



ÉTAPE 3 – IDENTIFIER SES PARTENAIRES

COMMENT CIBLER LES ORGANISATIONS SOCIALES ?



Une fois que vous avez identifié les opportunités de Co-Création, il s'agit d'identifier, pour chacune d'elles, **les partenaires** que vous pouvez contacter. Pour cela, il est nécessaire de définir le cadre au sein duquel vous identifieriez vos potentiels partenaires.

Qui?

I. DÉFINIR LES CRITÈRES DE SÉLECTION

Pour affiner votre ciblage, vous pouvez définir des critères de sélection prenant en compte différents facteurs :

- **Partenariats existants** : Cela peut être plus aisé d'envisager un projet de Co-Création avec une structure que votre entreprise connaît déjà, et réciproquement. De plus, les interlocuteurs au sein de l'organisation sont déjà identifiés, il sera donc plus facile de les approcher.
- **Enjeu sociétal, impact social ou potentiel d'impact social de l'action** : évaluer le potentiel d'impact social et la mesure d'impact déjà établie par l'organisation est également un gage de réussite du projet social.
- **Populations cibles** : Il est évidemment utile de bien connaître les populations cibles pour lesquelles les organisations mènent leur action. L'entreprise pourra ainsi mieux connaître ces populations, dont elle est souvent éloignée.
- **Activité** : il est important de cibler les organisations dont le cœur de métier est proche du votre, ce qui facilitera l'adhésion en interne et la recherche d'enjeux stratégiques communs. Il s'agit donc dans un premier temps de délimiter les métiers potentiellement concernés par l'activité de votre entreprise.
- **Stade d'avancement du projet** : pour s'engager dans un projet de Co-Création, l'organisation partenaire doit être en mesure d'assumer le projet, et être donc à un stade plutôt avancé de son développement.
- **Localisation/Ancrage territorial** : Déterminer le territoire sur lequel vous souhaitez mener votre projet vous donnera un cadre de ciblage géographique à approfondir et sera un élément très structurant surtout si vous recherchez un ancrage territorial plus important. Commencez par lister les organisations au niveau local, puis au niveau régional, puis national voire international.
- **Les valeurs** : Au-delà des questions économiques, un projet de Co-Création s'appuie sur le partage de valeurs communes aux deux partenaires. Il faut donc cibler les organisations dont les valeurs se rapprochent le plus des vôtres.

1. DÉFINIR LES CRITÈRES DE SÉLECTION (SUITE)

- **Le caractère innovant de l'action** : Le projet de Co-Création est en soi un mode de collaboration innovant. L'innovation sociale doit donc être au cœur de ce projet. Pour cela, renseignez-vous sur les organisations que vous ciblez afin d'analyser leur action et mesurer leur caractère innovant. Cela vous permettra de favoriser les structures qui proposent des solutions nouvelles et innovantes qui constitueront pour votre entreprise de véritables leviers de performance.
- **L'image et la réputation de l'organisation** : La renommée, la visibilité et la taille du partenaire peuvent aussi entrer en ligne de compte. De plus, trouver le 'bon' partenaire peut aussi passer par les recommandations de personnes issues du milieu professionnel.
- **La taille** : La taille de l'organisation permettra de s'assurer de sa capacité à répondre à vos enjeux et asseoir la crédibilité du projet. En revanche, une organisation trop importante pourra avoir plus de difficultés à évoluer vers vos modes de fonctionnement.
- **Le mode de financement de l'organisation**

2. CONNAITRE LES SPÉCIFICITÉS DES ACTEURS SOCIAUX



Qu'est qu'un Entrepreneur Social?

C'est quelqu'un qui met ses qualités entrepreneuriales au service de la résolution d'un problème sociétal à grande échelle. Quel que soit le domaine où il s'engage, l'Entrepreneur Social se donne comme critère majeur de réussite l'ampleur de son impact sur la société. Le terme d'Entrepreneur Social a été popularisé dans les années 1980 par Bill Drayton, le fondateur d'Ashoka. Exprimant d'abord un état d'esprit, il recouvre des statuts variés (association, mutuelle...).

→ Pour plus d'informations, rendez-vous sur le [Site Ashoka](#) ou [de l'AVISE](#).



Qu'est-ce que l'économie sociale et solidaire ?

L'économie sociale et solidaire (ESS) rassemble :

- d'une part les associations, coopératives, mutuelles et fondations (structures "historiques" de l'économie sociale),
- d'autre part les entreprises solidaires dont l'activité est guidée par une série de principes fondateurs : non-lucrativité ou lucrativité limitée, démocratie dans leur gouvernance, utilité collective ou utilité sociale du projet.

→ Retrouvez plus d'informations sur l'économie sociale et solidaire sur le [site de l'AVISE](#).

Comment?

I. SE CRÉER UNE BASE DE DONNÉES

Pour documenter votre recherche et la structurer, il est important de se créer une base de données qui vous permettra d'y centraliser l'ensemble des informations importantes que vous allez collecter sur les organisations.

→ Utilisez un **tableau Excel** et intégrez les colonnes suivantes pour commencer :

Nom de l'organisation / adresse / code postal / commune / téléphone / site internet / commentaires

→ Dans une logique de **mobilisation de votre réseau**, ajoutez des colonnes afin de renseigner, en face de chaque entreprise, les personnes que vous connaissez au sein de ses organisations, les personnes susceptibles de vous mettre en lien, ou même les personnes que vous avez identifiées et que vous souhaitez rencontrer.

Pour chaque type du contact, vous pouvez ajouter les colonnes suivantes : nom du contact / fonction / mobile / mail...

→ Pensez à vous créer des **alertes/relances** (agenda Outlook ou agenda Google, ou agenda papier)

→ **Saisissez les informations au quotidien** ou au fur et à mesure que vous les obtenez : par exemple, le matin après la lecture de la revue de presse, en même temps que vous surfez sur Internet pour chercher des informations sur telle ou telle organisation, ou après un rendez-vous avec un entrepreneur social, entrez les informations de sa carte de visite...

2. IMPLIQUER SON RÉSEAU



Dans votre recherche, **l'implication de votre réseau est un facilitateur** pour avoir des informations sur des organisations sociales et pour entrer en contact. Il sera un **accélérateur de la réussite du projet**.

Il est toujours plus rapide et facile de prendre contact avec une personne, en l'appelant de la part d'une connaissance commune. Il s'agit donc de mobiliser votre réseau en interne ainsi que les réseaux auxquels vous appartenez.

3. RECHERCHER DES INFORMATIONS PRÉCISES SUR LES ORGANISATIONS CIBLÉES

Recherchez des informations sur les organisations que vous avez ciblées.:

- Des **informations quantitatives** : la taille, l'effectif, les activités, l'impact social (résultats chiffrés), la date de création...
- Des **informations qualitatives**: le nom du (ou des) dirigeant(s), la mission, la philosophie, les valeurs, les champs d'intervention, les populations cibles, les activités, les objectifs, les actions de communication, les partenariats avec des entreprises ou avec les pouvoirs publics, les problèmes qu'elles rencontrent...

Plus vous avez d'informations, plus vous aurez d'arguments pour créer des liens avec votre projet et montrer à l'entrepreneur social que ce n'est pas un hasard si vous sollicitez son organisation, et pas une autre. En outre, ce sont autant de points qui renforceront la légitimité de l'organisation à travailler avec vous.

Pour pouvoir effectuer le ciblage des partenaires susceptibles d'être intéressés par votre projet de Co-Création, il faut avoir une véritable démarche de recherche et de prospection.

Pour cela, utilisez :

- **des bases de données d'organisations sociales** en libre accès sur le web qui peuvent fournir des informations de premier niveau.
- les **sites Internet institutionnels des organisations sociales**: Ils contiennent souvent des informations intéressantes, notamment sur leurs actualités, ou même des contacts que vous pourriez joindre.
- **divers acteurs de l'Economie Sociale et Solidaire**



Rendez-vous sur la **Fiche Outils 'Réseaux et sources d'informations'** pour vous aider à identifier les différentes sources d'informations à votre disposition

4. CARTOGRAPHIER LES ACTEURS DE SON SECTEUR

Afin d'identifier toutes les opportunités de créer des liens avec des acteurs qui peuvent potentiellement vous aider dans la résolution de vos objectifs, il est nécessaire d'avoir conscience des différents acteurs qui composent le secteur dans lequel vous évoluez.

Pour cela, **dressez la chaîne de valeur de votre secteur**, avec un périmètre de parties prenantes relativement large, et **identifiez les types d'acteurs** qui agissent tout au long de cette chaîne de valeur. Cela vous permettra d'identifier, au sein de ces acteurs, ceux qui ont les compétences et les moyens de répondre aux enjeux que vous aurez préalablement identifiés.