



## SYNTHESE GENERALE

2016

### LE PRO BONO, C'EST QUOI ?

*Pro bono publico* signifie en latin "pour le bien public". Le pro bono désigne l'engagement volontaire de personnes qui mettent leurs compétences au service d'une personne physique ou morale qui n'a pas les moyens d'y accéder ou qui poursuit un but social.

Il s'agit par exemple de venir en aide à une personne ou à un projet en s'appuyant sur ses connaissances, ses savoir-être et ses savoir-faire, pour résoudre un problème ou pour une action d'utilité sociale ou une œuvre d'intérêt général.

Le pro bono prend la forme du bénévolat de compétences lorsqu'on met son savoir-faire à disposition d'une association le temps d'une mission.

Le pro bono prend la forme du mécénat de compétences lorsqu'une entreprise met à disposition du temps d'un salarié au service d'un organisme d'intérêt général.

### POURQUOI FAIRE UN PANORAMA DU PRO BONO ?

#### APPROCHE

Le but du mouvement pro bono est de « faire de la compétence un bien public », ce qui signifie que le pro bono vise à rendre les compétences accessibles à tous. Les besoins en compétences concernent trois quarts des Français en 2016 !

La compétence est un bien immatériel qui peut se transférer d'une personne à une autre. Elle désigne d'abord la capacité d'une personne, mais sa reconnaissance offre aussi une certaine légitimité. Elle se trouve au centre des enjeux sociaux dans un monde du travail en pleine mutation.

Généralement, lorsqu'on transfère une compétence, elle se duplique comme une connaissance. La quantité de compétences potentielles est donc illimitée, mais le transfert prend du temps. L'enjeu social et économique est qu'une personne qui a « besoin de compétences » puisse rencontrer celle qui peut lui « offrir », et que l'interaction satisfasse durablement les deux parties.

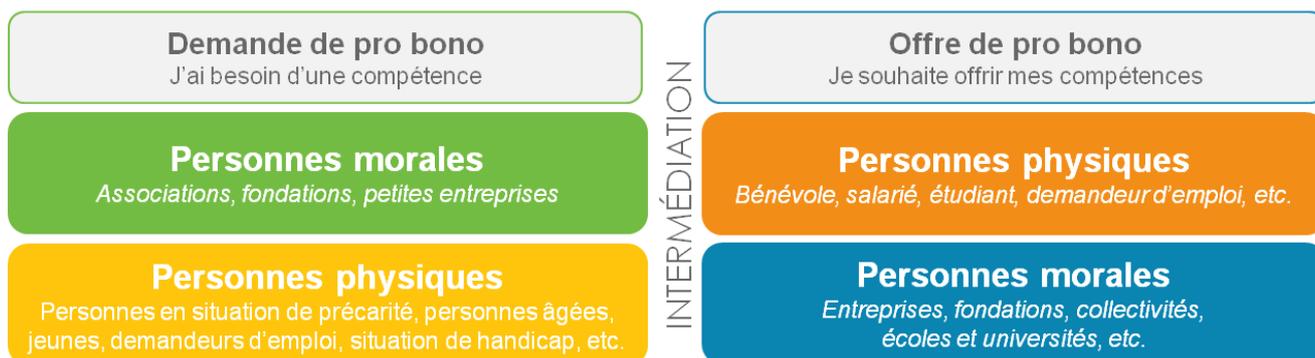
#### OBJECTIF

Mieux comprendre le développement et le potentiel du pro bono c'est-à-dire du don de compétences en France en 2016.

## COMMENT MIEUX COMPRENDRE LE PRO BONO ?

### PUBLICS

Nous avons enquêté auprès des parties prenantes, personnes physiques ou morales qui participent au partage de compétences et au pro bono.



D'un côté des personnes ont « besoin d'une compétence ». De l'autre certaines personnes souhaitent, parfois vivement, « offrir leurs compétences », par exemple en bénévolat. Pour certains il arrive d'offrir puis de demander du pro bono, et d'alterner. Une personne peut un jour avoir besoin d'une compétence, et le lendemain être disposée à mettre ses compétences au service d'une autre. Des intermédiaires spécialisés existent pour faciliter la rencontre.

La grille statique choisie ne fige pas la réalité changeante de la vie des personnes, mais elle nous a permis de décider qui interroger et comment.

### METHODE

Nous avons suivi trois axes de recherche :

- Perception et besoins: Estimer la notoriété et la popularité du pro bono auprès du grand public en France, identifier les besoins en compétences non-couverts les plus fréquents
- Usage: Estimer le nombre de personnes qui pratiquent le pro bono en France, le nombre de personnes qui en bénéficient, et valoriser des projets ayant remporté le succès
- Potentiel: Identifier les contraintes et les leviers pour faciliter le développement du pro bono

## QU'AVONS-NOUS APPRIS ?

### LES FRANÇAIS ET LE PRO BONO

#### Etude IFOP – Pro Bono Lab « Baromètre du Pro Bono 2016 » - Module 5 Panorama

Les Français sont nombreux à exprimer le besoin de compétences particulières : 74% d'entre eux ont déjà eu ou pourraient un jour ressentir le besoin de bénéficier de compétences dont ils ne disposent pas. Ce besoin s'exprime avant tout autour des domaines de la vie personnelle (56%), en termes de démarches administratives ou de gestion. Plus encore, on observe que les Français ne sont pas fermés à l'idée de faire appel au pro bono pour pallier un manque de compétences puisque la moitié d'entre eux estiment qu'ils pourraient un jour en avoir besoin.

Si le terme de pro bono est peu connu, sa pratique se révèle répandue auprès des Français bénévoles, preuve de l'intérêt pour ce concept. En effet, sept Français impliqués dans le bénévolat sur dix (soit 21% de l'ensemble de la population française) déclarent pratiquer au moins l'une des deux composantes de l'engagement pro bono : la mise à disposition de ses compétences professionnelles et celle des compétences personnelles exercées à un niveau quasi-professionnel.

Après avoir été exposés à la définition précise de ce que recouvre le pro bono, une part comparable des Français déclare effectivement le pratiquer : près de trois Français sur dix ont ainsi déjà mis leurs compétences à disposition d'associations ou de personnes en difficulté (28%), en particulier les Français âgés de 65 ans et plus (40%), les professions libérales, cadres supérieurs (37%) ainsi que les retraités (38%). Au-delà de sa pratique actuelle, on observe une véritable appétence pour le pro bono au sein de la population française, cette forme d'engagement semblant convenir aux souhaits d'une part importante de Français: 35% se déclarent intéressés par cette forme d'engagement, une fois exposés à sa définition précise.

Le pro bono apparaît comme un véritable moteur à l'engagement, puisque les plus jeunes (18-24ans) ainsi que les Français s'impliquant déjà mais ponctuellement (une fois par mois ou moins souvent) montrent un intérêt particulier envers la pratique pro bono (respectivement 48% et 51% se disent intéressés d'en faire).

#### Enquête qualitative « Les besoins de la personne » - Module 2 Panorama

La compétence désigne une combinaison heureuse de savoir-faire, de savoir-être et de savoirs qui s'expriment dans l'action. Elle est une capacité reconnue par autrui, elle participe donc du pouvoir et de la légitimité d'une personne. Un individu peut avoir accès à une compétence de manière ponctuelle sous la forme d'un service, ou de manière durable lorsque la compétence lui est transférée. Faire de la compétence un bien public, c'est donner du pouvoir à tous les citoyens. C'est aussi indispensable pour répondre à des besoins humains toujours plus complexes qui demandent des réponses et des intermédiaires spécialisés.

## L'ENGAGEMENT CITOYEN DES ENTREPRISES

### Enquête en ligne auprès de 56 responsables d'entreprises – Module 4 Panorama

L'engagement citoyen en entreprise est largement pratiqué par les responsables qui ont répondu à notre sondage, et qui lui associent des perspectives optimistes : 71% des répondants pensent que le soutien de leur entreprise à l'engagement citoyen va augmenter dans les 3 prochaines années.

La pratique du mécénat de compétences semble s'ancrer durablement dans les entreprises : parmi ceux qui le pratiquent, 43% des répondants pensent que le budget consacré au mécénat de compétences va augmenter dans les deux ans à venir et 43% pensent qu'il va rester stable. Plusieurs grandes et très grandes entreprises mobilisent des budgets supérieurs à 100.000€ par an dédiés aux frais de gestion des programmes de mécénat de compétences, pourtant seulement 50% d'entre elles utilisent la réduction d'impôts prévue pour les montants valorisés. Par ailleurs, un tiers des entreprises qui ne le pratiquent pas pensent que le mécénat de compétences sera mis en place à un horizon de trois ans.

Les trois quarts des entreprises qui nous ont répondu encouragent aussi le bénévolat de leurs collaborateurs pour répondre à des enjeux de ressources humaines, ou d'engagement citoyen et d'ancrage territorial.

## L'ACCOMPAGNEMENT DES ASSOCIATIONS ET DES ORGANISATIONS DE L'ECONOMIE SOCIALE ET SOLIDAIRE

### Enquête en ligne auprès de 204 responsables associatifs. - Module 1 Panorama

84% des responsables d'organisations ont déclaré avoir un besoin en compétences auxquelles ils n'ont pas accès en interne. Malgré cela, 42% des organisations considèrent que l'accès à l'accompagnement est plutôt difficile (35,11%) ou très difficile (8,51%). En particulier, l'accès est plus rare pour les petites associations ayant un budget inférieur à 100.000€.

Le pro bono est une solution perçue comme pertinente pour répondre aux besoins d'accompagnement : plus de 75% des organisations à finalité sociale considèrent qu'une mission pro bono leur serait utile. Par ailleurs, 84% de ceux qui ont reçu une mission pro bono sont satisfaits.

On constate que la pratique du pro bono est encore peu répandue. 68% des organisations qui nous ont répondu n'ont pas bénéficié d'un accompagnement de type mission pro bono au cours des deux dernières années. Cependant, 84% des répondants pensent que le développement du pro bono en France est utile pour leur organisation.

Parmi les différents domaines de compétences, les projets en communication, relations presse, stratégie et finances sont les plus recherchés.

## LES ETUDIANTS ET LE PRO BONO

### Enquête en ligne auprès de 330 étudiants – Module 3 Panorama

Le pro bono est relativement bien connu des étudiants : moitié des étudiants interrogés (51,8%) connaît donc le terme « pro bono ». Cependant, il est encore peu pratiqué : 58% d'entre eux n'ont jamais réalisé de mission pro bono.

Les étudiants qui se sont déjà engagés en pro bono sont globalement satisfaits de leur expérience : ils déclarent à 83% qu'ils se sont sentis utiles, et pour 72% d'entre eux la mission a contribué à leur épanouissement personnel. La majorité d'entre eux souhaitent renouveler une expérience pro bono : seuls 5% d'entre eux déclarent ne plus vouloir faire de pro bono.

Lorsqu'on leur décrit le pro bono, il est plébiscité par les étudiants : 90% d'entre eux se disent intéressés. Cependant, les répondants disent ne pas savoir comment faire pour s'engager. Pour eux, leur établissement a un fort rôle à jouer pour faciliter leur engagement pro bono : 95% pensent que leur établissement devrait favoriser la mise en place de missions pro bono.

## QUELLES SONT LES PERSPECTIVES POUR L'AVENIR ?

Les organisations françaises, qu'elles soient publiques, lucratives ou non lucratives, font face au défi de l'engagement d'une nouvelle génération qui réinvente son rapport au travail et ses manières de s'associer et de faire connaissance. Le pro bono s'inscrit à la croisée des logiques de bénévolat et de mécénat pour dynamiser le partage de compétences, au service de ceux qui n'ont pas accès aux réponses à leurs besoins par le marché traditionnel.

Les leviers pour développer le pro bono sont nombreux et multiformes. Parmi les faits collectés dans notre recherche panoramique, voici quelques points qui nous semblent prometteur pour l'avenir :

- 84% des Français estiment que les pouvoirs publics et les entreprises doivent être moteurs dans le développement du pro bono Le développement d'outil de mise en relation des acteurs est le principal levier de soutien au pro bono aux yeux des Français (51%) , ce qui souligne le rôle essentiel des intermédiaires dans son développement
- Pour 40% des Français, le pro bono devrait être soutenu par les pouvoirs publics à travers des campagnes de communications et des dispositifs législatifs favorisant l'engagement
- 55% des français pensent que le développement du pro bono est essentiel pour les personnes ou les foyers en difficulté et 49% pour les associations
- Le pro bono intéresse ceux qui ne sont pas encore engagés en bénévolat, il séduit notamment 48% des jeunes de 18 à 24 ans et des CSP+ non impliqués

## QUI SOMMES-NOUS ?

Le Panorama du Pro Bono est une étude réalisée par le Fonds Pro Bono Lab, en collaboration avec DOMPLUS et en partenariat avec l'Agence LIMITE, la Fonda, le Fonds Barreau de Paris Solidarité, le RAMEAU, et Passerelles et Compétences.

### Equipe 2016

Président du Fonds Pro Bono Lab : Christian Cascio

Directeur de la publication  
Antoine Colonna d'Istria

Equipe de rédaction

Tatiana Heinz  
Corentin Roussel

Coordination

Yoann Kassi-Vivier  
Claire Laurenziani

### Experts et contributeurs

Etudes et sociologie : Anne-Laure Marchal, Chantal Schmitt, Roger Sue, Laurent Terrisse, Arnaud Vallin

Associations et ESS : Patrick Bertrand, Marc Brégégère, Charlotte Debray, Adrien Guiddoum, Agnès Espiasse, Amandine Hubert, William Mina

Entreprises et fondations : Tiphaine Galliez, Xavier Gay, Charles-Benoît Heidsieck, Sonia Lourenço, Marine Rosnel, Corinne Thouvenin, Sedera Ranaivoarinosy, Jean Vetter, Laure Vicard

Monde étudiant : Emmanuelle Delnatte Gaëlle Combaz, Cyril Tassart, Emilie Vuillequez

Merci à tous les partenaires qui nous ont été à diffuser les enquêtes et que vous retrouverez sur les infographies et les résultats détaillés de chaque module !

## RETROUVEZ TOUS LES RESULTATS

<b>Associations et ESS</b>	<a href="#">Infographie</a>	<a href="#">Synthèse</a>	<a href="#">Résultats complets</a>
<b>Personnes physiques</b>	<a href="#">Infographie</a>	<a href="#">Synthèse</a>	Résultats complets
<b>Etudiants</b>	<a href="#">Infographie</a>	<a href="#">Synthèse</a>	<a href="#">Résultats complets</a>
<b>Entreprises et fondations</b>	<a href="#">Infographie</a>	<a href="#">Synthèse</a>	Résultats complets
<b>Grand Public</b>	<a href="#">Infographie</a>	<a href="#">Synthèse</a>	<a href="#">Résultats complets</a>

Retrouvez cette [synthèse](#) résumée dans [l'infographie du Panorama du Pro Bono 2016](#)

Réalisé par   
pro bono lab

en collaboration avec   
DOMPLUS  
Priorité à la Personne

en partenariat avec

  
BARREAU  
DE PARIS  
Solidarité  
Fonds de dotation

La Fonda  
fabrique  
associative

  
LIMITE

  
Passerelles &  
Compétences

  
Le RAMEAU  
Co-construisons demain