



SYNTHESE DU COLLOQUE DU 25 AVRIL

PARTIE I : Conférence & débats

Mot d'accueil

- **Christian OBERLE**, *Directeur Général – Clinique Bohler et Directeur Administratif - FFE*

12 : 00 Présentation et mot de bienvenue

- **Christian SCHARFF**, *Président IMS Luxembourg*

12 : 05 Part&Act : un projet innovant à Luxembourg

- **Sylvie Michel**, *Country Manager chez Hudson*

12 : 15 Témoignage PME - Indiact & Agence du Bénévolat : un partenariat win/win

- **Fabien Rodrigues**, *Head of Corporate Events, Indiact*
- **Caroline Milbert**, *Chargée de Direction, Agence du Bénévolat*

12 : 25 Partenariats Entreprises & Associations - Facteurs clés de succès

- **Caty Forget**, *Managing Director, Fondation SANOFI ESPOIR*

12 : 35 Témoignage Grande Entreprise - Le bénévolat source de motivation pour le personnel

- **Anne Jacquemart**, *DRH, AXA Luxembourg*

12 : 45 De l'engagement solidaire au développement des compétences

- **Dr. Bénédicte Halba**, *Présidente Fondatrice de l'Institut de Recherche et d'Information sur le Volontariat (IRIV)*

13 : 05 Débat interactif – Questions/Réponses

13 : 15 Walking lunch - Stands « Découverte des projets pilotes »

PARTIE II : Animation workshops

14 : 00 Workshop - Comment monter un projet Entreprise & Association ? - **Dr. Bénédicte Halba**

- Les étapes d'un projet
- Méthodes de planification d'un projet
- La valorisation d'un projet
- Les résultats et perspectives

14 : 30 Workshops - 4 tables rondes au choix :

- Comment choisir mon partenaire ?
- Comment mobiliser le personnel ?
- Quelles étapes pour mon projet ?
- Comment valoriser mon partenariat ?

15 : 30 Clôture du Colloque Part&Act

- **Dr. Bénédicte Halba**, *Présidente Fondatrice de l'Institut de Recherche et d'Information sur le Volontariat (IRIV)*

Mot de clôture du colloque - **Julien Chupin**, IMS Luxembourg

Le lancement officiel du projet Part&Act s'est tenu le mercredi 25 avril 2012 à l'Auditorium de l'Hôpital du Kirchberg et a réuni plus de 75 participants (entreprises, associations et institutions publiques).

Ce colloque a permis aux entreprises membres et associations de mieux connaître le projet Part&Act, sa démarche gagnant-gagnant, en quoi un partenariat constitue un véritable outil RH dans la gestion des compétences mais aussi d'échanger sur les opportunités offertes par ces coopérations. Le programme s'est décliné en deux temps : via une approche théorique avec l'interventions d'experts et des témoignages concrets ; puis via une approche plus pratique avec des workshops organisés autour de questions clés sur la thématique du partenariat Entreprise/Association.

Les intervenants suivants ont prit part à la conférence :

Christian Oberle, Directeur Général de la Clinique Bohler a ouvert le colloque avec un mot d'accueil : en présentant la Fondation François Elisabeth depuis sa création et le rôle que joue la Responsabilité Sociale des Entreprises à l'Hôpital du Kirchberg ;

Christian Scharff, Président de l'IMS, a introduit le projet Part&Act en revenant sur **son origine et sur la réflexion qu'a mené l'IMS** jusqu'à maintenant avant de lancer le projet. L'idée première a été de faire travailler le monde de l'entreprise avec le monde associatif : deux mondes qui ont des modes de fonctionnement très endogènes. Fort de cet apprentissage, l'IMS a travaillé depuis plus d'un an avec 6 associations : ADA, Caritas, La Croix Rouge Luxembourgeoise, elisabeth, MSF et SHD et 8 entreprises : Arendt & Medernach, Castegnaro, Elvinger Hoss & Prussen, SDworx, AXA, Mediation, Hudson et PwC afin que ces deux mondes puissent se concilier et travailler ensemble. C'est donc dans ce contexte qu'est né le projet Part&Act, d'où le nom : faire du partenariat et passer à l'action ;

Sylvie Michel, Country Manager chez Hudson a ensuite présenté **le projet Part&Act** dans sa globalité, sa mission, son offre avec ses différents partenariats et les atouts qu'ils constituent tant pour les entreprises que pour les associations. « *Le projet Part&Act a pour but de développer le nombre de partenariats à Luxembourg et vise à apporter une solution pragmatique pour les entreprises et les associations* ». Elle a également évoqué le lancement du site internet Part&Act pour la rentrée. A l'image d'un site de rencontre où se croisent l'offre et la demande, il permettra aux entreprises membres de l'IMS et aux associations d'échanger, proposer des projets pilotes via le site et *in fine* concrétiser des partenariats RSE ;

Témoignage d'un partenariat déjà concrétisé : Indiact et l'Agence du Bénévolat. **Fabien Rodrigues**, Head of Corporate chez **Indiact** et Caroline Milbert, Chargée de Direction à l'Agence du Bénévolat ont eu le plaisir de témoigner de leur partenariat *Mécénat de compétences*. Indiact est une agence de communication spécialisée dans l'évènementiel et le marketing. Membre de l'IMS depuis plusieurs années, Indiact a favorablement répondu à l'appel à projet lancé par l'Agence du Bénévolat. D'une part, pour le caractère innovant du projet Part&Act, avec la possibilité de créer des synergies tout en restant à la pointe de ce qui se fait en matière de communication à Luxembourg. D'autre part, parce qu'Indiact est persuadé qu'une approche terrain peut être source de nouvelles compétences. Enfin, en s'engageant sur le long terme, Indiact serait peut-être amené à travailler de manière moins mécène avec l'Agence du Bénévolat. Pour Fabien Rodrigues d'Indiact : « on apprend avec l'expérience ».

Caroline Milbert, Chargée de Direction de l'Agence du Bénévolat a ensuite expliqué ce que lui apportera ce transfert de compétences en communication avec Indiact. Conventionnée par le Ministère de la Famille et gérée par l'Association du Bénévolat Luxembourg, l'Agence du Bénévolat promeut des initiatives dans le domaine du bénévolat. Elle souhaiterait aujourd'hui redéfinir sa stratégie de communication et se repositionner en termes de visibilité et d'efficacité. Pour ce faire, 3 grandes lignes d'actions sont actuellement en cours avec Indiact : audit du matériel de communication, nouvelle identité visuelle et optimisation du site internet de l'association. Via ce mécénat de compétences, Caroline Milbert espère ainsi toucher davantage de bénévoles.

Suite au témoignage du partenariat Indiact-Agence du Bénévolat, **Caty Forget**, Managing Director de la Fondation Sanofi Espoir a évoqué quelques **facteurs clés de succès d'un partenariat**. Sanofi Espoir est la Fondation de la société Sanofi Aventis. Avec plus de 15 ans de solidarité internationale, la Fondation contribue à la réduction des inégalités en santé à travers le monde. La Fondation coordonne l'ensemble des agences humanitaires et contribue à la continuité d'accès aux soins de personnes en difficultés. Via sa présentation, Caty Forget explique que nous ne sommes plus dans une logique de donation comme dans les années 80-90 avec uniquement des actions coups de cœur. La stratégie des entreprises aujourd'hui est de plus en plus portée sur de réels partenariats avec une volonté affirmée d'y intégrer une dimension collaborateur riche de sens et justement en permettant à ces derniers d'agir dans le cadre de volontariats. Car tout partenariat nécessite un bon suivi, il est essentiel de prendre du recul en quantifiant des données par des indicateurs pertinents afin de les exploiter à des fins de Ressources Humaines.

Tout en restant dans la thématique RH, **Anne Jacquemart**, DRH d'AXA Luxembourg a poursuivi la conférence en démontrant que **le bénévolat** chez AXA via AXA AtoutCoeur est une réelle **source de motivation pour le personnel**. « AXA AtoutCoeur est l'ADN d'AXA Luxembourg », dit-elle. Créée en 1991 par Claude Bébéart, fondateur de l'IMS France, l'association est présente dans toutes les filiales d'AXA du monde entier, représentant ainsi 23 400 bénévoles dont 25% uniquement à Luxembourg. La RSE est une dimension bien ancrée dans la stratégie du top management d'AXA, tant au niveau des administrateurs, des employés, des clients, des fournisseurs, de la société et de son environnement. Véritable organisation au sein de l'entreprise, un comité de pilotage bénévole de la banque supervise ses actions RSE. Pour rendre compte de ses activités, AXA mène une enquête annuelle en mesurant 8 champs de compétences sur la distinction employés bénévoles et employés non bénévoles : l'engagement du collaborateur, la satisfaction management, l'attitude et les valeurs, job satisfaction, leadership, reconnaissance, focus client, développement personnel et rémunération. Via sa présentation et ses chiffres à l'appui, Anne Jacquemart nous a montré à travers les résultats de cette étude que les employés bénévoles ont un développement supérieur aux employés non-bénévoles, et cela dans toutes les filiales d'AXA sans distinction. A cela, Julien Chupin de l'IMS Luxembourg et modérateur du colloque ajouta que l'IMS Luxembourg travaille actuellement avec le CEPS/INSTEAD sur la corrélation entre le bénévolat et la motivation des salariés.

Dr. Bénédicte Halba, Présidente et Fondatrice de l'IRIV a ensuite expliqué **comment un engagement solidaire peut devenir une source de développement de ses compétences professionnelles**. Après une introduction sur les différentes facettes d'engagement et les différentes formes d'altruisme, Dr. Halba s'est appuyée sur le cadre légal et les acquis en termes de bénévolat en France pour expliquer en quoi le bénévolat peut être une source de motivation et un atout évident dans la valorisation de son expérience et compétences dans sa carrière. Elle cite notamment l'exemple du VAEB (Validation des Acquis de l'Expérience Bénévole), projet européen pionnier qui reconnaît le bénévolat comme une expérience professionnelle en France : « *L'engagement associatif est un moyen de développer des talents dans sa vie professionnelle, mais c'est aussi la possibilité de valoriser cette même expérience dans sa carrière* ». Avec une plus grande marge de manœuvre, le bénévolat permet de prendre des initiatives dans un cadre autre que celui de l'entreprise et stimule la créativité des employés. Le Dr. Halba a clôturé cette conférence en insistant sur le fait que ces engagements associatifs sont une réelle démarche win-win, tant pour le collaborateur, l'entreprise, que pour l'association, d'où l'utilité d'un projet comme Part&Act qui apporte une solution pragmatique pour entreprises et associations qui souhaitent monter des projets RSE.

S'en est suivi un **walking lunch** où les associations **Stéftung Hëllef Doheem, Médecins Sans Frontières, Archipel et EPI** ont fait découvrir leurs projets via des stands qui avaient pour but de sensibiliser les entreprises à leurs projets et qui sait, peut-être trouver preneur et nouer de nouveaux partenariats.

PARTIE II : Animation workshops

L'après-midi a été consacrée à des workshops sur des questions en lien avec les partenariats, l'occasion pour les participants, entreprises et associations, de se rencontrer, d'échanger et d'être force de propositions sur des thématiques cibles. En premier lieu et faisant office d'un **1^{er} workshop**, le Dr. Halba a introduit cette deuxième partie sur la thématique suivante : « **Comment monter un projet Entreprise & Association ?** ». Elle a en effet proposé quelques méthodes et pistes de réflexion sur la planification et la valorisation d'un projet, avant de laisser les participants plancher sur des questions cibles en tables rondes. Entreprises membres et associations avaient le choix de participer à un des 4 workshops proposés. Voici une synthèse des éléments rapportés par les modérateurs des 4 groupes de travail :

Workshop 1 - Comment choisir mon partenaire ?

Fabien Rodrigues, modérateur, a synthétisé les réflexions de la manière suivante :

Je choisis mon partenaire en fonction de :

- **sa structure** (taille, domaine d'activité, etc.) ;
- **sa renommée** (quel profit en terme d'image, quel degré d'expérience, etc.) :
 - Condition d'une réelle volonté de l'entreprise d'associer son image à une association X. Si une entreprise est prête à s'investir dans un projet comme celui d'EPI, où l'on touche à l'insertion professionnelle de jeunes en difficultés, est-ce que l'entreprise est prête à associer son image ? ;
- **du projet proposé** (projet réalisable, quel thématique, quels objectifs, nécessité de bien identifier les besoins pour éviter des incohérences, etc.) :
 - Les besoins associatifs étant parfois trop ponctuels, ce qui empêche une fidélisation avec le partenaire entreprise ;
 - Focus sur un réel besoin terrain dès le départ pour une réelle concrétisation ;
 - Nécessité de bien communiquer ses besoins tant en interne qu'en externe ;
- **du feeling ressenti** lors de la rencontre (partage de mêmes convictions et valeurs, etc.)

Ces 4 pôles ne seraient qu'une liste non-exhaustive des critères à prendre en considération dans le choix de son partenaire. Afin que le partenariat fonctionne, le groupe a également relevé **la nécessité et la pertinence d'une plate forme intermédiaire** comme l'IMS dans la promotion et la concrétisation de projets.

Workshop 2 - Comment mobiliser le personnel ?

Caroline Putzeis, modératrice, a synthétisé les réflexions de la manière suivante :

Quelle est la **problématique** ?

- Partant du constat que les employés ont besoin de reconnaissance, comment mobiliser/motiver mon personnel ? Comment préserver des personnes motivées ? ;

Quelles **solutions** apporter ?

- Nécessité d'avoir le support du Top Management, leur apporter les bons arguments :
 - liste des associations (via le réseau de l'Agence du bénévolat), des retours d'expériences, enquête d'AXA, autres pistes de réflexion développées avec l'IMS ;
- Créer un comité de pilotage qui appuiera/motivera le management ;
- Avoir un panel assez large de projets ;
- Renouveler régulièrement les actions, garder une continuité dans les projets ;
- Déployer les MOYENS FINANCIERS nécessaires et le TEMPS pour s'y investir ;
- Reconnaître les actions bénévoles dans les objectifs annuels de l'employé à l'image de ce que fait d'AXA ;

- Intégrer le bénévolat dans les valeurs et la stratégie de l'entreprise ;
- Quelles **pistes de réflexion** développer ?
- Sensibiliser les nouveaux arrivants au bénévolat : formation au *Welcome Day* ;
 - Réfléchir sur « un prix de l'innovation », ou un « prix de la solidarité » interne à l'entreprise ;
 - Organiser un Teambuilding : ex. journée RSE où l'employé serait acteur bénévole, à l'image d'ING, organisation d'une demi journée d'action bénévole (ex. ING Marathon).

Workshop 3 - Quelles étapes pour mon projet ?

Nathalie Schmit, modératrice du groupe a synthétisé les réflexions de la manière suivante :

Partant du constat que les associations manquent parfois de structure dans la planification de leurs projets, le groupe a suggéré la méthode suivante :

- Dans un 1^{er} temps, une **analyse SWOT** pour faire le point sur son positionnement face au projet abordé :
 - Strengths & Weaknesses : établir un diagnostic interne pour mieux se rendre compte de ses propres forces et faiblesses face au projet cible ;
 - Opportunities & Threats : établir un diagnostic externe, donc le positionnement de la structure face dans son environnement externe, quels sont les opportunités, les parties prenantes externes du projet, les difficultés/menaces qu'elle va rencontrer, etc.
- Dans un 2^{ème} temps, aborder le projet via la méthode brainstorming **DISNEY-Model** de Robert B. Dilts, basé sur le jeu de rôle par lequel 3 points de vues se transposent :
 - Le « Rêveur », très enthousiaste mais qui a un point de vue très subjectif du projet : « *J'ai envie de construire un château !* » ;
 - Le « Réaliste », a un point de vue plus pragmatique-pratique des choses. Il va analyser les mécanismes et les conditions de réalisation : « *Oui, c'est bien beau mais comment penses-tu y arriver ? Par quels moyens ?* » ;
 - Le « Critique » : apporte une critique constructive qui aide à identifier les sources d'erreurs possibles. « *Pour ce faire, je pense que... il va falloir que tu prennes en compte que...* ».

Workshop 4 - Comment valoriser mon partenariat ?

Loïc De Rosa, modérateur du groupe a synthétisé les réflexions de la manière suivante :

Avant même de se poser la question : comment valoriser son partenariat, il a été nécessaire de rappeler qu'on est déjà dans un contexte où le partenariat est déjà bien ancré et que les conditionnels fondamentaux dans la création du partenariat sont bien là : adhésion autour de mêmes valeurs, partage de mêmes convictions. Ensuite pour mettre tous les atouts de son côté, que ce soit pour les entreprises et les associations, les conditionnels pour valoriser son partenariat seraient les suivants :

- Importance d'avoir une **convention de partenariat déjà bien définie**, d'un bon cadrage de la mission au préalable avec une réelle situation win-win pour les deux parties, des déséquilibres peuvent exister et risquent alors de faire échouer la mission de partenariat ;
- **Un bon suivi du partenariat** du côté des entreprises en reconnaissant et valorisant le travail fait par les personnes bénévoles afin qu'ils s'inscrivent bien dans la durée et non en *one shot* comme c'est souvent le cas. Du côté associatif : déjà bien connaître au préalable ses réels besoins (humains, matériels et autres) pour une bonne mise en œuvre de son projet ;
- Une **bonne communication** entre les deux parties : se mettre d'accord sur les outils de communication à fournir (associations et entreprise) :
 - Faire le point sur le contenu des informations qui peuvent être communiquées et sur le mode de diffusion de l'information adopté : nécessité d'un accord défini au préalable : de préférence dans la convention de partenariat ;

- Réflexion sur les divers **modes de diffusion** pour valoriser son partenariat : site internet des deux entités, le journal interne des deux entités, des after work drinks animés sur une thématique X, intranet, newsletters, organisation de « la journée du personnel », brochure institutionnelle, autres évènements officiels entreprise/association.

Le groupe a également émis quelques pistes de réflexion sur le partenariat en tant qu'outil RH dans une dynamique de développement des compétences. Le partenariat en tant que tel peut réellement être :

- une **source de motivation et de fidélisation** du personnel ;
- un **argument convaincant pour attirer de jeunes talents** car les jeunes sont de plus en plus attentifs aux actions RSE de l'entreprise ;
- le partenariat serait un **levier dans la gestion des carrières seniors** : préparation de la retraite active.

En ce sens, le groupe a conclu qu'on valoriserait son partenariat par l'attractivité de son personnel.

SYNTHESE & MOT DE CLOTURE

Pour conclure sur ces workshops, Dr Halba a relevé des réflexions phares de ces 4 groupes de travail :

- *Workshop 1* : un besoin clair d'une plate forme intermédiaire Entreprise et Association : tel que l'IMS afin que le partenariat soit le plus adapté possible ;
- *Workshop 2* : le support management des entreprises afin d'appuyer les actions en bénévolat (comité de pilotage, journée RSE de type Teambuilding) renforce la cohésion sociale ;
- *Workshop 3* : il faut se préparer aux critiques et ne pas toujours avoir ce côté angélique du bénévolat. Il faut également éviter de se poser trop de questions avant de se lancer dans un projet sinon il ne se réalisera pas ;
- *Workshop 4* : il existe des outils concrets comme le transfert de compétences où l'association va pouvoir repenser son environnement et changer l'image de l'entreprise. Egalement, toujours prendre en considération l'humain car un même projet fait par des personnes différentes aura un rendu complètement différent.

Enfin, Julien Chupin (IMS Luxembourg), modérateur du colloque a remercié l'ensemble des participants et a encouragé associations et entreprises à s'engager dans une démarche de partenariat. Il a également cité les prochains évènements IMS à venir.