



Mieux comme vous y étiez !

Soirée d'inspiration - 19 mars 2026

« Entreprises, associations / fondations : nouveaux modèles de coopération »

INTRODUCTION : Vous ne savez pas quelle cause soutenir ? Soutenez l'entrepreneuriat !

Intervenant :

Thibault de Saint Simon, directeur général de la Fondation Entreprendre

1. Vision : l'entrepreneuriat comme levier d'intérêt général

- Ambition : que chacun soit « entrepreneur de sa vie », c'est-à-dire doté d'agilité, de créativité et de la capacité à réaliser son potentiel, même sans créer d'entreprise.
 - L'entrepreneuriat est présenté comme un levier d'impact pour :
 - Les individus (compétences, insertion, rebond après l'échec).
 - Les territoires (emploi, services de proximité, revitalisation, notamment en milieu rural ou dans les zones fragiles).
 - La société et la planète (modèles économiques qui intègrent les enjeux sociaux et environnementaux).
-

2. Trois enjeux majeurs

- **Égalité des chances d'entreprendre**
 - Objectif : rendre l'entrepreneuriat accessible à tous, quels que soient l'âge, le genre, l'origine sociale, les réseaux ou le territoire.
 - Moyen : financement d'un écosystème associatif qui accompagne ceux qui ont le moins de bagage éducatif, de réseaux ou de moyens financiers.
- **Revitalisation des territoires**
 - Enjeu : l'entrepreneuriat émerge surtout dans les grandes métropoles ; il est plus difficile dans les territoires ruraux ou périphériques.
 - Objectif : amener l'accompagnement entrepreneurial dans ces territoires pour créer emplois, services de proximité et dynamisme économique.
- **Modèles économiques à impact**
 - Enjeu : ne pas se limiter à la seule performance économique.
 - Objectif : aider les entrepreneurs à intégrer dès le départ leur responsabilité sociale et environnementale et la cohérence avec les grands défis de société.

- **Amont / éducation**

- Associations comme Entreprendre pour Apprendre ou 100 000 Entrepreneurs : projets de mini-entreprises dans les collèges et lycées.
- Impacts : meilleure connexion à l'école, développement du travail en équipe, de la créativité, compréhension des métiers et amélioration de l'orientation et de l'insertion professionnelle.

- **Création / croissance des entreprises**

- Associations d'accompagnement comme Réseau Entreprendre, Adie, etc.
- Apports : expertise métier, expérience d'entrepreneurs engagés, premiers financements (effet levier sur le crédit bancaire).
 - Résultat clé : taux de pérennité à 5 ans d'environ 80% pour les entreprises accompagnées, contre environ 50–60% en moyenne en France.

- **Rebond après l'échec**

- Associations comme Second Souffle ou 60 000 Rebonds.
 - Rôle : aider les dirigeants à sauver leur entreprise quand c'est possible, ou à rebondir après un dépôt de bilan et à assumer un échec souvent très stigmatisé.
 - Résultat : autour de 90% des entrepreneurs accompagnés par 60 000 Rebonds parviennent à rebondir à l'issue de l'accompagnement.

3. Rôle spécifique de la Fondation Entreprendre

- Fondation dédiée à l'écosystème associatif de l'entrepreneuriat, ayant financé depuis sa création une petite centaine d'acteurs associatifs.
- Choix stratégique :
 - Financer la **structure** (RH, fonctions support, gouvernance, mesure d'impact) et pas seulement des projets.
 - S'engager via des financements **non fléchés, pluriannuels**, pour renforcer la robustesse des modèles associatifs et permettre le changement d'échelle.
- Exemple : une association comme « Femmes des Territoires » reçoit 300 000 € sur 3 ans, couplés à un accompagnement (RH, gouvernance, impact), ce qui lui permet de passer de 2 000 à 20 000 femmes accompagnées et de 32 à 90 antennes.
- **Innovation et plaidoyer** :
 - Financement d'expérimentations comme un programme sur la ruralité avec plusieurs associations, accompagnant plus de 300 entrepreneurs ruraux.
 - Capitalisation dans un livre blanc et dialogue avec les ministères pour adapter les dispositifs publics au financement de l'entrepreneuriat rural.

4. Bonnes pratiques de mécénat pour les DG de PME

- **Financer la structure, pas seulement les projets**

- Oser financer les fonctions support et la structuration, et pas uniquement « un projet de plus ».
- Privilégier des engagements pluriannuels pour offrir de la visibilité aux associations.
- **Combiner argent et compétences**
 - Apporter aussi l'expertise de l'entreprise : RH, stratégie, finance, gouvernance, mesure d'impact.
- **Travailler en collectif**
 - Mutualiser moyens, réseaux et expertises avec d'autres entreprises, fondations ou fonds de dotation.
 - S'allier à des acteurs spécialisés (par exemple en ruralité) pour gagner en pertinence terrain.
 - Construire les programmes avec les associations sur un mode partenarial, en les mettant au même niveau que les financeurs.

(NDLR : sur le thème du mécénat collectif, cf. le dossier thématique d'une autre association : Entreprises pour la cité : <https://www.reseau-lepc.fr/reussir-ses-projets-de-mecanat-collectif/>)
- **Articuler avec le secteur public**
 - Quand c'est possible, co-construire avec les pouvoirs publics pour que les innovations philanthropiques inspirent et irriguent les politiques publiques.

5. Pourquoi les PME sont particulièrement bien placées

- Le mécénat n'est pas réservé aux grands groupes ou aux grandes fortunes : « il n'y a pas de petits moyens » pour faire de la philanthropie.
- Une PME est souvent :
 - Plus agile dans ses décisions.
 - Très connectée à son territoire, donc capable d'avoir un impact local fort, même avec des budgets réduits.
- Différents niveaux d'engagement :
 - Dons financiers ponctuels ou récurrents à des acteurs existants (comme la Fondation Entreprendre si la cause est l'entrepreneuriat).
 - Mécénat de compétences de dirigeants et de collaborateurs.
 - Création d'un véhicule philanthropique dédié via une fondation abritante pour aller plus loin.

6. Messages à retenir pour un DG membre de Mieux

- L'entrepreneuriat, bien accompagné, est un levier puissant d'égalité des chances, de vitalité territoriale et de transition sociale et environnementale.
- Un mécénat efficace :

- Finance la structure.
- S'inscrit dans la durée.
- Se fait en coalition.
- Met financeurs et associations sur un pied d'égalité autour d'objectifs d'impact.
- Les PME ont un rôle déterminant à jouer dans la période actuelle, marquée par des tensions sur les financements publics des associations : quand une entreprise a la chance de faire des profits, elle peut « rendre » une partie à la société, soutenir le tissu associatif et contribuer à un cadre de vie où chacun peut trouver sa place et entreprendre.

1ère table ronde : Nouvelles formes d'engagement entreprise + association

Intervenants :

Thomas Poitelon, directeur entreprise et mentorat, NQT – Nos Quartiers ont des Talents

Laura Ohana, directrice de l'offre Non profit, Twelve Consulting

1. NQT : mission, cible et fonctionnement

- 20 ans d'existence, 115 000 jeunes accompagnés vers un emploi à la hauteur de leurs compétences.
- Public : jeunes de moins de 30 ans, au minimum bac +3, partout en France, avec au moins un bureau dans chaque région.
- Modèle :
 - Financement par les entreprises partenaires.
 - Ces entreprises fournissent aussi les mentors.
 - Mentorat type : environ 2 heures par mois sur 6 mois.
 - Contenu : CV, préparation aux entretiens, posture pro, compréhension des offres, codes de l'entreprise, présence sur LinkedIn.

2. Impact pour les jeunes accompagnés

- Déblocage de freins :
 - Difficulté à se positionner sur les offres.
 - Manque de confiance, autocensure, sentiment de ne pas être légitime.
- Accès aux codes de l'entreprise :
 - Échanges avec des professionnels 2 à 10 ans plus expérimentés.
 - Conseils concrets sur la manière de se présenter, de parler de son parcours, d'oser candidater.

- Effets concrets :
 - Orientation vers des postes ou des portes d'entrée auxquels les jeunes ne pensaient pas.
 - Changements de trajectoires, recrutements possibles chez l'entreprise partenaire (cas chez Twelve).

3. Bénéfices pour l'entreprise et les équipes (exemple Twelve)

- Twelve : cabinet de conseil d'environ 80 personnes, avec beaucoup de jeunes consultants.
- Vertus du mentorat :
 - Valorise chaque consultant, y compris junior : « chacun peut être mentor ».
 - Montre que l'entreprise fait confiance à ses collaborateurs et à leur capacité à faire grandir les autres.
 - Donne du sens et de l'énergie : sentiment d'être utile à des jeunes qui comptent sur eux.
- Format « atelier à domicile » :
 - Ateliers de simulation d'entretien dans les locaux, sur le temps de déjeuner, pour une quinzaine de jeunes.
 - Permet d'impliquer des collaborateurs qui ne peuvent pas (ou pas encore) s'engager sur 6 mois.
 - Renforce la collaboration interne, fait connaître NQT, donne envie de s'engager davantage.

4. Coût, valeur créée et modèle de partenariat

- Pour une PME de 200 salariés : ordre de grandeur de 2 235 € de contribution annuelle à NQT.
- Avec l'abattement fiscal de 60%, le coût net pour l'entreprise est significativement réduit.

Valeur créée par jeune mentoré (modélisation indépendante)

- 1 955 € de richesse créée sur le territoire, dont :
 - Environ 500 € de coûts évités.
 - Environ 1 400 € de recettes supplémentaires.

Partenariat sur mesure

- Formats possibles :
 - Mentorat individuel sur 6 mois.

- Ateliers ponctuels (ex. simulations d'entretien sur le temps de midi).
- Autres événements co-construits selon les besoins de l'entreprise.
- NQT sélectionne les jeunes en fonction du profil de l'entreprise pour optimiser la pertinence des rencontres.

5. Fonctionnement interne de NQT et professionnalisation

- Double culture :
 - Association d'intérêt général.
 - Vision « business » pour sécuriser son modèle : diversification des revenus pour limiter la dépendance aux subventions publiques.
- Exigence de redevabilité :
 - Mesure de l'impact économique et social par entreprise (ex. valeur créée par Twelve).
 - Vigilance sur l'utilisation des deniers publics.
- Matching jeunes-mentors :
 - Algorithme mis en place après 2022 (critères géographiques, secteur d'activité, etc.).
 - Matching manuel complémentaire lorsque nécessaire.
- Sourcing des jeunes :
 - Partenariat national avec France Travail.
 - Salons, job datings.
 - Bouche à oreille entre jeunes.

6. Conseils pratiques pour un dirigeant de PME membre de Mieux

Côté NQT (Thomas)

- Considérer ce partenariat comme un **investissement créateur de valeur économique et sociale**, objectivé par des chiffres.
- Premier pas :
 - Prendre contact.
 - Comprendre comment le dispositif peut s'adapter à la taille et aux contraintes de l'entreprise.
 - Co-construire le format (mentors, ateliers, événements).

Côté entreprise (Laura)

- Ne pas voir le dispositif seulement sous l'angle « valeur financière » : le principal bénéfice est le **sens** pour les collaborateurs.
- Le mentorat est un outil :
 - D'engagement des équipes.

- De développement de compétences (écoute, pédagogie, posture managériale).
- De fierté d'appartenance et de culture d'entreprise tournée vers l'égalité des chances.

En synthèse pour une PME de Mieux

- Dispositif simple, peu coûteux et très structuré pour agir sur l'égalité des chances.
- Triple impact : jeunes, collaborateurs, territoire.
- Formats flexibles permettant d'intégrer l'engagement dans les contraintes réelles de temps et de ressources de l'entreprise.

2^{ème} table ronde : Créer une structure non profit quand on est une PME : c'est possible !

Intervenants :

Christel Bapt (Fondateur de Cedrus & Partners, membre du collectif Mieux)

Marion Hilaire (Responsable Engagement des entreprises, Fondation de France)

1. Pourquoi et comment s'engager en PME

- Le champ des possibles est **très** large pour connecter PME, associations et fondations : bénévolat, mécénat de compétences, dons, produits solidaires, fonds à impact, fonds de dotation, fondation abritée, etc.
- L'enjeu clé : rééquilibrer les moyens entre missions sociales et fonctions support (finances, gestion) des associations/fondations, en y apportant des compétences rares côté non profit.

2. Exemples concrets d'actions faciles à lancer

- **Mécénat de compétences** terrain : participation à des événements comme Jeunes d'Avenir (10 000–20 000 jeunes) pour aider à faire un CV, préparer un entretien, orienter des parcours, sur 1 à 2 jours ponctuels, sans engagement financier.
- **Remplacer les cadeaux clients par des dons** : réallouer les 50–120 € de cadeaux de fin d'année vers une sélection d'associations choisies par les collaborateurs, avec aujourd'hui des solutions digitales de dons participatifs qui transforment les budgets marketing/cadeaux en dons fléchés vers des projets à impact.

3. Aligner business model et non profit

- Création de **fonds d'investissement à impact** (ex. en immobilier) intégrant des partenaires associatifs comme Habitat et Humanisme, le SAMU social de Paris ou des fondations pour le logement des personnes défavorisées, avec mise à disposition d'une partie des logements et prise en compte de critères extra-financiers.

- Co-construction des projets : les gérants et les associations défendent ensemble les projets devant les collectivités, ce qui crée une vraie porosité entre cœur de métier financier et impact social, avec à la clé environ **15% de l'activité tournée vers le non profit et 1 000 000 de bénéficiaires touchés.**
-

4. Fonds de dotation vs fondation abritée pour une PME

- **Fonds de dotation** : engagement initial d'environ 15 000 €, création autonome (statuts, échanges avec la préfecture, gestion comptable et juridique) mais forte liberté de gouvernance, par exemple via un comité de sélection de salariés et un ciblage de territoires (agriculture, métiers de la main, innovation, etc.).
 - **Fondation abritée à la Fondation de France** :
 - Dotation à prévoir : engagement à reverser 40 000 € par an, ce qui la rend accessible à des structures de tailles variées, y compris des PME.
 - Avantages : capacité de collecte élargie, sécurité juridique, accompagnement pointu en mécénat, possibilité de se concentrer sur l'impact et les projets plutôt que sur l'administratif.
-

5. Chiffres clés et impacts pour les PME

- **Fondation de France** : 977 fondations abritées, dont 188 fondations d'entreprises ; parmi elles, 75 créées par des PME, 65 par des ETI, 48 par des grandes entreprises.
 - Exemple PME Norea (80 salariés, aménagement de bureaux haut de gamme) : structuration d'une fondation dédiée aux enfants malades, soutien de 4 associations en 1,5 an, apport de compétences métiers pour l'aménagement d'espaces de santé et mobilisation d'un collège avec personnalités qualifiées, ce qui soude fortement l'entreprise.
 - Temps / homme : avec une trentaine de collaborateurs, la gestion d'un fonds de dotation représente environ **3 à 4 jours par an**, hors temps consacré au suivi approfondi des projets ; la condition clé reste la volonté du dirigeant et l'existence d'un relais interne.
-

6. Bénéfices pour l'entreprise & conseils de départ

- Bénéfices internes : renforcement du collectif, motivation, fidélisation, sentiment de sens, changement de regard sur les réalités sociales et création de liens nouveaux avec clients, partenaires et écosystème associatif.
- Premier pas recommandé : **partir de la cause qui fait sens** (business, histoire de l'entreprise, valeurs, vécu des associés) et du type d'impact souhaité, en impliquant les équipes et en choisissant la forme la plus adaptée (actions ponctuelles, fonds de dotation, fondation abritée).

Conclusion : Osez hybrider les modèles !

Intervenant :

Simon Bernard, CEO de Plastic Odyssey

Simon Bernard raconte comment Plastic Odyssey est passé d'un rêve d'expédition autour du monde à un **groupe hybride** mêlant association, start-up industrielle et structures de mécénat pour lutter efficacement contre la pollution plastique, surtout dans les pays côtiers du Sud.

1. Le rêve d'expédition devenu outil d'impact

- Il y a dix ans, il lance l'idée d'une grande expédition autour du monde pour s'attaquer à la pollution plastique, avec un navire qui fera finalement 3 ans de voyage, 45 escales et plus de 18 tonnes de plastique traitées.
- Après des années de galère (construction de prototype, recherche de financements, découverte d'amiante à bord, crise du Covid), l'expédition finit par partir.
- Le bateau est transformé en « navire ambassadeur » et laboratoire flottant : l'objectif n'est pas de collecter des tonnes de plastique, mais de tester des solutions, de documenter des innovations et de faire levier sur les acteurs locaux.

2. Une stratégie centrée sur les pays les plus exposés

- En étudiant les données scientifiques, Plastic Odyssey cible une trentaine de pays côtiers très touchés par la pollution et dépourvus de gestion des déchets, qui seraient à l'origine d'environ 80 % des plastiques qui finissent en mer.
- Simon insiste sur le fait qu'il ne s'agit pas de « pointer du doigt » ces pays, mais d'y développer l'entrepreneuriat local et des solutions concrètes adaptées au terrain.
- À chaque escale, des dizaines d'entrepreneurs montent à bord, et l'équipage est invité dans leurs ateliers et usines : cet échange nourrit une grande base de connaissances et un réseau mondial de bonnes pratiques.

3. Deux grands axes : entrepreneurial et philanthropique

- De l'expédition émergent deux piliers :
 - Un **axe entrepreneurial** avec une start-up industrielle qui développe des micro-usines de recyclage du plastique.
 - Un **axe philanthropique** porté par une association (ou groupe d'associations) qui prend en charge tout ce qui n'est pas rentable : éducation, recherche, interventions dans des zones isolées.
- Simon insiste sur l'idée de créer des modèles qui donnent une valeur au « stock » de plastique déjà présent, sans biaiser le marché et sans se contenter de jouer la carte RSE.

4. Les micro-usines de recyclage : un modèle « for profit » à répliquer

- Grâce au retour d'expérience de l'expédition, Plastic Odyssey parvient à identifier des modèles économiques qui permettent de rentabiliser le recyclage et la transformation des déchets plastiques.
- Il montre un exemple d'usine à Saint-Louis au nord du Sénégal, près d'une décharge, alimentée en grande partie par l'énergie solaire, qui transforme les déchets en produits standard comme des palettes de transport.
- Chaque micro-usine a une capacité limitée (quelques centaines de tonnes par an), mais l'ambition est d'en déployer 200 en Afrique, dans l'océan Indien et en Asie, via un modèle de franchise, pour atteindre 100 000 tonnes de déchets traités par an (environ 1 % de la pollution ciblée), et 10 000 emplois créés.
- Simon note que cette création d'emplois intéresse souvent davantage les gouvernements que l'argument purement environnemental.

5. Éducation, open source et interventions dans des zones non rentables

- Plastic Odyssey a mis en place des « écoles » du recyclage en lien avec des universités au Nigeria, au Sénégal, au Kenya, aux Philippines, où ils transmettent en open source les connaissances accumulées (contenus pédagogiques, méthodes, modèles).
- L'organisation intervient aussi sur des îles très isolées classées au patrimoine mondial naturel de l'UNESCO, qui jouent un rôle de « filtre » et concentrent des densités de microplastiques jusqu'à 400 fois supérieures à celles observées dans les gyres océaniques.
- Ces 56 sites représentent environ 1 % de la surface terrestre mais 15 % de la biodiversité mondiale : Simon estime que si on doit mettre des moyens quelque part, c'est d'abord là.
- Sur une île où une précédente expédition avait échoué à cause de la barrière de corail, Plastic Odyssey a réussi à nettoyer le site en une semaine avec 10 personnes, en bricolant un système avec un moteur de moto et un kite pour passer les déchets par-dessus les vagues.

6. Vers un nouveau voilier-laboratoire pour les hotspots de biodiversité

- Fort de ce partenariat avec l'UNESCO, Plastic Odyssey lance la conception d'un nouveau navire, un voilier-laboratoire dédié à la préservation des sites de très haute biodiversité.
- Ce bateau sera capable de transformer environ 200 tonnes de déchets plastiques et sera conçu comme un outil très modulable : cabines agrandissables, espaces convertibles en salons VIP ou en zones scientifiques, conteneurs servant tantôt à stocker du matériel, tantôt à offrir des services (piscine, etc.).
- L'idée est aussi d'ouvrir ce bateau à une croisière/expédition ultra premium par an, vendue via une agence très haut de gamme : un mois de location permettrait potentiellement de financer le reste de l'année d'opérations.

7. La « galaxie » de structures : un montage hybride au service de la mission

- Simon explique qu'à l'origine il n'y avait qu'une association, mais que les mécènes voulant devenir sponsors, ils ont dû créer une entreprise d'« intérêt général » pour porter les contrats de sponsoring et financer les actions non rentables.
- Aujourd'hui, l'écosystème comprend :
 - L'association fondatrice, cœur de la mission d'intérêt général.
 - Une société commerciale pour le sponsoring, qui « porte les couleurs des marques » et finance l'éducation et les actions non rentables.
 - Une association américaine accréditée (type 501c3) pour collecter des dons aux États-Unis et mobiliser une soixantaine de bénévoles très qualifiés, ainsi qu'une culture de structuration et de fundraising.
 - Une SAS « start-up industrielle » qui doit être autonome, générer du profit en recyclant les plastiques rentables, et à terme reverser une partie de ces profits aux actions non rentables.
 - Un fonds de dotation/« académie » pour les projets de recyclage humanitaire, les usines post-catastrophe (avec la Croix-Rouge, par exemple) et la formation professionnelle, non rentables mais nécessaires.
- Il parle de « groupe galaxie d'associations » construit pour un objectif simple : empêcher le plastique de polluer l'océan.

8. Le défi du financement environnemental

- Simon rappelle que l'environnement représente seulement 5 % de la philanthropie d'entreprise mondiale, et l'océan 1 % de ces 5 % : lever des fonds pour ce sujet est donc extrêmement difficile.
- D'où l'importance de mixer plusieurs sources : sponsoring (où les budgets sont plus importants que dans le mécénat classique), dons, modèle industriel rentable et offres « premium » (comme les croisières-expéditions).

9. Lien avec les PME et conseils concrets

- Interrogé sur « par où commencer » quand on est une PME, il répond d'abord : **réduire** sa consommation de plastique, en s'appuyant sur les solutions testées à bord pour vivre sans plastique et les adapter à l'échelle industrielle.
- Il souligne que le modèle de micro-usines est adapté aux pays du Sud et n'a pas de sens économique en France, où existent déjà systèmes de collecte et subventions ; en France, le vrai sujet est la réduction à la source.
- Pour les entreprises qui veulent aller plus loin, il mentionne la possibilité d'embarquer sur des expéditions, de donner du temps, ou de rejoindre un club d'ambassadeurs (une centaine d'entrepreneurs/dirigeants) qui soutiennent le projet de façon plus personnelle et engagée.