QUAND LE MÉCÉNAT FINANCIER FAIT PLACE AU MÉCÉNAT DE TEMPS ET DE COMPÉTENCES

(POURQUOI ET) COMMENT METTRE EN PLACE DU VOLONTARIAT D'ENTREPRISE

TEXTE ■ **CHRISTOPHE LO GIUDICE**

Permettre à chaque collaborateur de donner du temps et de mettre ses compétences à disposition d'une cause qui lui est chère, en lien avec l'approche RSE de l'entreprise : la démarche fait progressivement son chemin dans les organisations. Mais elle n'est pas forcément évidente à mettre en oeuvre et ne peut s'improviser. Solutions et partage d'expériences chez L'Oréal et Cisco Systems.

Juin 2009 : L'Oréal, leader mondial des cosmétiques, célèbre son centenaire. A cette occasion, le groupe et ses filiales organisent 100 projets solidaires à travers le monde avec le support de quelques collaborateurs. L'initiative a ensuite inspiré le 'Citizen Day' qui incarne l'engagement citoyen de l'entreprise par une journée de mobilisation généreuse des collaborateurs. Et depuis 2010, il s'agit d'une figure quasi imposée : reconduite d'année en année, l'opération mobilise désormais quelque 25.000 collaborateurs dans les 62 filiales du groupe pour des actions apportant une contribution à plus de 420 associations et 32.000 bénéficiaires.

Lorsqu'en 2010, Brigitte Bekaert, Corporate & Media Communication Director de L'Oréal BelgiLux, se retrouve à devoir organiser une telle initiative, à savoir proposer une action solidaire aux quelque 300 collaborateurs du siège à Bruxelles, elle se sent dépourvue. « Nous n'avions aucune idée de combien d'entre eux allaient répondre à l'invitation, ni de quelles associations aider, ni même comment procéder, confie-t-elle. Par contre, il y avait une conviction : nous voulions faire quelque chose de vraiment utile. Pas question de faire une sorte de team-building intelligent. Nous voulions que chaque association à laquelle nous allions consacrer du temps en retire une valeur ajoutée et que se nouent de vraies rencontres, des relations rendant l'aventure vraiment humaine. »

> IL Y AVAIT UNE CONVICTION : NOUS VOULIONS FAIRE QUELQUE CHOSE DE VRAIMENT UTILE

Véritable 'fit'

C'est là qu'intervient Hu-Bu, une organisation née un an plus tôt avec le soutien de la Fondation Roi Baudouin. Sa mission : relier le monde de l'entreprise et le monde associatif en stimulant les initiatives de « don de temps » et le « don de matériel » dans le cadre de la responsabilité sociétale au sens large. « Nous avons ainsi pu nous ouvrir à un large réseau d'associations avec la garantie qu'il y ait un réel besoin de leur part, avec de surcroît une attention portée à ce qu'il y ait un vrai 'fit' entre l'entreprise et les associations soutenues », dit-elle.

Fin août, le siège belge de L'Oréal organisera un sixième Citizen Day qui bénéficiera à 20 associations et quelque 1.500 individus. Bien souvent, les initiatives RSE se limitent aux « cols blancs ». Pas chez L'Oréal où tout l'effectif peut participer. Ainsi, l'usine de Libramont organisait elle aussi, fin juin, six actions axées sur son voisinage propre. « C'est une des ambitions du projet que de nous engager socialement prioritairement auprès des communautés qui nous entourent. » A Berchem-Sainte-Agathe où le groupe a déménagé ses bureaux Belgilux voici quelques années, il y a de nombreux besoins. L'un des projets récurrents est l'organisation pour les bénéficiaires de soutien du CPAS d'ateliers 'Estime de soi' dans l'Académie et de favoriser ainsi la réinsertion sociale.

Si l'initiative n'est pas partie d'une demande spécifique des employés, elle correspond bien à une attente. « Nous avons remarqué que, souvent, les gens ont envie de se montrer solidaires, mais ne savent pas comment s'y prendre ou ne trouvent pas le temps re-

TEMPS FORTS

:: Le volontariat d'entreprise trouve ses origines dans la culture anglo-saxonne et séduit de plus en plus d'organisations en Belgique : il vise à aider les collaborateurs à mettre leur temps et leurs compétences au service de la communauté de façon bénévole.

:: Les initiateurs, qu'il s'agisse du responsable RSE, des RH, de la Com', voire du CEO lui-même ou de collaborateurs, peinent parfois à passer à la mise en oeuvre. L'appui d'un intermédiaire bien choisi peut se révéler utile.

:: Les bénéfices sont reconnus par les associations bénéficiaires, mais aussi en interne où la démarche est appréciée du personnel et génère une valeur ajoutée au plan RH, que ce soit en termes de sentiment d'appartenance ou de dynamique collaborative.

Brigitte Bekaert
L'Oréal

« Souvent, les gens ont envie de se montrer solidaires, mais ne savent pas comment s'y prendre ou ne trouvent pas le temps. Si l'entreprise leur offre un espace pour initier une démarche de volontariat, ils sont prêts à y mettre leur enthousiasme et leur énergie. »

© Christophe Lo Giudice

quis dans des vies professionnelle et privée fort prenantes, indique Brigitte Bekaert. Par contre, si on leur offre un espace pour initier une démarche de volontariat, ils sont prêts à y mettre leur enthousiasme et leur énergie, parfois même en dépassant le cadre proposé. Certains vont ensuite plus loin à titre personnel… La jeune génération est très clairement en attente de ce type de démarche, là où les plus anciens sont à convaincre. Mais l'accueil est positif à tous âges : au siège, le taux de participation est de 70%, et les taux de satisfaction très élevés. »

Circulaire et solidaire

« Si l'on prend l'ensemble des entreprises utilisatrices de la plateforme, nous sommes entre 85 et 97% de taux de satisfaction, confirme Filip Van Mullem, fondateur d'Hu-Bu. Elle permet aux associations de faire appel à des équipes de 5 à 15 personnes qui vont répondre à un besoin précis en donnant de leur temps. Trois formules sont possibles : le 'One Day' où tous les collaborateurs participent en même temps le même jour, 'One Week' où ils peuvent consacrer un jour de leur temps pendant une semaine précise en fonction de ce qui les arrange, et 'One Year' avec une ouverture de la plateforme en permanence. Les entreprises peuvent aussi faire des dons de matériel. Celles-ci jettent ou détruisent des choses qui peuvent avoir une seconde vie. C'est ce qu'on qualifie d'économie circulaire, là où le don de temps relève de la société solidaire. »

Chez Cisco Systems, le volontariat d'entreprise s'inscrit dans l'appellation 'Giving Back Made Easy'. Il est véritablement ancré dans la culture de l'entreprise. Ainsi, le quartier général aux Etats-Unis encourage chaque collaborateur à consacrer une partie du temps professionnel à d'autres causes. Comme le dit son CEO, « ceux qui connaissent le succès dans la vie ont l'obligation d'en faire profiter les autres ». Particularité belge : la structuration du volontariat d'entreprise s'est faite au sein de Cisco Belgique à l'initiative de collègues du business, Marie Laure Pourbaix, Software Solutions Consultant, et Dirk Boghe, Partner Business Development Manager Internet of Things.

« Nous avions organisé une journée avec une paire de collègues pour aller faire quelques travaux de peinture au bénéfice d'une association, raconte la première. Par la suite, et même si cela n'a rien à voir avec nos jobs dans l'entreprise, nous avons voulu mettre en place une solution de nature à faciliter l'accès de tous nos collègues, soit environ 600 personnes, à ce type de démarche. Nous avons pu convaincre l'équipe de direction, sur base d'un business case. L'atout de Hu-Bu réside notamment dans sa plateforme en ligne par laquelle le collaborateur peut directement sélectionner l'activité qui l'intéresse. Chez Cisco, nous sommes dans les technologies et ce type d'outil correspond à notre culture d'entreprise et à notre dynamique d'innovation. »

Le bon 'matching'

Lancé au début 2014, ce « Giving Back Made Easy » permet aux collaborateurs de donner de leur temps deux fois par an. En décembre de la même année, une centaine d'entre eux ont répondu positivement. Ils étaient 118 à le faire en mars de cette année, pour un total de 230 journées de bénévolat. « Nous avons soit des équipes qui s'inscrivent à une activité, soit des individus qui se regroupent autour d'un projet spécifique et, parfois, ils ne se connaissent pas avant, confie Marie-Laure Pourbaix. Si, par la suite, ils viennent à devoir collaborer sur un projet business, ils peuvent bénéficier de cette expérience et de la dynamique de collaboration initiée sur le projet sociétal, ce qui est très bénéfique en termes de productivité. »

Un facteur de succès réside dans le fait que les projets ne sont pas imposés, mais bien proposés, souligne Filip Van Mullem. « Les demandes sont très variées : certains veulent s'investir dans la protection de l'environnement, d'autres pour aider les plus dé-

Dirk Boghe et Marie Laure Pourbaix
Cisco Systems

« Ces projets permettent d'élargir la vision qu'on a sur le monde et de rendre des problématiques présentes dans les médias extrêmement palpables. On prend plus que ce qu'on donne. Vous en ressortez plus riche humainement. »

© Christophe Lo Giudice

munis, d'autres encore auprès de personnes en situation de handicap lourd. La plateforme fait la distinction entre toutes les possibilités pour réaliser le bon 'matching' entre l'offre et la demande. Tout le monde n'est pas prêt à travailler avec des enfants sévèrement handicapés, par exemple. Dans le cas d'un team-building, il y a généralement une part de fun. Ici, on peut s'amuser dans certaines activités alors que, dans d'autres, la relation sera avant tout hautement émotionnelle. »

Chez Cisco, l'intérêt s'est aussi porté sur une contribution fondée sur les compétences. « Nous avons un effectif très axé sur les technologies, illustrent Marie Laure Pourbaix et Dirk Boghe. Aller faire des travaux de peinture, c'est très bien ; mais venir implémenter un réseau wifi dans une association, ça, ça leur parle encore plus. C'est ce qu'ils savent le mieux faire. » Et le volontariat peut fonctionner dans tous les environnements : ainsi, à l'usine de L'Oréal à Libramont, un tiers du personnel participe, alors que cette participation est rendue complexe par l'impératif que l'usine doit continuer à tourner. « Dans les bureaux du siège, il serait possible de fermer un jour si tout le monde venait à participer, le type d'organisation est donc différent, indique Brigitte Bekaert. Mais, en termes d'engagement et d'enthousiasme, il n'y a pas de différence entre un environnement de cols bleus et un autre de cols blancs. »

Impact significatif

Tant Marie Laure Pourbaix que Brigitte Bekaert le soulignent : le volontariat d'entreprise contribue positivement à la fierté d'appartenance à l'entreprise. « Les collaborateurs sont fiers qu'elle leur propose cette possibilité. Ils y trouvent d'autant plus de sens que l'effet d'échelle permet d'avoir un impact significatif auprès des bénéficiaires. »

Et les associations l'ont bien compris. « Elles commencent à se montrer proactives et prennent même l'initiative de demander de l'aide, témoigne Muriel de Vinck, responsable du développement chez Hu-Bu. Et certaines activités peuvent mener à d'autres... de façon parfois très inattendue. »

Ainsi, une association l'a récemment contactée et, au fil de la discussion, il est apparu qu'elle n'avait même pas les moyens de se payer du papier toilette. « J'ai pris contact avec de grands hôtels de la capitale pour voir s'il y avait possibilité de les aider. Ce n'était pas envisageable pour une question d'hygiène, raconte-t-elle. Mais, par contre, un des hôtels a réuni des femmes de chambre pour susciter des idées, dont celle de récolter les échantillons de savon et de shampoing partiellement utilisés. Nous avons ainsi pu obtenir un premier lot de 150 kilos de ces produits qui ont été distribués auprès de l'association ainsi que chez Fedasil. »

Constante : les actions de volontariat ne laissent jamais indemnes. « Les personnes qui ont donné de leur temps pour redécorer les bureaux de La Chaîne de l'Espoir, trier des vêtements au bénéfice de Souffle de Vie, rencontrer des mineurs non accompagnés chez Fedasil, etc. vous en diront quelque chose », conclut Muriel de Vinck. Dirk Boghe appuie : « Ces projets permettent d'élargir la vision qu'on a sur le monde et de rendre des problématiques présentes dans les médias extrêmement palpables. On prend plus que ce qu'on donne : ce n'est pas cette journée passée auprès de l'association qui va changer le monde, mais elle change la journée de ceux qui en bénéficient et vous rend plus riche humainement. »

Filip Van Mullem et Muriel de Vinck
Hu-Bu

« Les demandes sont très variées. Dans le cas d'un team-building, il y a généralement une part de fun. Ici, on peut s'amuser dans certaines activités alors que, dans d'autres, la relation sera avant tout à haute charge émotionnelle. »

© Christophe Lo Giudice