

A person in a dark hoodie stands in a field of tall grass, looking up at a dramatic sky with wispy clouds illuminated by a low sun, creating a sunset or sunrise scene with orange and pink hues.

SDG Forum

13/10/26

BE
PLANET

Avec le soutien de
la

Wallonie

**Des partenariats innovants entreprises - associations - médias
dans les projets locaux**

Les dynamiques citoyennes au coeur du développement durable local

01

Qui est Be Planet ?

02

Qu'est-ce que Le Bon Moment ?

03

Collaborer avec les entreprises

04

Notre partenariat avec les médias

05

Réflexions en sous groupes

Les dynamiques citoyennes au coeur du développement durable local

01

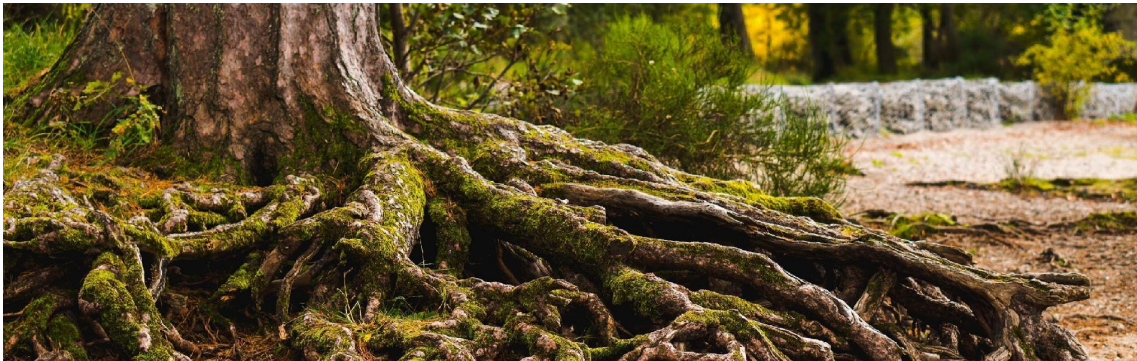
Qui est Be Planet ?

Be Planet accélère la transition

POURQUOI (NOTRE VISION) ?

L'ensemble des citoyens et associations déterminés à agir localement contribuent en faveur des enjeux sociaux et environnementaux de notre génération.

“ Chacun d'entre nous a un talent.
Chacun d'entre nous peut faire sa part.
Il suffit de trouver comment.
(Cyril Dion)



COMMENT (NOTRE MISSION) ?



Be Planet soutient et finance des **initiatives locales** qui préservent notre **environnement** et renforcent la **solidarité**.

Pour réussir cette mission, Be Planet **mobilise des moyens et crée des ponts** entre entreprises, fondations, pouvoirs publics et particuliers.

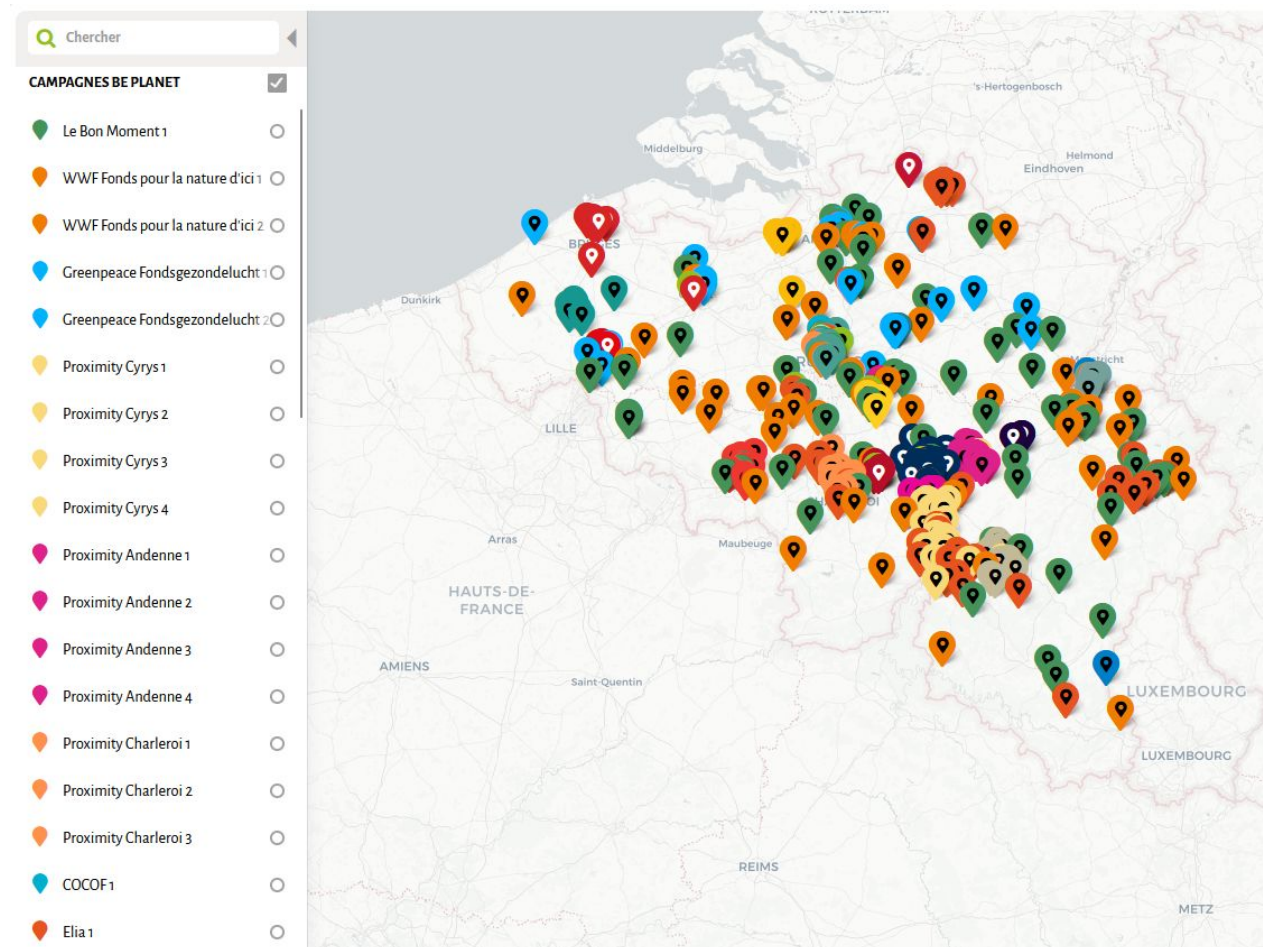
Depuis 10 ans, Be Planet est un catalyseur d'initiatives positives

5,000,000 €

Investis dans des projets durables
(alimentation durable, mobilité douce,
recyclage et réusage, biodiversité,
énergie)

600 

Projets citoyens et associations
sélectionnés par un jury d'experts



La dynamique citoyenne s'inscrit à l'échelle du territoire

L'échelle territoriale est un **niveau efficace d'intervention**:

- elle **responsabilise** en créant un lien entre problèmes et acteurs
- elle encourage la participation active sur des **problèmes concrets** avec des **effets observables et bénéfiques**
- elle renforce la **solidarité** de proximité et rompt l'isolement
- elle **renforce le lien** et la confiance entre habitants et institutions ou entreprises
- elle développe l'**économie réelle** locale



Les partenaires de Be Planet

Villes & Communes

- ▶ Accompagnement des pouvoirs locaux pour créer une dynamique citoyenne locale:



- ▶ **16 communes partenaires** Mons, Ixelles, Brugge, Charleroi, Namur, Vilvoorde,...



NAMUR
CAPITALE



B R U
G G E

ONGs et fondations

- ▶ Sélection et accompagnement à la concrétisation de projets citoyens et associatifs



FONDATION
CYRYS



GREENPEACE

Entreprises

- ▶ Organisation et gestion des appels à projets
- ▶ Mobilisation du personnel et communication



Les dynamiques citoyennes au coeur du développement durable local

01

Qui est Be Planet ?

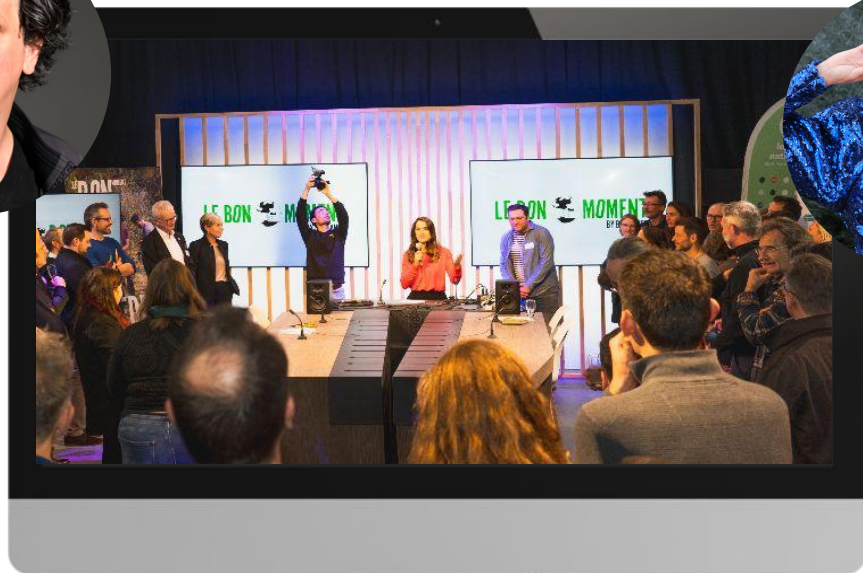
02

Qu'est-ce que Le Bon Moment ?

Le Bon Moment : Une campagne médiatique nationale en faveur de la Nature et du Climat



LE BON MOMENT BY BE PLANET



Visibiliser médiatiquement les projets lauréats



Soutenir financièrement (financement participatif & doublement des fonds)



Accompagner et former les projets



RÉSEAU
DES MÉDIAS
DE PROXIMITÉ



Les dynamiques citoyennes au coeur du développement durable local

01

Qui est Be Planet ?

02

Qu'est-ce que Le Bon Moment ?

03

Collaborer avec les entreprises



De logica van bedrijven

Mecenaat

Donaties

✓ Komt in aanmerking voor **belastingsvermindering** als de vereniging erkend is

 Een daad **zonder eigenbelang** vanuit **marketingoogpunt**

 Kan ook **vaardigheden, materiaal, vrijwilligerswerk** enz. omvatten

Sponsoring

 Steun in ruil voor **zichtbaarheid** of een andere **tegenprestatie**

 **Geen recht op belastingsvermindering**

 **Marketingactie**

 Gericht op **imago-opbrengst**



De logica van bedrijven

Aandachtspunten voor jouw organisatie en voor het bedrijf:

- Zijn uw **waarden** in lijn met die van het bedrijf? Kunnen uw respectieve imago's elkaar versterken?
- Is er een **link** tussen het bedrijf en je organisatie dat benut kan worden?
Bijvoorbeeld: een van je vrijwilligers werkt daar, de activiteiten van het bedrijf sluiten aan bij die van jou, ...
- Zijn er naast financiële steun nog **andere vormen van ondersteuning** en samenwerking mogelijk?
 - Hoe intensiever de uitwisselingen, hoe groter het potentieel en de duurzaamheid van de samenwerking...
 - Kan het project genieten van de expertise en middelen van het bedrijf?
- Is een samenwerking over **meerdere jaren** haalbaar?



De logica van bedrijven

Wat is een bedrijf gevoelig voor? Wat is belangrijk voor het bedrijf?

- Het merk onder **de aandacht brengen** (marketing & verkoop)
- Het **werkgeversimago** versterken om de aantrekkelijkheid te vergroten en het personeel te behouden
- **Zin** geven aan het werk
- **Concrete en positieve acties** ondernemen en zo bijdragen aan een goed doel
- De **ESG-impact** en de MVO-strategie verbeteren en voldoen aan de **CSRD-verplichtingen**
- Voldoen aan de **mecenaatsstrategie** van het bedrijf of zijn stichting



Een overtuigend verhaal ontwikkelen

Een overtuigende argumentatie combineert **emotionele** en **rationele** argumenten

Emotionele argumenten

Het verhaal
De verhalen
Persoonlijke band
Emotie & Ervaring

-> **Aanspreken en zin geven**

Rationele argumenten

Maatschappelijke behoeften waaraan u tegemoetkomt
Feiten
Cijfers
Resultaten & Impact

-> **Vertrouwen wekken in de betrouwbaarheid en doeltreffendheid**



Samenvatting - Do's en don'ts bij prospectie(1/2)

- Wees **krachtig** in het beschrijven van het **probleem** dat je aanpakt, je actie en je impact
- Benadruk **het belang en de urgentie van het verzoek**
- Stel mensen gerust over je **betrouwbaarheid, professionaliteit en efficiëntie**
- Deel je **enthousiasme**
- Wees duidelijk over de **bestemming van het geld**
- **Steun is vooral een kans om samen te werken**, los van de middelen die u ter beschikking staan



Samenvatting - Do's en don'ts bij prospectie (2/2)

- Bekijk het partnerschap als een **meerjarig traject**
- Leg uit hoe je het bedrijf op de hoogte zult houden van de **voortgang van het project** en de uitgaven
- Leg uit hoe je jou **impact** gaat meten
- **Bedank en behoud de relatie levendig** (uitnodigingen voor evenementen, gepersonaliseerde e-mails, enz.)
- Vraag of je bij **andere stichtingen/bedrijven** kunt worden aanbevolen
- Kreeg je een afwijzing? vraag dan om **feedback** zodat je ervan kunt leren en vooruitgang kunt boeken

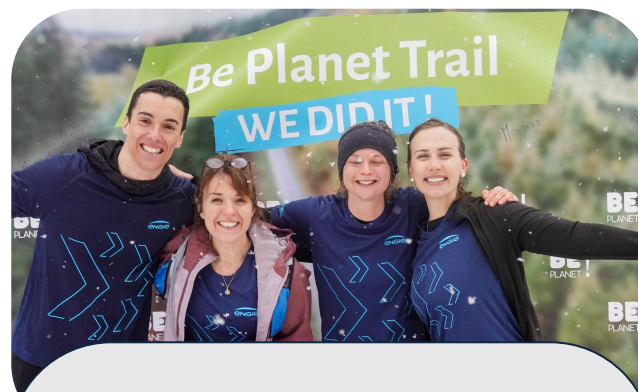


Quelques exemples : Engie



POUR ENGIE

- Lien clair et direct avec sa stratégie
- Visibilité médiatique (logos, interviews, spots publicitaires)
- Renforcement de sa marque employeur: lien avec un projet dans lequel un employé d'Engie est bénévole
- Teambuilding: participation au Be Planet Trail



POUR BE PLANET

- Soutien financier direct
- Visibilité offerte auprès des clients d'Engie
- Visibilité auprès des collaborateurs d'Engie
- Renforcement de nos actions



BÉNÉFICES COMMUN

- Partenariat pluriannuel
- Relation de confiance et co-création



Quelques exemples : SWDE

- Soutien financier pour des projets portés par des employés de la SWDE
- Participation au Be Planet Trail
- Participation au jury
- Don de matériel pour le Be Planet Trail





Quelques exemples : La Pile

Le comptoir des matériaux (Malmedy):

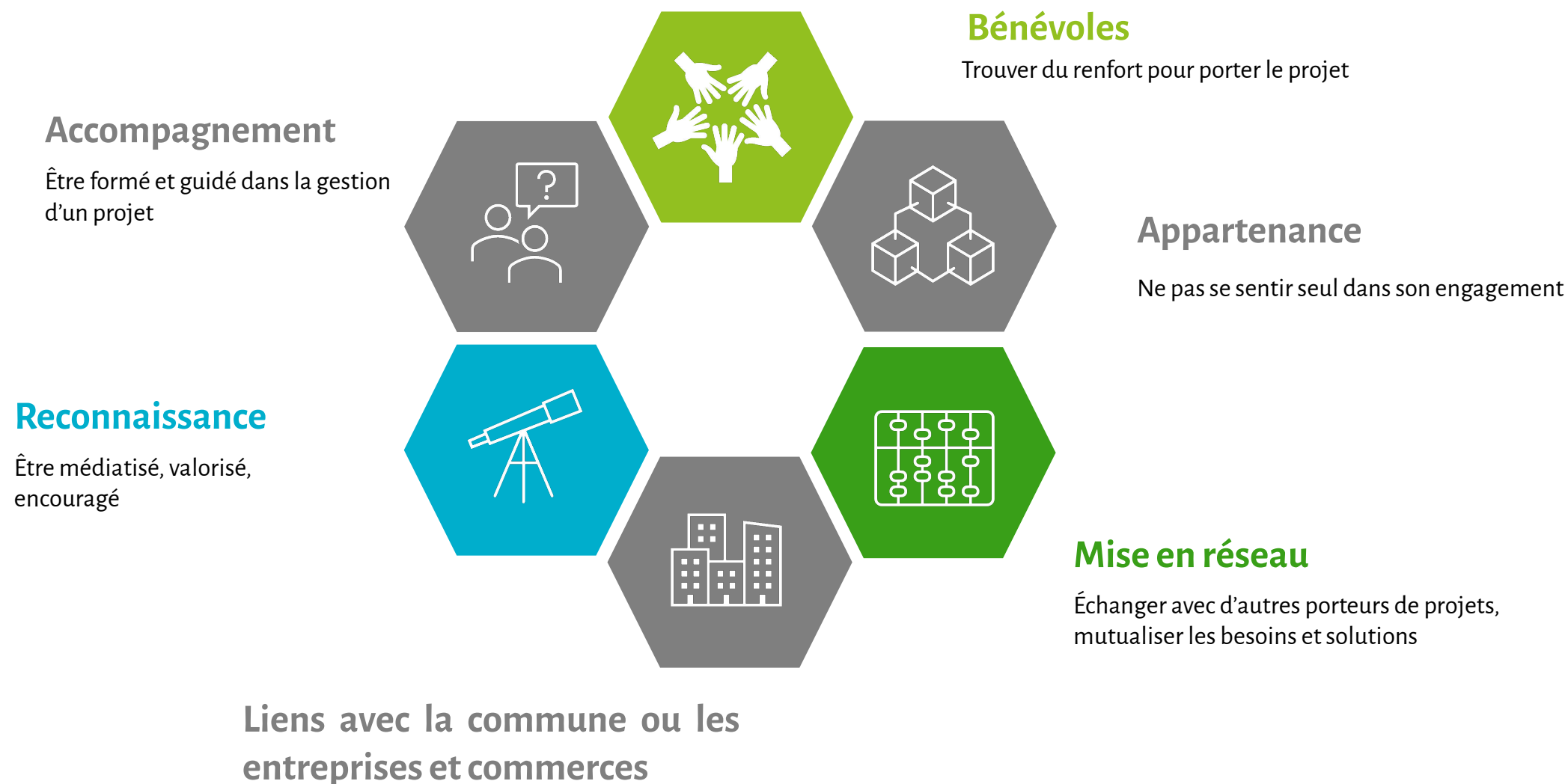
- vend à très petits prix des matériaux de seconde main ou des fins de stocks.
- organise des ateliers de bricolage ouvert à tou.te.s
- met des outils à disposition des habitants de Malmedy.

Partenariat avec les entreprises locales :

- récupération de matériel
- Mise à disposition de compétences



Les porteurs de projets ont des besoins qui dépassent le financement



Les dynamiques citoyennes au coeur du développement durable local

01

Qui est Be Planet ?

02

Qu'est-ce que Le Bon Moment ?

03

Collaborer avec les entreprises

04

Collaborer avec les médias



Retour d'expérience

- Choisir le bon média en fonction de ses objectifs: soutenir les projets locaux → médias de proximité.
- Utiliser les bons canaux: là où le média est le plus fort.
- Passage en télévision → reste un “prestige” pour les porteurs de projets + crédibilité auprès du public
- Combiner un partenariat payant avec du contenu éditorial fort: jouer sur l'axe émotion et sur le contenu
- Travailler avec des personnalités connues



Les dynamiques citoyennes au coeur du développement durable local

01

Qui est Be Planet ?

02

Qu'est-ce que Le Bon Moment

03

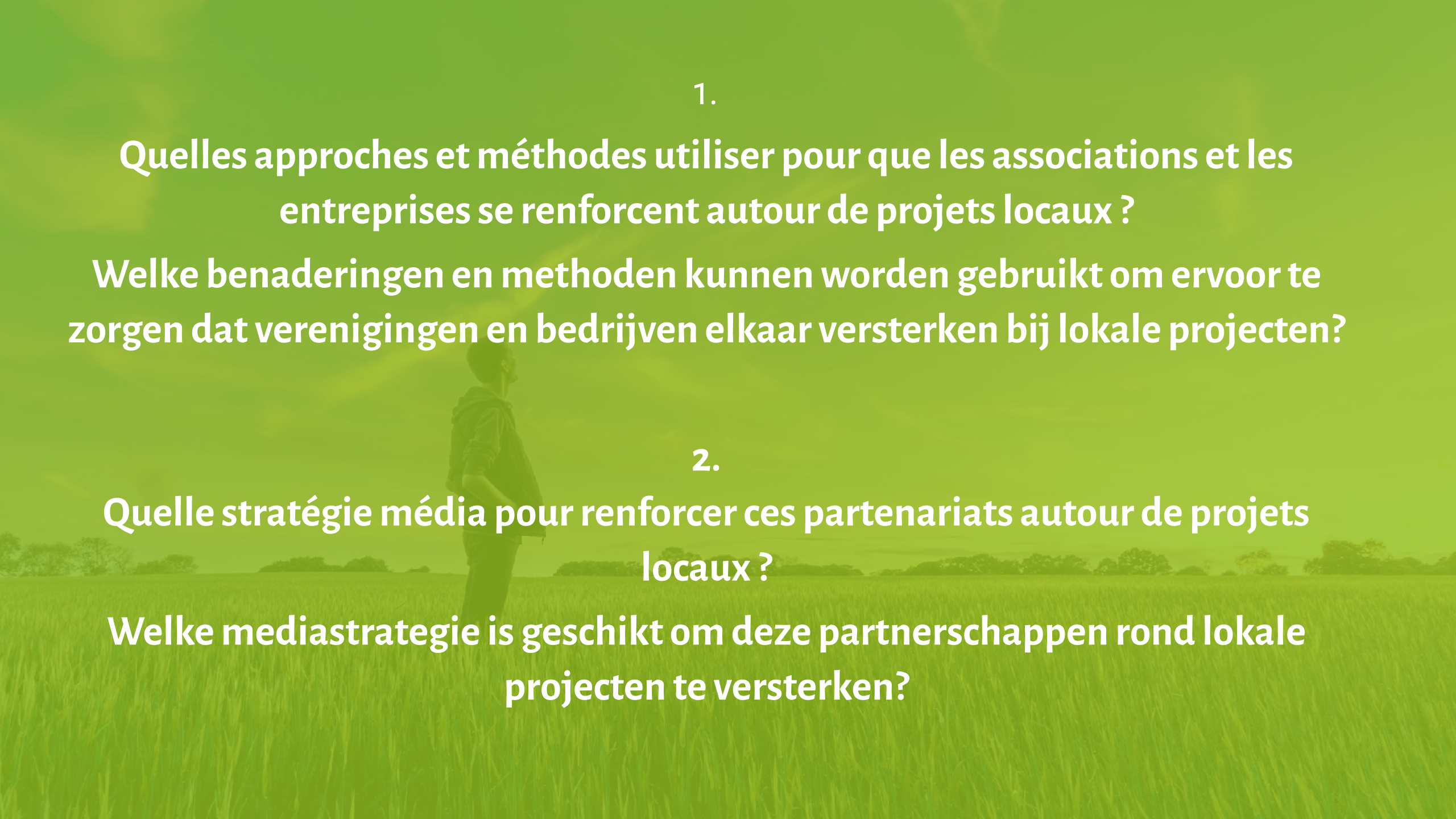
Collaborer avec les entreprise

04

Collaborer avec les médias

05

Réflexions en sous-groupes

A person is standing in a field, looking up at a bright sun in a clear sky. The person is wearing a dark jacket and a backpack. The field is green and grassy, and there are some trees in the distance.

1.

Quelles approches et méthodes utiliser pour que les associations et les entreprises se renforcent autour de projets locaux ?

Welke benaderingen en methoden kunnen worden gebruikt om ervoor te zorgen dat verenigingen en bedrijven elkaar versterken bij lokale projecten?

2.

Quelle stratégie média pour renforcer ces partenariats autour de projets locaux ?

Welke mediastrategie is geschikt om deze partnerschappen rond lokale projecten te versterken?



MERCI !

Contact:

Donatienne Baise

Partnership Manager

donatienne.baise@beplaent.org

BE
PLANET

Avec le soutien de
la

