pacte pour une économie locale durable

Connaitre les enjeux et stratégies de coopération

Les enjeux et stratégies de coopération ont été identifiés comme prioritaires parmi les membres du Pacte pour une économie locale durable. Si la coopération tient cette place de 1er rang, cette notion est difficilement définissable et sa mise en œuvre reste protéiforme. C'est pourquoi, l'observatoire du Pacte s'est penché sur la question à l'appui des travaux du Rameau et de deux enquêtes réalisées auprès des signataires du Pacte. Les résultats sont présentés ici pour vous aider à mieux comprendre la dynamique locale et à vous situer dans celle-ci.

La coopération : le 1er engagement du Pacte pour une économie locale durable

1 coopération

Se connaître, se faire connaître, se faire confiance

Dans une économie locale durable, chaque acteur économique connaît ses voisins, sait où trouver ses futurs partenaires, partage autant que possible la connaissance et des démarches communes, ce qui génère la confiance, indispensable aux coopérations.

Face à la profusion des dispositifs, la multiplication des écosystèmes et la diversité des structures, il est parfois difficile de saisir les missions, l'offre de services ou le périmètre de chaque entreprise ou d'un accompagnant, de rencontrer le fournisseur ou le client recherché. A l'échelle de l'Eurométropole, mais aussi de l'Alsace, de la Région Grand Est, de l'Eurodistrict Strasbourg-Ortenau, et au-delà en France et en Europe, les initiatives des uns ne sont pas toujours visibles et connues des autres et gagnent à être davantage coordonnées.

Chacun s'engage à développer le réflexe de la coopération et à partager ses stratégies pour faire cause commune autour des objectifs de transition écologique et solidaire du territoire.

Quelques engagements pour vous inspirer :

- ☑ Systématiser les retours d'expériences, le partage des meilleures pratiques et des erreurs à éviter
- ☑ Mettre en commun les cartographies des écosystèmes et ressources à mobiliser dans la transition écologique et sociale
- ☑ S'engager dans des réseaux locaux pour trouver des solutions communes
- ☑ Clarifier les dispositifs d'aide aux transitions et simplifier leur accès
- ☑ Valoriser les démarches locales exemplaires, les acteurs pionniers des transitions et leurs compétences
- ☑ ...

Le Pacte pour une économie locale durable

Co-construit avec + de 150 acteurs du territoire, le Pacte pour une économie locale durable traduit la vision stratégique du territoire sur les enjeux de transition économique, écologique, sociale et numérique ; il est aussi un acte d'engagement durable avec les acteurs économiques locaux, il vise à :

- Assurer un développement économique local équilibré sobre en ressources, à l'impact négatif le plus réduit sur l'environnement, qui profite au plus grand nombre dans l'Eurométropole
- Amplifier la dynamique collective et les démarches locales de transition écologique et sociale
- Conforter Strasbourg, laboratoire européen des transitions

Résultats de l'enquête quantitative

L'enquête a été réalisée par sondage, à partir d'un questionnaire issu de l'Observatoire national des partenariats qui nous a autorisé à l'utiliser auprès des membres du Pacte pour une économie locale durable. Si l'échantillon de 28 répondants n'est pas représentatif, il donne des indications sur la dynamique de coopération parmi les membres.

100% des répondants pensent que les partenariats entre associations, collectivités, entreprises et initiatives citoyennes sont incontournables ou utiles. 84% des chefs d'entreprises en France, et 74% dans le Grand Est, sont favorables à ces alliances, selon l'étude *IMPACT – Entreprises & Territoires* de l'Observatoire des partenariats, réalisée par Comisis-OpinionWay, publiée en septembre 2021.

77% des répondants disent avoir des **« Pratiques responsables »**, c'est-à-dire des actions partenariales afin d'améliorer la performance sociale, environnementale et/ou sociétale de leur entreprise. En France, 54% des entreprises déclarent les pratiques responsables, et 72% en Grand Est, parmi les 57% d'entreprises pratiquant des partenariats sociétaux, selon l'étude citée en infra de l'Observatoire des partenariats.

58% des répondants déclarent faire du **« Mécénat »** que ce soit en soutien humain, matériel, et/ou financier. Au niveau national et régional, ils sont respectivement 25% et 23% à déclarer en faire, parmi les 57% d'entreprises pratiquant des partenariats sociétaux (cf. étude en infra de l'Observatoire des partenariats). .

50% répondant ont des **« Coopération économique »** avec des structures de l'insertion ou du handicap, pas exemple des offres communes, des réponses conjointes à un marché public, etc. Au national, 28% des entreprises déclarent cette pratique, et en Grand Est, elles sont 25%, parmi les 57% d'entreprises pratiquant des partenariats sociétaux (cf. étude en infra de l'Observatoire des partenariats).

54% des répondants mènent des actions d'**« Innovation sociétale »** par de la co-conception et/ou expérimentation partenariale innovante pour faire émerger une nouvelle réponse à un besoin sociétal non couvert (par exemple : l'émergence de nouvelles solutions éducatives). Au national, elles sont 26% à le faire et 40% en Grand Est, parmi les 57% d'entreprises pratiquant des partenariats sociétaux (cf. étude en infra de l'Observatoire des partenariats).

Les membres du Pacte se distinguent par leur engagement supérieur à la moyenne nationale et régionale. Ces résultats témoignent d'une dynamique locale forte et d'un désir collectif de contribuer positivement à la société.

Cafés Sati

« Lors de notre procédé de production, la torréfaction, le grain de Café va grandir et libérer des pellicules qu'on appel exoderme. Nous les récupérons, les compactons et ce qui était avant un déchet devient ainsi une matière première pour les Jardins de la Montagne verte, un acteur de l'économie sociale et solidaire. Ils n'achètent plus d'engrais de synthèse, ils deviennent plus biologiques et économisent pratiquement 12 000€/an.

Nicolas Schulé, Président des Cafés Sati

Extrait des vidéos « Transitions », 2022

Pour plus d'exemples sur les coopérations : Carnet du Pacte n°8

Eiffage Construction Strasbourg

Nous avons avec Alemploi développé un partenariat nous permettant de former via un contrat de professionnalisation une dizaine de personnes éloignées de l'emploi. A l'issue de ce stage, neuf de nos candidats ont obtenu leur diplôme de maçon-coffreur niveau 2 et sept ont intégré les équipes d'Eiffage Construction. C'est un partenariat que nous pourront être amené à reconduire à l'avenir. »

Pierre Schruoffeneger, Directeur d'Eiffage Construction Strasbourg

Extrait des vidéos « Transitions », 2022

Pour plus d'exemples sur les coopérations : Carnet du Pacte n°8

Les pratiques partenariales des entreprises

Depuis sa création en 2008, l'Observatoire des partenariats mène des programmes d'études quinquennaux, sous la direction scientifique d'Anne ROBIN, sociologue, statisticienne et philosophe. Chaque étude est représentative de l'univers des acteurs interrogés (pour les entreprises, il s'agit des entreprises de 10 salariés et plus). 57% des entreprises françaises pratiquent en 2021 l'une des formes de partenariat sociétal ; alors qu'elles n'étaient que 37% en 2015 et 26% en 2008(1).

LES PRATIQUES PARTENARIALES DES ENTREPRISES

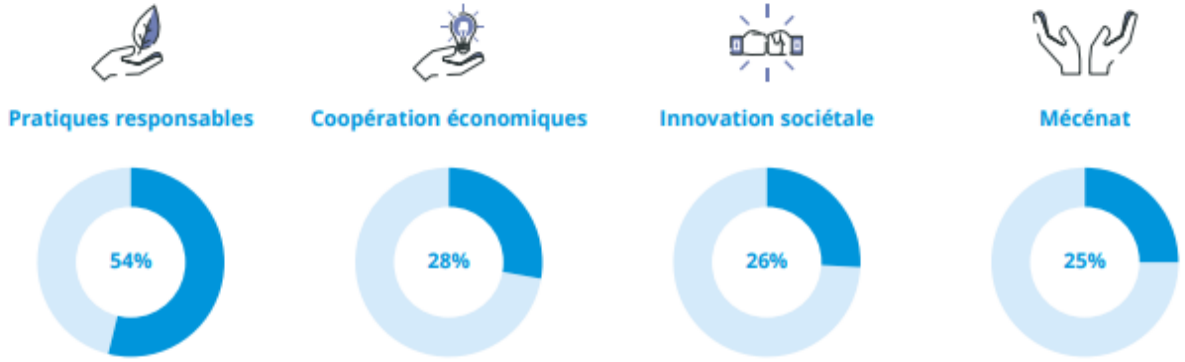
LES PARTENAIRES DES ENTREPRISES DE PLUS EN PLUS NOMBREUX

57 % des entreprises pratiquent des partenariats sociétaux, à la fois pour réduire les fragilités et faire émerger de nouveaux moteurs de développement économique durable.

Le spectre des partenaires et le taux de pratique se sont largement développés depuis 2015 avec une diversité d'acteurs, initiatives citoyennes, publics (nationaux et locaux), privés (associations, fondations) et académiques.

DES PRATIQUES PARTENARIALES QUI SE DIVERSIFIENT

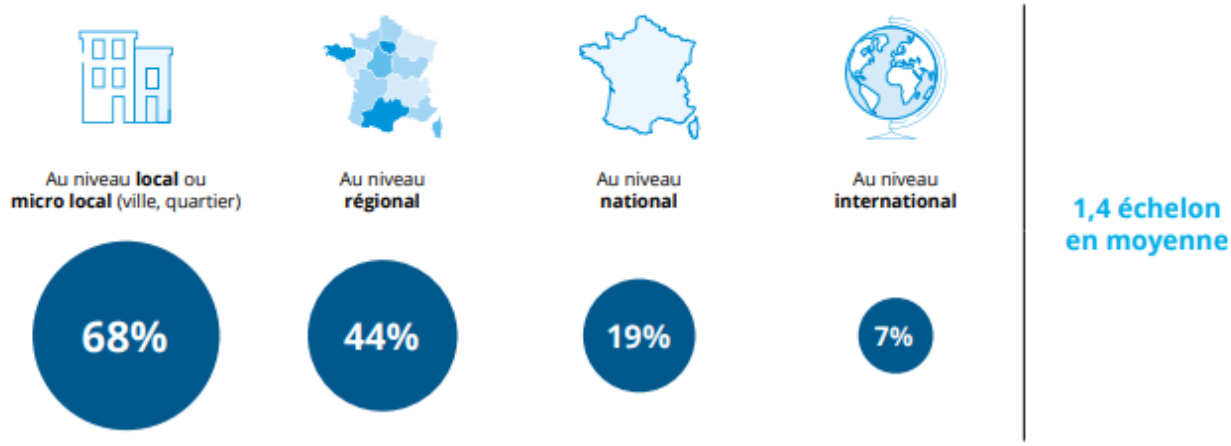
C'est aussi au travers de la diversification des modes de partenariat que se traduit l'engagement des entreprises.



Étude IMPACT - Entreprises & Territoires réalisée par COMISIS - Opinion Way pour L'Observatoire des partenariats (septembre 2021)

LES ÉCHELONS TERRITORIAUX DE L'ENGAGEMENT DES ENTREPRISES

Les partenariats sont avant tout locaux pour 68 % et régionaux pour 44 % des entreprises, avant d'être nationaux pour 19 % et internationaux pour 7 % d'entre elles. C'est surtout la spécificité régionale qui marque les esprits lorsque l'on analyse l'étude IMPACT - Entreprises & Territoires. Il est indispensable de prendre en compte cette diversité territoriale pour comprendre le mouvement de fond qui s'est développé depuis 5 ans.



Programme IMPACT de l'Observatoire des partenariats - Étude IMPACT - Volet Entreprise & Territoires - Observatoire des partenariats Septembre 2021

(1) cf. études statistiques de l'Observatoire des partenariats, issues des programmes IMPACT (2018-2022), PHARE (2013-2017) et ARPEA (2008-2012).

Résultats de l'enquête qualitative

Cette enquête a été menée à travers 6 entretiens avec des membres du Pacte pour une économie locale durable. Une première analyse a révélé qu'il était pertinent d'examiner les résultats en fonction des 7 principes clés de réussite d'une collaboration identifiés par Marco Albani et Kimberly Henderson dans leur article « Créer des partenariats pour la durabilité ».

(Les analyses dans les encadrés sont issues de cet article.)

Identifier des raisons claires pour collaborer

« C'est du bla bla, la coopération, si elle n'est pas basée sur certains ingrédients comme le fait d'avoir envie de faire des choses précises. » Cette phrase d'un entrepreneur social rappelle que les efforts des organisations partenaires ne peuvent pas se fonder uniquement sur un partage de valeurs et de vision de la société. Pour que la coopération soit durable, il faut que l'effort consenti par chaque organisation l'aide à atteindre quelque chose de significatif. C'est ce que dit de façon très directe un entrepreneur de la logistique : « Même si, quand on recrute, on a besoin de communiquer nos valeurs, ce que l'on fait, il faut que ce ne soit pas seulement une façon de communiquer. Par exemple, ce que l'on est en train d'investir pour l'énergie photovoltaïque [en coopération avec d'autres entreprises], ça c'est intéressant : cela nous rapporte quelque chose. C'est ce qui justifie encore aujourd'hui la présence de notre entreprise dans des coopérations : nous en avons besoin pour agir et pas seulement pour communiquer. »

Analyse : Quand des entreprises s'engagent uniquement pour une opération de communication ou pour ne pas dire non à une sollicitation, l'engagement risque d'être faible. Les fondateurs d'un partenariat naissant doivent plutôt identifier des incitations fortes. Parfois, résoudre ensemble un grand problème est finalement plus motivant que de résoudre un petit problème, alors que l'implication peut rester la même.

Trouver une "bonne fée"

« Dans un monde idéal, j'ai une liste de thèmes qui m'intéressent fortement. Je vais piocher dedans le jour où je suis prêt à y aller. Quand je suis prêt, qui vais-je voir, est-ce que j'ai trois ou quatre exemples à solliciter ? Mais ça va aussi dépendre de qui y va, si une autre entreprise devient leader, c'est plus facile, surtout quand cela nous demande de sortir de notre cœur de métier. Mais parfois, nous aussi pouvons être le moteur. » L'entrepreneur qui porte cette parole dirige une PME dans la sidérurgie. Ce qu'il évoque, c'est que pour y aller, il n'y a pas que la motivation interne qui compte, mais aussi le fait qu'un acteur soit leader ou moteur de la démarche. C'est ce que, dans d'autres termes, évoque aussi un entrepreneur social : « Je trouve que dans les coopérations, il faut une personne, une équipe ou une organisation qui entraîne les autres. C'est plus facile quand il y a une ou plusieurs personnes qui sont garantes des choses : des étapes, de la motivation, qui vont pousser… je pense qu'il y a un enjeu avec ce type d'acteurs. Ce sont eux qui font naître les coopérations. »

Analyse : Les collaborations réussies reposent souvent sur des organisations prêtes à investir plus que leur part de capital, malgré les risques. Les "bonnes fées" prennent des risques majeurs et facilitent l'entrée des autres, qui peuvent suivre avec moins d'effort. Toute institution crédible et passionnée peut jouer ce rôle clé pour initier le changement.

Fixer des objectifs simples et crédibles

« Notre objectif est d'anticiper et de réduire les impacts des opérations chirurgicales, d'être le moins invasif possible. C'est notre engagement pour la santé. Alors, on trouve beaucoup d'acteurs qui ont ce même objectif et souhaitent aller dans le même sens. En plus, ce que nous faisons est soutenu par la littérature scientifique dans le domaine médical, nous sommes légitimes. » Ces propos de la directrice financière et responsable RSE d'une société spécialisée dans l'imagerie médicale en 3D démontrent un objectif fort qui est le moteur des coopérations qui se développent autour du projet. Dans un tout autre domaine, celui de la finance, voici ce que dit la directrice du centre d'affaires Alsace d'une banque coopérative : « Nous avons des clients qui deviennent sociétaires, ils participent activement aux décisions de la banque autour d'un objectif commun : réinvestir nos résultats dans des projets collectifs. En unissant nos forces, nous créons une vision partagée pour l'avenir, où chaque membre contribue à une économie plus juste et responsable. »

Analyse : L'existence d'objectifs ambitieux qui résonnent comme un slogan donne plus de chance aux membres d'une même coopération d'avoir le même agenda, les mêmes objectifs. Les coopérations qui se fondent sur des idées fortes ont plus de chances de créer une dynamique. Et si la force de l'objectif suscite de la résistance, c'est peut-être que vous êtes dans le dur : rares sont les changements de fond qui ne suscitent aucune réticence.

Obtenez de l'aide professionnelle

« Nous nous sommes dit qu'il est important de pouvoir outiller les gens sur "la facilitation de territoire" [...], des personnes qui ont cette conscience des relations interpersonnelles et qui ont la conscience de rapprocher des acteurs qui ne se connaissent pas forcément et de les amener à concrétiser l'objet de leur coopération. » – Propos d'un entrepreneur social. De son côté un industriel dit : « L'amorce de ce genre de sujet de coopération passe par des rencontres et des conférences organisées par des acteurs de la région, comme l'ADEME, le Pôle Véhicule du Futur, le Réseau d'Industriels Innovants d'Alsace du Nord, ou Initiatives Durables. Ils nous aident à mettre les sujets sur la table sur la base du volontariat, et aujourd'hui, on s'inscrit. Sans ces interventions, ce serait bien plus difficile.»

Analyse : Cet enjeu de l'accompagnement des coopérations est ainsi résumé dans l'article « Creating partnerships for sustainability » de Marco Albani et Kimberly Henderson : « La plupart des collaborations ont besoin d'un facilitateur pour démarrer. Lorsque les organisations se réunissent, chacune d'elles a ses propres motivations, préjugés et cultures organisationnelles. Ces éléments peuvent entrer en conflit. Les risques de conflit sont plus élevés lorsque les organisations sont concurrentes ou lorsqu'elles appartiennent à des secteurs et à des cultures complètement différentes. Les premiers mois sont particulièrement difficiles. Les membres sont souvent lents à engager du personnel et ont tendance à attendre que les autres proposent d'abord des ressources. »

Dédier de bonnes personnes à la cause

« La coopération, ça coûte et tout le monde n'est pas équipé pour financer cette coopération car il faut des personnes. [...] Il faut des personnes dans l'entreprise qui ont du temps, qui sont outillées et qui sont en phase avec cette idée de coopération. » Ce témoignage d'un entrepreneur social fait écho à celui qui suit d'un dirigeant d'une entreprise sidérurgique : « On avait formé une personne chez nous en interne à devenir animateur de fresque du climat. Nous avons dédié une personne à cela car, voilà, cela nous tenait à cœur. Nous voulions inviter des clients, des gens de chez nous, et puis des prestataires, enfin voilà des gens de notre écosystème proche pour essayer de les inspirer positivement, pour leur donner envie de faire mieux ou en tout cas de savoir de quoi on parle comme sujet. » Et parfois, comme l'indique cette responsable d'un centre d'affaires d'une banque coopérative, il faut être conscient de ses limites : « Nous sommes à la fois très souples et agiles sur certains sujets, mais [...] nous n'avons pas forcément d'équipe dédiée sur ces thématiques en local. Pour l'instant, j'ai pu assister à quelques réunions du Pacte, à quelques afterwork, mais finalement assez peu. Mais je dois tenir compte de la réalité de notre équipe. »

Analyse : Il est fondamental de dédier des personnes qualifiées à une collaboration pour garantir son succès. Si des membres d'une coopération ne mobilisent pas de personnel adéquat, il faut clarifier leur raison d'être impliqués.

Soyez flexible dans la définition du succès

Un entrepreneur de la logistique témoigne du fait qu'il est entré dans une coopération pour mutualiser le lavage de véhicules. Mais cette coopération a pris fin pour diverses raisons. Pour autant, il reste en lien avec les acteurs parce que d'autres projets de coopération sont en gestation, notamment sur le photovoltaïque. Cet entrepreneur a fait preuve de flexibilité sur la définition du succès. Ce n'est pas parce qu'une première initiative n'a pas fonctionné aussi longtemps que souhaité qu'il s'est retiré des échanges, car ils débouchent sur d'autres choses. C'est ce que dit aussi, en substance, un entrepreneur social : « La coopération implique de nombreux échecs avant de trouver les bons ingrédients. Ces ingrédients sont découverts avec les acteurs de la coopération, car il n'y a pas de théorie universelle qui fonctionne. Chaque acteur doit trouver les moyens de coopérer ensemble, personne d'autre ne peut le faire à leur place. »

Analyse : Le succès d'une coopération peut surgir de manière inattendue et là où on ne l'attendait pas. Même si les résultats diffèrent de ce que l'on avait prévu, ils peuvent tout de même apporter des changements positifs et significatifs.

Préparez-vous à lâcher prise

« On a une société financière qui est détenue par une organisation professionnelle et par notre banque. Parfois, les coopérations nous amènent à faire des choses qui ne restent pas chez nous. **»**

Analyse : Les partenariats peuvent prendre fin ou devenir des structures indépendantes. C'est un processus qui doit être anticipé. Certaines collaborations sont temporaires et se terminent une fois l'objectif atteint ou inatteignable, tandis que d'autres évoluent en structures autonomes. Dans ces cas, les fondateurs ne jouent plus le même rôle et doivent même parfois se retirer, car ils ne sont plus nécessaires au quotidien.

La coopération : une appréhension et application différente en fonction des structures

La réalisation de l'enquête par entretien a révélé une diversité dans la perception de la notion de coopération parmi les personnes interviewées. Certains, dès le début de l'entretien, déclaraient ne pas pratiquer de coopération, alors qu'ils étaient en réalité engagés dans de nombreuses coopérations informelles ! D'autres, en revanche, voyaient la coopération comme le cœur même de leur organisation, en particulier ceux opérant sous le statut de coopérative. Ces variations soulignent que le terme « coopération » est polysémique.

La coopération peut se comprendre de deux manières principales :

- le terme désigne un large éventail d'interactions et d'actions entre diverses organisations qui agissent ensemble. Cela inclut les partenariats, les alliances, les consortiums, les clusters, et les réseaux...
- Le terme coopération peut également désigner des actions et des interactions peu formalisées. *A contrario*, par exemple, les partenariats nécessitent souvent une clarification des attentes à travers des contrats, les alliances impliquent des engagements à long terme et des objectifs précis…

La coopération peut donc être informelle et flexible. Dire cela n'est pas un simple détail sémantique, cela a des implications concrètes pour les entrepreneurs. Cela doit les inciter à reconnaitre ce qui est informel, chercher à l'identifier, en comprendre les mécanismes, car c'est parfois là que se jouent des expérimentations collectives. En observant de plus près ces interactions informelles, on peut découvrir des dynamiques innovantes et des solutions créatives qui émergent justement grâce à la liberté et à la flexibilité ! Mais il ne faudrait pas que ce caractère informel les rende invisibles ou conduise à les négliger.

Cette flexibilité et le caractère informel de certaines coopérations sont particulièrement importants pour initier des coopérations pour la durabilité. La durabilité nécessite parfois de sortir des sentiers battus, de sortir de ses processus, de son cœur de métier et même d'aller vers des acteurs nouveaux. Bref, la durabilité demande d'être ingénieux, de tester des choses et l'informel aide à cela. Toutefois encore faut-il apprendre de ces initiatives informelles et voir comment les inciter, les multiplier et parfois les formaliser.

© Alban Hefti pour Strasbourg Eurométropole

Ateliers de la matinée économie locale durable du Pacte– 6 juin 2024

Analyse / regard du RAMEAU

Dans ses travaux, Le RAMEAU distingue l'action du partenariat, de son intention, en amont, qui intègre une vision stratégique des partenaires impliqués, issus d'univers différents. L'envie d'alliance s'explique par le besoin de réussir ensemble ce qu'aucun ne pourrait faire seul. La formule « 1+1= 3 » définit cette théorie de l'alliance. Elle signifie que chacun des partenaires, au-delà de son objectif spécifique, partage un enjeu commun, plus large, relatif au bien commun, comme l'alimentation, l'éducation ou la mobilité. Cet enjeu est à corréler avec l'un des 16 Objectifs de Développement Durable (ODD), dont le 17e ODD, transversal, est justement la capacité à coopérer pour réussir l'Agenda 2030.

L'ODD 17 en pratiques a fait l'objet de la 1ére étude d'impact réalisée en France*(1)*. De 2018 à 2022, le programme quinquennal IMPACT de l'Observatoire des partenariats a qualifié, mesuré et illustré les effets des alliances d'intérêt général sur l'innovation, la performance et la confiance. Les chemins de coopération se multiplient. Ils sont motivés par de nouveaux équilibres entre performance et engagement, de nouvelles trajectoires socio-économiques, des processus d'innovation novateurs et/ou la capacité à coconstruire des projets de territoire qui mobilisent l'ensemble des forces vives.

Ces chemins sont particulièrement visibles à l'échelle de l'Eurométropole de Strasbourg, comme en témoignent 3 dynamiques, qui se rejoignent au sein du Pacte pour une économie locale durable : la catalyse territoriale de mobilisation citoyenne, la Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE), et l'impulsion publique de l'Eurométropole de Strasbourg.

Depuis 2008, Le RAMEAU suit les dynamiques de co-construction territoriale sur Strasbourg. C'est notamment avec le Labo des partenariats de Strasbourg qu'il a créé en 2014 le Réseau des catalyseurs territoriaux(2) qui a fêté ses 10 ans en juillet dernier. Acteurs publics et privés, ces catalyseurs territoriaux jouent un rôle-clé pour faciliter la mise en place de coopérations locales, en étant reconnus comme tiers de confiance, pour accompagner les échanges informels vers la formalisation de partenariats durables.

Au travers du programme de recherche empirique « RSE et Partenariats » des PME, les entreprises du territoire de l'Eurométropole de Strasbourg, dont le Réseau GDS, ont joué un rôle structurant dans les réflexions qui ont mené à la publication « Construire ensemble l'engagement territorial des entreprises »(3), en 2018, réalisée en partenariat avec l'Admical, côté mécénat, et l'Orse, côté RSE.

En 2021, l'étude IMPACT-Entreprises & Territoires(4) a confirmé les spécificités des dynamiques du Grand Est. C'est avec grand intérêt que Le RAMEAU a suivi depuis sa création la dynamique du Pacte pour une économie locale durable de l'Eurométropole de Strasbourg, et avec plaisir qu'il l'a signé le 6 juin à l'occasion de la 2ème Assemblée du Pacte. L'Eurométropole de Strasbourg est un territoire incarnant l'espace d'expérimentation, d'innovation partagée, comme l'a illustré son témoignage en septembre dernier lors du webinaire « Cap 2030 vers l'ODD 17, l'ingénierie territoriale en pratiques ! »(5).

Les alliances publiques et privées constituent l'un des 3 piliers majeurs du modèle socio-économique des organisations, aux côtés des richesses humaines et des financements. La plateforme « Trajectoires socio-économiques » en détaille les différents leviers. Avec qui faire alliance, pourquoi et comment ? Pour concevoir, piloter et évaluer une politique de partenariat ancrée et incarnée, la méthode « Coopérer efficacement » a été lancée en septembre 2023. Elle capitalise 15 ans de recherche empirique, et donne accès à des outils pratiques.

Yann ULLIAC, Directeur de l'Observatoire des partenariats

(1) Publications à consulter sur la plateforme de capitalisation www.odd17.org : https://cutt.ly/impacts-odd-17

(2) Cf. site des catalyseurs territoriaux : https://cutt.ly/catalyseurs-territoriaux

(3) Guide Construire ensemble l'engagement territorial des entreprises (MEDEF – Le RAMEAU, en partenariat avec Admical et l'Orse, octobre 2018) : https://cutt.ly/guide-construire

(4) Etude réalisée par Comisis-OpinionWay, à retrouver sur le site de l'Observatoire des partenariats : https://cutt.ly/etude-IMPACT

(5) Webinaire de septembre 2024 accessible en replay sur la plateforme « Trajectoires socio-économiques »: https://cutt.ly/les-webinaires

Le RAMEAU
Co-construisons demain

L'Observatoire des Partenariats

Ressources pour aller plus loin

Carnet du Pacte numéro 8 sur la Matinée de l'économie locale durable du 6 juin 2024 dédiée aux enjeux de la coopération

Pour comprendre les enjeux des alliances pour les entreprises :
Fiche-pratique entreprise du « faire alliance »

Pour approfondir la typologie des partenariats :
Fiche typologie des partenariats

Pour vous guider, de la conception à l'évaluation de partenariats stratégiques : méthode « Coopérer efficacement » (09/2024)

Pour piloter votre veille sur les partenariats : la base IMPACT-Alliances

Pour se situer avant de développer sa stratégie d'impact :
Etude « Savoir se situer dans un monde en mutation »