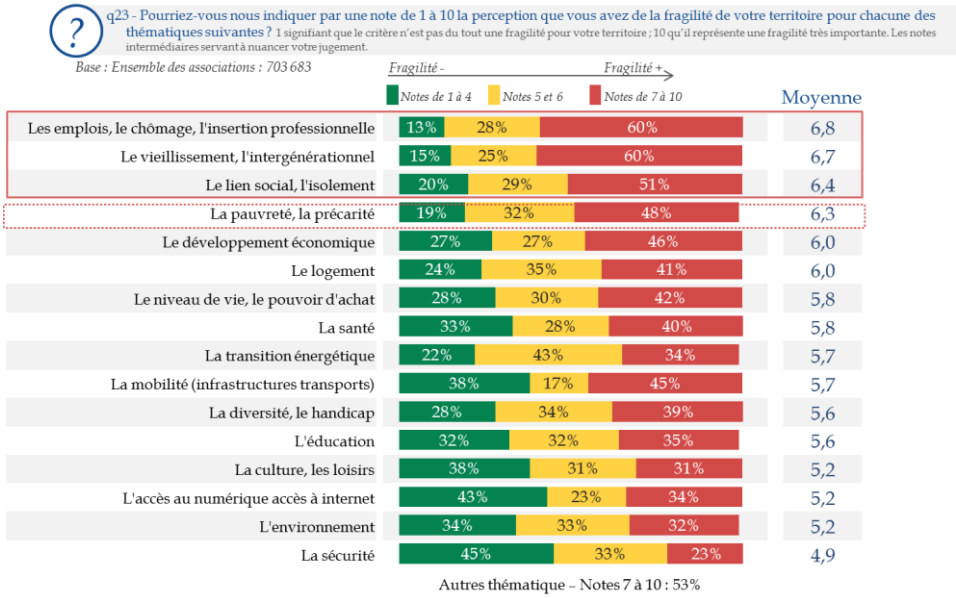
Quelles sont les fragilités perçues par les associations ? Sur quelles fragilités les partenariats avec les entreprises sont-ils les plus pertinents ? Quelles sont les pratiques partenariales des associations ?

LES FRAGILITES PERCUES

Face aux 16 thématiques proposées aux dirigeants associatifs pour identifier les fragilités sur lesquelles il faut agir, leurs réponses mettent en avant les **difficultés économiques et sociales auxquelles sont confrontées les personnes dans leur quotidien et qui sont à traiter en priorité,** particulièrement trois d'entre elles :

- En premier, l'emploi (note moyenne de 6,8/10),
- Puis le vieillissement (note moyenne de 6,7),
- Et le lien social (6,4).

A noter que la pauvreté suit de près ce trio (6,3).



Les dirigeants **perçoivent également les dynamiques économiques et sociétales de leur territoire** : le développement économique et le logement (6 chacun), le niveau de vie et la santé (5,8 chacun), ainsi que la transition énergétique et la mobilité (5,7 chacun).

Ils ne perçoivent pas l'environnement (5,2) et la sécurité (4,9) comme des fragilités prioritaires de leur territoire.

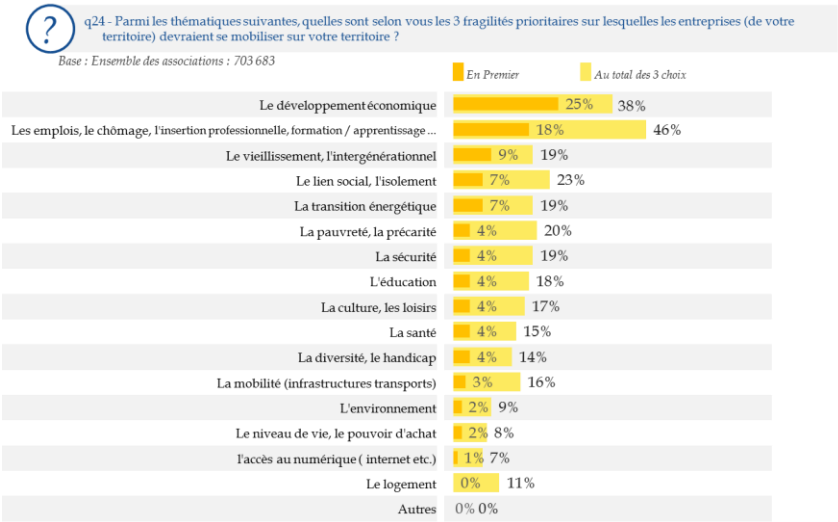
Ainsi, les dirigeants associatifs mettent en avant les difficultés vécues par les populations qu'ils côtoient dans le cadre de la réalisation de leurs missions de terrain. Cette perception globale est à nuancer selon la nature des associations : les associations employeuses sont plus sensibles au lien social, alors que celles exclusivement bénévoles priorisent le vieillissement.

LES DOMAINES PRIVILEGIES DE CO-CONSTRUCTION

Selon les dirigeants associatifs, **les entreprises sont des partenaires pour agir ensemble sur ces fragilités**.

Ils considèrent que l'action des entreprises doit se focaliser prioritairement **sur les problématiques économiques** telles que sont l'emploi (46%) et le développement économique (38%).

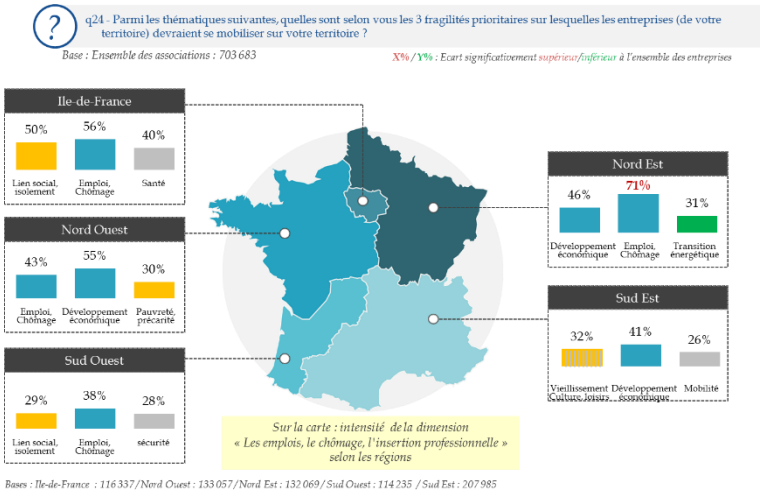
Ils soulignent aussi l'importance du rôle des entreprises sur le lien social (23%).



La nécessité d'implication des entreprises perçue par les associations n'est pas la même selon les territoires. Elle doit s'adapter en fonction de leurs enjeux.

Sur les cinq grandes régions, l'emploi ou le développement économique sont considérés par les associations comme la première priorité d'action identifiée.

Les deuxième et troisième priorités d'actions évoluent d'un territoire à l'autre. Citons par exemple en deuxième position, le lien social pour l'Ile de France et le Sud-Ouest alors qu'il s'agit du vieillissement pour le Sud-Est.

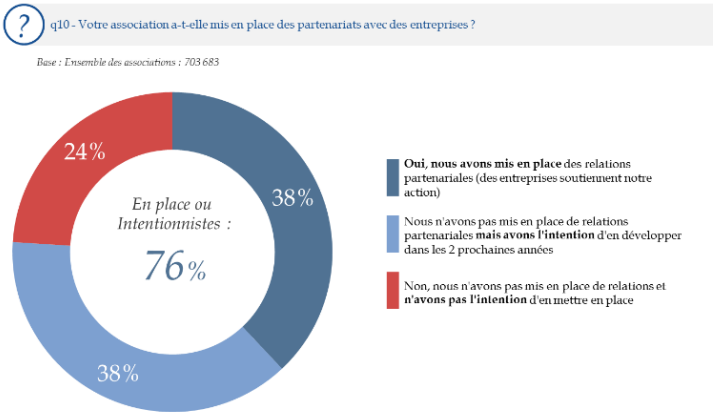


LES PRATIQUES PARTENARIALES DES ASSOCIATIONS

Les partenariats avec les entreprises sont un moyen pour les associations de faire face aux fragilités qu'elles adressent. Près de 1,2 million de partenariats associations - entreprises existent à ce jour.

38% des associations sont en partenariat avec les entreprises :

- 53% des associations employeuses développent des relations partenariales avec les entreprises. En 6 ans, le nombre d'associations employeuses engagées auprès des entreprises a augmenté de 7 points (46% d'associations engagées en 2009 selon étude Comisis – ARPEA Associations, 2009).
- Pour les associations non employeuses, le taux de présence de partenariat se situe à 35%.

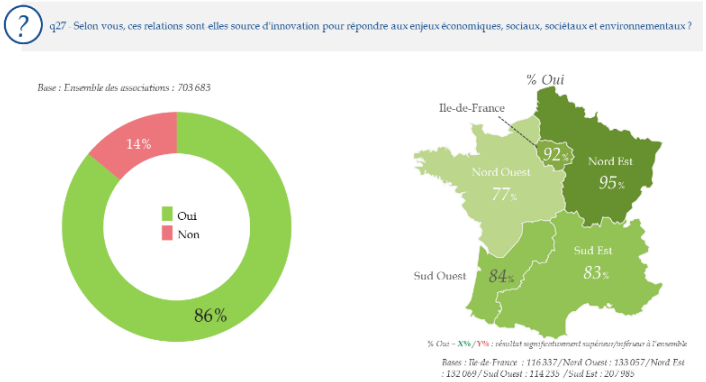


Le profil de la structure influe dans la mise en place de partenariats : les structures d'insertion sont celles qui en réalisent le plus. Les associations engagées mènent en moyenne 4,5 partenariats chacune. A noter également que le taux de présence de partenariats est variable selon les régions.

Ces alliances sont également source d'innovation

86% des dirigeants pensent que les relations partenariales avec les entreprises sont source d'innovation pour répondre aux enjeux économiques, sociaux, sociétaux et environnementaux. Cette tendance est nuancée selon les régions.

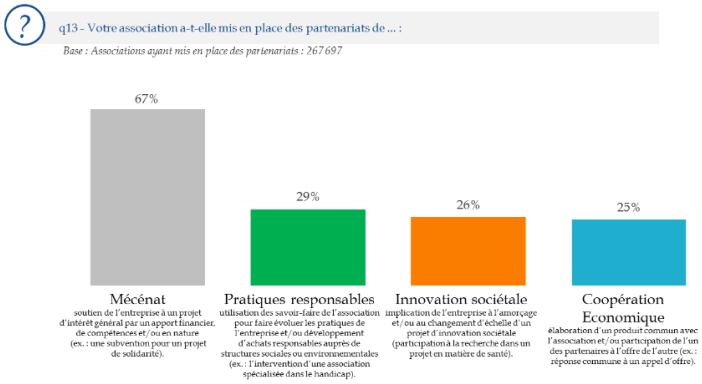
Par ailleurs, 62% des dirigeants associatifs estiment que les partenariats avec les entreprises favorisent également leur propre capacité d'innovation



Divers modes de relations sont mis en place avec les entreprises

67 % des associations ayant des partenariats bénéficient du mécénat de l'entreprise.

Les pratiques responsables (29%), la coopération économique (26%) et l'innovation sociétale (25%) sont des modes de partenariats en émergence.



Les associations sont convaincues que les alliances avec des entreprises sont un moyen efficace pour répondre aux fragilités de leur territoire qu'elles expriment très précisément. Elles évoquent « la nécessité d'aller vers un décloisonnement », « l'alliance pour faire face », mais aussi « la complémentarité des deux acteurs ». Les dirigeants associatifs souhaitent renforcer leurs liens avec les entreprises pour agir avec elles au service de l'intérêt général. Qu'en disent les entreprises ?

Quelles sont les fragilités perçues par les entreprises de dix salariés et plus ? Sur quelles fragilités les partenariats avec les associations sont-ils les plus pertinents ? Quelles sont les pratiques partenariales de ces entreprises ?

LES FRAGILITES PERCUES

Face aux 16 thématiques proposées, les dirigeants d'entreprises placent **les difficultés des personnes au cœur de leurs préoccupations.** Les dirigeants citent particulièrement trois difficultés qui viennent fragiliser le « vital » du citoyen :

- En premier, l'emploi (note moyenne de 5,6/ 10),
- Puis la pauvreté (note de 5,5),
- Et le pouvoir d'achat (note de 5,4).

Ils mettent aussi en avant la **nécessité d'un territoire dynamique** : développement économique, vieillissement, transition énergétique (5,2 chacun), ainsi que la mobilité (5,1).

Le **socle sociétal** tels que la culture, l'éducation ou l'environnement (4,8) ne semblent pas être pour les dirigeants des fragilités propres à leur territoire, mais à traiter plus globalement et collectivement.

Q19 – Y a-t-il des thématiques sur lesquelles votre territoire est plus ou moins fragile, ou plus ou moins performant ? Pourriez-vous nous indiquer par une note de 1 à 10 la perception que vous avez de la fragilité de votre territoire pour chacune des thématiques suivantes ? 1 signifiant que le critère n'est pas du tout une fragilité pour votre territoire ; 10 qu'il représente une fragilité très importante. Les notes intermédiaires servant à nuancer votre jugement.

Base : Ensemble des Entreprises de 10 salariés et + 221 900

	Fragilité - Notes de 1 à 4	Notes 5 et 6	Fragilité + Notes de 7 à 10	NSP	Moyenne
L'emploi le chômage l'insertion professionnelle	28%	38%	34%	0%	5.6
La pauvreté la précarité	28%	40%	32%	0%	5.5
Le niveau de vie le pouvoir d'achat	28%	44%	28%	0%	5.4
Le développement économique	32%	42%	25%	1%	5.2
Le vieillissement/ l'intergénérationnel	31%	43%	24%	2%	5.2
La transition énergétique	24%	54%	21%	1%	5.2
La mobilité (infrastructures transports)	33%	43%	23%	1%	5.1
Le lien social l'isolement	30%	48%	21%	1%	5.1
La sécurité	36%	38%	26%	0%	5.0
La santé	35%	40%	24%	1%	5.0
La diversité le handicap	31%	50%	17%	2%	5.0
Le logement	35%	44%	19%	2%	4.9
L'accès au numérique (internet etc.)	41%	35%	23%	1%	4.8
La culture les loisirs	41%	37%	22%	0%	4.8
L'éducation	40%	40%	19%	1%	4.8
L'environnement	36%	46%	18%	0%	4.8

Les fragilités perçues peuvent ainsi être associées à trois espaces : « le vital » du citoyen, la dynamique du territoire et ses leviers, et le socle sociétal.

LES DOMAINES PRIVILEGIES DE CO-CONSTRUCTION

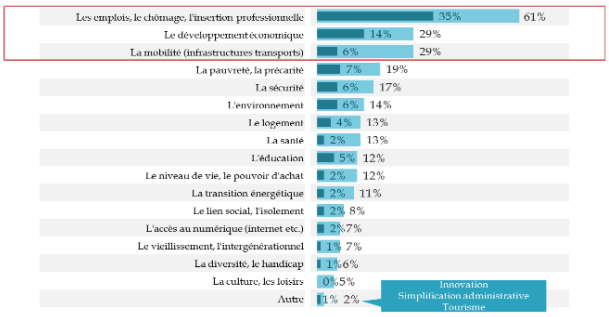
Les dirigeants considèrent que **les entreprises doivent se mobiliser pour répondre aux priorités « travail » et « dynamisme économique » des territoires,** notamment :

- Sur l'emploi (61% des dirigeants),
- Puis sur le développement économique et la mobilité (ex aequo à 29%).

Les dirigeants ne perçoivent pas l'accès au numérique (7%), le vieillissement (7%) et la diversité (6%) comme des fragilités prioritaires sur lesquelles les entreprises devraient agir.

Q20 – Parmi les thématiques évoquées, quelles sont selon vous les 3 fragilités prioritaires sur lesquelles les entreprises devraient se mobiliser sur votre territoire ?

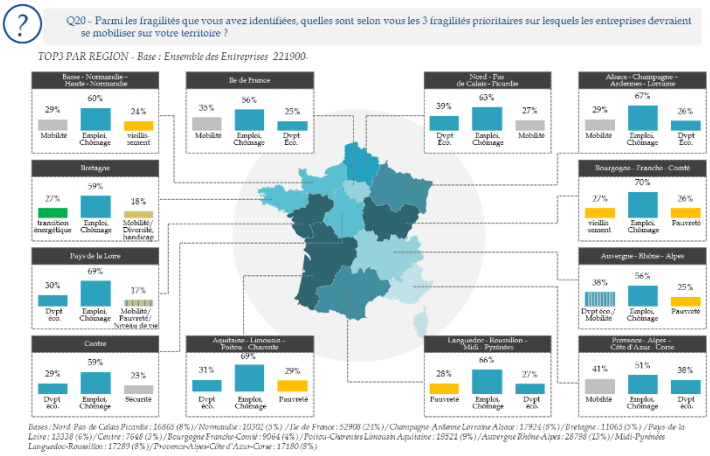
Base : Ensemble des Entreprises 221900



La mobilisation des entreprises doit cependant s'adapter en fonction des enjeux de chaque territoire.

Sur les treize régions, l'emploi est la priorité de mobilisation des entreprises.

Ensuite, il existe des spécificités régionales.
A titre d'illustrations, en Bretagne, les dirigeants mettent en avant la transition énergétique (27%) puis la mobilité et le développement économique (18% chacun). En région Bourgogne Franche Comté, citons le vieillissement (27%) et la pauvreté (26%). En Ile-de-France, la mobilité est particulièrement prégnante (35%).



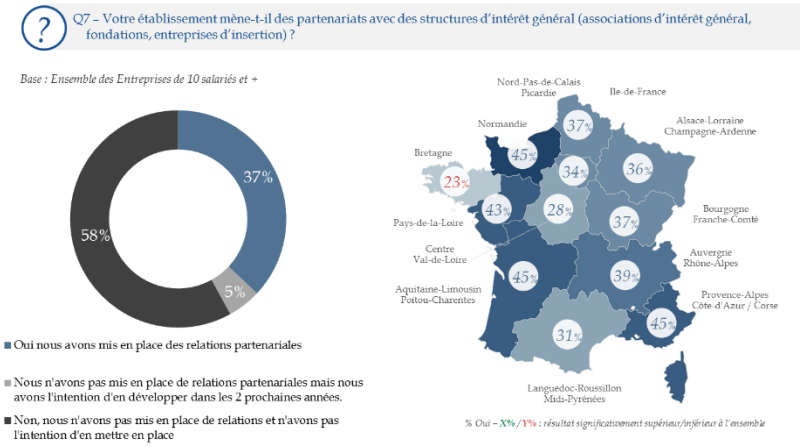
LES PRATIQUES PARTENARIALES DES ENREPRISES

L'engagement territorial des entreprises passe notamment par les partenariats associatifs. A ce jour, cela représente 674 000 partenariats engagés par les entreprises de dix salariés et plus.

37% des entreprises de 10 salariés et plus développent des relations partenariales avec les associations.
En 5 ans, le nombre d'entreprises engagées auprès des associations a augmenté de 8,5 points *(28,5% d'entreprises engagées en 2011 selon étude Comisis – ARPEA Entreprises et Territoire, 2011).*

Notons que ce taux de partenariat est variable selon la région considérée, pouvant aller de 23% à 45%.

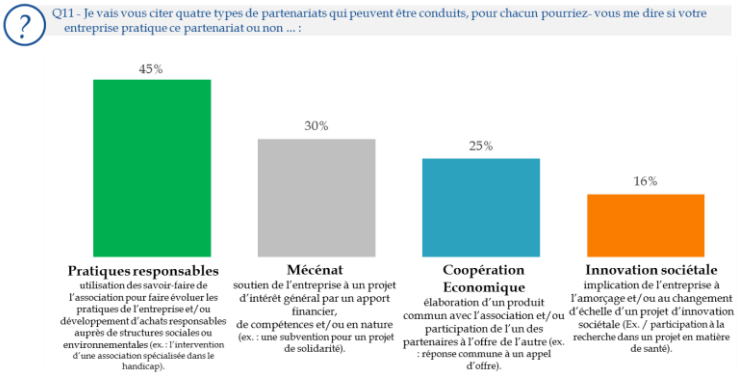
Le profil de l'entreprise joue également un rôle important dans la mise en place de partenariats : l'implication partenariale est corrélée à la taille de l'entreprise. Les 89 000 entreprises engagées mènent en moyenne 5 partenariats chacune.



Les entreprises mettent en place des modes de partenariats complémentaires

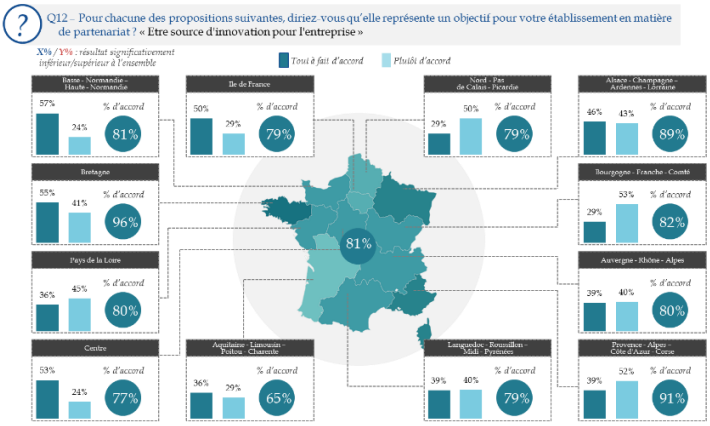
45 % des entreprises utilisent le savoir-faire d'une association pour faire évoluer leurs pratiques responsables, et 30% des entreprises pratiquent le mécénat.

La coopération économique (25%) et l'innovation sociétale (16%) sont des modes de partenariats en émergence.



Enfin, 81% des dirigeants pensent que les partenariats avec les structures d'intérêt général sont **source d'innovation pour leur entreprise.**

Cette perception de l'innovation est à nuancer selon les régions



Face au « devoir d'alliances » demandé par les citoyens et à l'invitation des associations « à agir ensemble », les entreprises répondent par une volonté de mobilisation. Elles sont de plus en plus engagées sur les territoires et considèrent les alliances avec les associations comme un moyen efficace pour répondre aux fragilités du territoire mais aussi comme un levier d'innovation pour elles-mêmes.

Eclairons la France d'un élan d'espoir !

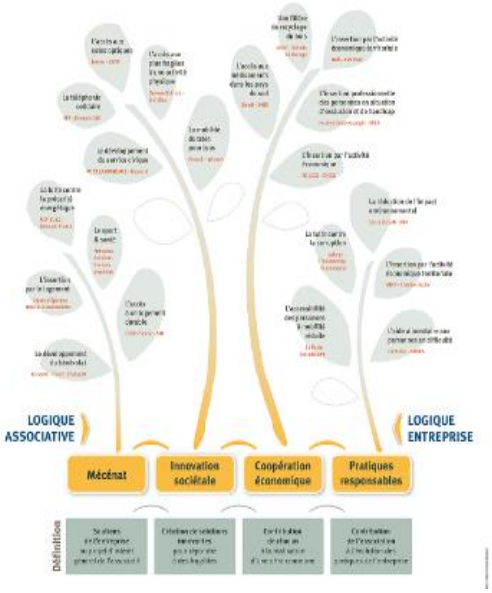
Le regard croisé entre les citoyens, les associations et les entreprises prouvent que le mouvement de co-construction est résolument en marche, et qu'il s'accélère. Ces trois acteurs de la Société civile nous rappellent que face aux fragilités de nos territoires, les alliances sont de puissants leviers d'actions. Ils nous offrent 3 bonnes nouvelles qu'il est utile de partager :

1ère bonne nouvelle : Les citoyens réclament un « devoir d'alliances » pour inventer ensemble des solutions concrètes de proximité pour réduire les fragilités des Hommes et des territoires, et faire émerger de nouveaux moteurs de croissance et d'emplois

Ce « devoir d'alliances » se traduit différemment selon les acteurs, les domaines et les territoires. Les partenariats ne sont donc pas une solution miracle ou un « couteau suisse », mais plutôt un instrument chirurgical qu'il convient d'utiliser avec précision. Pour réussir ce challenge, il ne s'agit pas d'abord d'un changement de processus mais d'un changement de positionnement. C'est « faire un pas de côté », pour avoir la capacité d'être réellement à l'écoute des besoins et de savoir détecter les « signaux faibles » pour en faire de véritables leviers de performance.

2ème bonne nouvelle : Les associations et les entreprises sont engagés dans un mouvement d'alliances qui s'accélère sur les territoires

37% des entreprises d'au moins dix salariés et 53% des associations employeuses pratiquent déjà une dynamique d'alliances1. C'est respectivement 9 et 6 points de plus qu'il y a 5 ans. Si ceux qui ne sont pas encore engagés sont en retard, c'est parce qu'ils n'ont pas encore perçu les enjeux et la valeur de ces démarches de co-construction. Il revient à leurs pairs qui sont déjà en marche de témoigner de la richesse de ce chemin. C'est par la bienveillance plutôt que l'injonction, et par la confiance plutôt que par la suspicion que pourra se déployer la co-construction à grande échelle.
C'est pourquoi, elle prend du temps, elle s'enracine profondément dans un mouvement qui sera d'autant plus solide qu'il prendra le temps nécessaire pour s'affermir sur des bases fermes. Seule cette solidité permettra de donner les repères dans cette période troublée qui a tant besoin de cap clair et partagé.

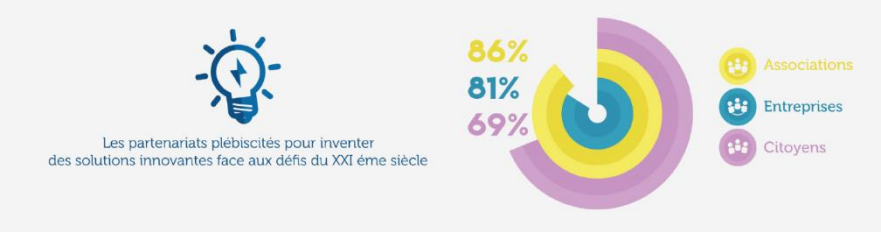


3ème bonne nouvelle : Ce « devoir d'alliances » n'est pas d'abord une contrainte réglementaire de responsabilité, ni même une injonction morale d'empathie, mais bien une opportunité d'innovation

69% des citoyens, 86% des dirigeants associatifs et 81% des chefs d'entreprise2 déclarent que les partenariats sont sources d'innovation pour réduire les fragilités et disposer de nouveaux moteurs de croissance économique. Bien qu'indispensables, ni l'élan de générosité, ni la réglementation ne suffiraient à elles seules à faire bouger les lignes, à lever l'inertie et à inciter à s'engager dans la voie exigeante de l'altérité. Si le mouvement s'accélère, c'est bien parce qu'il est porteur d'innovation collective pour répondre à l'ampleur des défis de ce début du XXIème siècle.

[2] PHARE-Citoyens (*Comisis-OpinionWay, septembre 2015*), PHARE-Associations (*Comisis, novembre 2015*), PHARE-Entreprises (*Comisis, octobre 2015*)

C’est cette clairvoyance dans ce véritable enjeu qui permet de comprendre pleinement l’élan d’espoir que peut apporter ce mouvement d’alliances innovantes au service du bien commun.



Ces résultats sont donc enthousiasmants, mais ils nous obligent. Le mouvement en marche est encore fragile, et nous nous devons de l’accompagner à sa juste mesure. L’écoute, le temps et la pédagogie sont les trois armes de notre combat collectif. Patiemment nous nous devons de porter le message de cette dynamique de co-construction qui est source de performance pour les organisations, d’innovation pour les territoires et de confiance pour les Hommes.

C’est sur les territoires que l’action est la plus visible. L’analyse de la situation des 13 nouvelles régions est instructive. Elle montre que les attentes et les besoins ne sont pas les mêmes en fonction des réalités territoriales. Il convient donc d’agir en adaptant les réponses aux priorités identifiées. Entre cohérence nationale et ajustement aux spécificités locales, c’est dans l’articulation des territoires tout autant que des acteurs que se joue notre capacité à répondre aux défis économiques, sociaux, environnementaux et sociétaux. C’est aussi là que se puise notre confiance collective dans le « Faire ensemble ». Le programme PHARE prouve à quel point la co-construction du bien commun est devenue incontournable. Il montre aussi que non seulement cette dynamique est possible, mais qu’elle est déjà à l’œuvre sur les territoires.

Ce n’est qu’au travers d’exemples concrets, de témoignages de cheminement réussi et de démarches rigoureuses que nous parviendrons à transformer ce mouvement en véritable solution pour un XXIème siècle plus solidaire, équitable et durable. Nous sommes déjà au milieu du gué. Réjouissons-nous donc des étapes franchies, et préparons les prochaines.

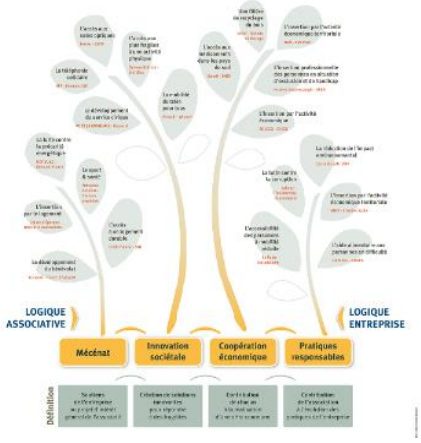
Ensemble, portons donc cet espoir auprès de ceux qui en ont tant besoin !

Charles-Benoît HEIDSIECK
Président-fondateur du RAMEAU

L'Observatoire des partenariats

Créé en 2008 par Le RAMEAU, en partenariat avec la Caisse des Dépôts, l'Observatoire des partenariats a pour objectif de qualifier les enjeux des relations entre les structures d'intérêt général et les entreprises, d'identifier les pratiques innovantes et de suivre l'évolution des dynamiques d'alliances en France. Le 1er cycle quinquennal d'études, nommé ARPEA (2008 – 2012), a permis d'établir un état des lieux des partenariats en France, et de comprendre le mouvement d'alliances sur les territoires.

Depuis 2013, le 2ème cycle quinquennal d'études est mené pour mieux percevoir l'impact de ces alliances. C'est dans ce cadre que l'Observatoire a lancé le programme d'études PHARE.



Méthodologie des études PHARE

PHARE-Citoyens

Univers et échantillon des Répondants.	Méthode de collecte	Date de la consultation.
• Étude réalisée auprès d'un échantillon de **2024** personnes représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus. • L'échantillon a été constitué selon la méthode des quotas, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle du chef de famille, après stratification • par région et catégorie d'agglomération. • Consultation sous mode anonyme à partir du panel B2C "opinionway	Mode d'interrogation : L'échantillon a été interrogé en ligne sur cawi,	Du 15 au 30 août 2015

ESOMAR ▸ Cette consultation applique les procédures et règles de la norme ISO 20252 afaq

Les 3 études sont réalisées pour l'Observatoire des partenariats par :

comisis
Competitive Insights Strategies

PHARE-Associations

Univers et échantillon	Méthode de collecte	Date de la consultation.
• Étude réalisée auprès d'un échantillon de 654 associations représentatif de l'univers de **704 683 associations**. • L'échantillon a été constitué à partir de la localisation géographique et selon la variable : associations employeuses, associations non employeuses. • L'univers statistique de référence est celui de l'Insee 2015 retravaillé selon des codes NAF précis. • L'intervalle de confiance inhérent à toute étude doit être considéré par le lecteur (2 à 3 points selon les segmentations). • Les univers retenus selon la sélection des NAF* ont été travaillés avec IMS HEALTH ainsi que la sélection des adresses fournies en complément des liens adressés par les partenaires (14.000 adresses complémentaires sélectionnées selon les régions et la taille)	Mode d'interrogation : L'échantillon a été interrogé sous cawi par "opinionway	Octobre/Novembre 2015

ESOMAR ▸ Cette consultation applique les procédures et règles de la norme ISO 20252 afaq

PHARE-Entreprises

Univers des Répondants.	Méthode de collecte	Date de la consultation.
• Étude réalisée auprès d'un échantillon de 793 entreprises représentatif de l'univers des entreprises de 10 salariés et plus soit 221 900 et de leurs établissements de 10 salariés et plus. • L'échantillon a été constitué à partir d'un échantillon raisonné selon la Région, la taille de l'entreprise et le secteur d'activité. • L'univers statistique de référence est celui de l'Insee 2015 retravaillé par "opinionway • L'intervalle de confiance inhérent à toute étude doit être considéré par le lecteur (2 à 3 points).	Mode d'interrogation : L'échantillon a été interrogé par téléphone	Juin et juillet 2015

ESOMAR ▸ Cette consultation applique les procédures et règles de la norme ISO 20252 afaq