

OBSERVATOIRE DU PRO BONO

ÉTUDE TERRITORIALE AIX MARSEILLE PROVENCE 2020

Comment les entreprises s'engagent-elles en faveur du territoire Aix Marseille Provence ?

Les pratiques de coopération entre les entreprises et les structures
de l'ESS dans la métropole Aix Marseille Provence.



pro bono lab

probonolab.org | [#probono](https://twitter.com/probono)

Avec le soutien de



En partenariat avec





LAURENT FIALON

Directeur Méditerranée et
Transformation Digitale

“

Chaque année, par l'intermédiaire de son Observatoire du pro bono et avec ses partenaires académiques et institutionnels, Pro Bono Lab actualise et agrège toutes les données de l'engagement par le partage de compétences (bénévolat / mécénat de compétences). Car pour démocratiser plus largement ces pratiques d'engagement, il faut en comprendre les spécificités, identifier les obstacles comme les leviers de développement.

Avec 5 antennes régionales, Pro Bono Lab a fait le choix d'un ancrage territorial fort qui nous offre l'opportunité d'observer partout en France les dynamiques de coopération entre entreprises et structures à impact social. Nous ne le savons que trop bien : c'est au cœur des territoires, à échelle locale, que les pratiques de solidarité via le partage de compétences sont les plus développées et les plus innovantes.

Après des études sur les territoires des Hauts-de-France, en Pays de la Loire ou Puy-de-Dôme, nous dévoilons aujourd'hui les résultats de l'étude menée dans le territoire Aix Marseille Provence.

Ces résultats, s'ils pointent certaines forces ou fragilités de notre écosystème, indiquent surtout un réel potentiel d'actions collectives, au service du bien public. En temps de crise(s), ils prennent forcément une dimension particulière. Parce qu'indéniablement, on ne se relèvera pas seuls. Nous devons œuvrer ensemble à ce que nos territoires soient plus résilients face à ces crises sociales, environnementales, sanitaires, économiques qui pourraient nous toucher plus fréquemment. Cette résilience, j'ai la conviction qu'elle passera par de nouvelles manières de coopérer entre entreprises, structures à impact et acteurs publics. Et le pro bono est un outil incontournable pour réussir ce pari : il favorise la rencontre, l'échange, la création d'une relation de partage entre ces acteurs. Il vient également répondre, et la crise actuelle en est un révélateur, à ce désir de s'engager et de donner du sens à son action, en tant que citoyen, dans notre façon de vivre, mais aussi dans notre manière d'entreprendre.

Faisons de cette conviction une réalité : cette étude nous délivre des enseignements, mais nous donne surtout un cap, une direction dans laquelle s'engager collectivement, pour le territoire.

”

Cette étude, menée en partenariat avec la Fondation Crédit Coopératif met en lumière les actions solidaires menées par les entreprises, en soutien à la vie locale et associative, et identifie les leviers et les obstacles au développement de ces pratiques responsables sur le territoire.

Elle s'intéresse notamment au(x) rôle(s) que peuvent jouer les salariés des entreprises dans l'accompagnement des structures à finalité sociale, tout particulièrement dans celui des associations, et aux besoins en compétences des structures de l'ESS.

Dans quel but ? Que les acteurs du territoire puissent s'emparer de ces résultats pour construire collectivement une réponse aux problématiques de la métropole Aix-Marseille-Provence et faciliter ainsi, dans les prochaines années, les pratiques de coopération entre entreprises et structures à finalité sociale, notamment en matière de pro bono et d'engagement citoyen.

Nous souhaitons remercier en particulier les partenaires de cette étude ainsi que toutes celles et tous ceux qui y ont contribué :

- Tout d'abord la Fondation Crédit Coopératif et le centre d'affaires de Marseille de la banque coopérative qui nous ont soutenus dans la réalisation de cette étude ;
- Notre partenaire relais, grâce à qui la diffusion a pu être réalisée sur l'ensemble du territoire la Chambre Régionale de l'Economie Sociale et Solidaire Provence Alpes Côte d'Azur, mais également le PLIE Marseille Provence Centre pour son relai auprès de ses entreprises partenaires ;
- Celles et ceux qui ont contribué à nos études de cas : Jean-Paul ROMET, Délégué Emploi et RSE, EDF - Délégation Régionale Provence Alpes Côte d'Azur ; Silvia BENEDETTI, Attachée de Direction et Responsable RSE, Provepharm Life Solutions ; Rémy BRACQ, Directeur Secteur, Manpower ; Marjolaine DIHL, Co-Fondatrice & Responsable éditoriale, Dos Carré ; Sandrine BAILLE, Directrice des ressources humaines, Villages Clubs du Soleil ; Lionel WAWRZYNIAK, Directeur Développement RH Groupe, HOPPS Group ; Caroline OROFINO, Directrice déléguée, Fondation ONET

Aucun projet à dimension régionale et à visée inclusive ne peut voir le jour sans un effort collectif, en particulier avec les réseaux qui font le territoire : un grand merci à eux !

- Définitions.....	6
- Enjeux de l'étude.....	7
- Méthodologie de l'étude.....	9

STRUCTURES À FINALITÉ SOCIALE.....10

- Profil des répondants.....	11
- Besoins en compétences et dispositifs d'accompagnement.....	12
- La coopération entre les différents acteurs.....	16
- Accès aux dispositifs d'accompagnement.....	18
- Conclusion.....	21

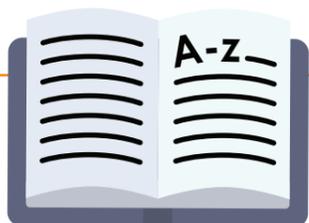
ENTREPRISES.....22

- Profil des répondants.....	23
- Connaissances relatives à l'engagement citoyen.....	24
- Les actions d'engagement citoyen et/ou de soutien aux associations et à la vie locale.....	25
- Pratique du mécénat de compétences.....	28
- Conclusion.....	33

PROSPECTIVE.....34

- Le développement de l'engagement et du pro bono dans la métropole Aix Marseille Provence.....	35
- Conclusion.....	39

ANNEXES : ÉTUDES DE CAS.....40



PRO BONO

« Pro bono publico » signifie « pour le bien public ». Le pro bono désigne l'engagement volontaire de personnes qui mettent leurs compétences professionnelles à titre gratuit ou quasi-gratuit au service d'une personne physique ou morale qui n'a pas les moyens d'y accéder et/ou qui poursuit un but social.

MÉCÉNAT DE COMPÉTENCES

Le mécénat de compétences consiste à mettre à disposition des collaborateurs sur leur temps de travail à titre gracieux pour réaliser des actions d'intérêt général mobilisant ou non leurs compétences.

BÉNÉVOLAT DE COMPÉTENCES

Le bénévolat de compétences consiste à mettre gratuitement, sur son temps personnel, un savoir-faire à la disposition d'une organisation à finalité sociale.

ENGAGEMENT CITOYEN DES COLLABORATEURS

Actions impulsées par l'entreprise ayant pour but d'améliorer le fonctionnement de la société et réalisées de manière non-lucrative. Exemples : journée solidaire, campagnes de dons, micro-don, course solidaire, tutorat.

ACCOMPAGNEMENT DES STRUCTURES À FINALITÉ SOCIALE

Une mission d'accompagnement vise à permettre le développement d'une organisation ou la consolidation de ses activités. L'accompagnement peut prendre des formes diverses, il comporte quatre dimensions : ponctualité de l'intervention, adaptabilité, volontarisme, transfert de compétences.

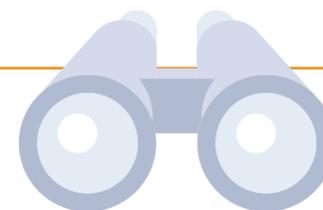
CE QUE NOUS ENTENDONS PAR « STRUCTURES À FINALITÉ SOCIALE »

Nous nous rapprochons ici de la définition de l'Économie Sociale et Solidaire (ESS) au sens large, portée par le Ministère de l'Économie et des Finances, et désignant l'ensemble des entreprises organisées sous forme de coopératives, mutuelles, associations, ou fondations, dont le fonctionnement interne et les activités sont fondés sur un principe de solidarité et d'utilité sociale.

Ces entreprises adoptent des modes de gestion démocratiques et participatifs. Elles encadrent strictement l'utilisation des bénéfices qu'elles réalisent : le profit individuel est proscrit et les résultats sont réinvestis. Leurs ressources financières sont généralement en partie publiques.

CE QUE NOUS ENTENDONS PAR « ENTREPRISES »

Des entreprises de l'économie dite « classique » ou « traditionnelle », ayant avant tout une visée commerciale.



1

Identifier et rencontrer les acteurs de la région (acteurs publics, acteurs privés, acteurs de l'ESS).

2

Etablir un état des lieux des pratiques de coopération entreprises-ESS et des actions d'engagement des collaborateurs existantes sur le territoire, notamment en pro bono.

3

Détecter les grands enjeux du territoire.

De manière plus globale, cette étude territoriale vise à répondre à plusieurs enjeux, pour les parties prenantes qui constituent le territoire :



POUR LES ENTREPRISES

- Mieux connaître les besoins du territoire et développer leur **ancrage territorial**.
- Concrétiser leur **politique RSE ou d'engagement**.
- Valoriser les **compétences** et l'engagement de leurs salariés.



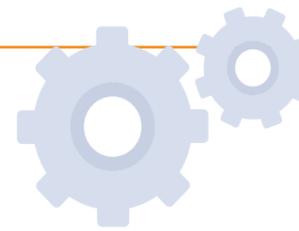
POUR LES STRUCTURES À FINALITÉ SOCIALE

- Mieux connaître les pratiques et possibilités existantes en matière de **mécénat de compétences**.
- Valoriser leurs **activités** et leur **savoir-faire**.
- **Se rapprocher du monde des entreprises** et de leurs salariés.



POUR LES INSTITUTIONS

- **Décloisonner** le monde économique « classique » et le secteur ESS.
- Mieux répondre aux **besoins sociaux et environnementaux** du territoire.
- **Encourager le partage de compétences des citoyens** du territoire.



DEUX TYPES D'ENQUÊTES ONT ÉTÉ RÉALISÉES DANS LE CADRE DE CETTE ÉTUDE TERRITORIALE :

Une consultation en ligne ouverte à tous : composée d'un questionnaire à destination des entreprises et d'un questionnaire à destination des structures à finalité sociale.

- Le **questionnaire dédié aux entreprises** (toutes tailles et secteurs d'activité confondus) visait notamment à répondre aux questions suivantes : Quelles actions de coopération, d'accompagnement ou de mécénat avec les structures à finalité sociale ? Quelles actions d'engagement de leurs collaborateurs ? Quels leviers et obstacles au développement du mécénat de compétences ?
- Le **questionnaire dédié aux structures à finalité sociale** (associations, mais plus largement structures de l'Économie Sociale et Solidaire, SIAE, etc) portait quant à lui les grandes lignes suivantes : Quelles pratiques de coopération avec les entreprises ? Quels besoins, notamment en compétences, de ces structures ? Le mécénat de compétences – voire le bénévolat de compétences – comme réponse à ce besoin ? Quels obstacles à surmonter ?

Des études de cas spécifiques, par le biais d'entretiens semi-directifs avec des acteurs clés.

Les questionnaires quantitatifs ont été administrés auprès de **26 entreprises** et **70 structures à finalité sociale** implantées dans les 5 départements de la **Métropole Aix-Marseille-Provence** et interrogées entre le **8 janvier** et le **5 mars 2020**.

La diffusion a été effectuée via :

- Le Crédit Coopératif ;
- La CRESS PACA ;
- Le PLIE MPM CENTRE ;
- Les réseaux sociaux ;
- La communauté de Pro Bono Lab.

L'échantillon n'est pas totalement représentatif du territoire, il donne néanmoins une idée du développement des pratiques de coopération sur le territoire.

Les résultats présentés dans cette étude sont issus de ce questionnaire quantitatif. Les pourcentages ont été arrondis selon la règle de Gauss (à l'entier inférieur pour les décimales de 0 et 4 et à l'entier supérieur pour les décimales de 5 à 9).

Les études de cas ont été réalisées auprès de 6 entreprises du territoire.

Les résultats de cette étude seront diffusés largement à Marseille et à travers la région dans le courant de l'année 2020.

ÉTUDE TERRITORIALE AIX MARSEILLE PROVENCE 2020

Responsables de publication : Céline Laurichesse, Présidente de Pro Bono Lab & Sylvain Reymond, Directeur Général de Pro Bono Lab

Coordination de l'étude : Laurent Fialon Directeur Méditerranée et Transformation Digitale

Comité de rédaction : Marine Blengino, Karen Conrard, Sophie Padieu, Anaïs Vincent-Luce

Contact : contact@probonolab.org

Conception graphique : Chloé Girardet

Crédit photo : Erwan Floch'

@ Pro Bono Lab - Tous droits réservés - Avril 2020

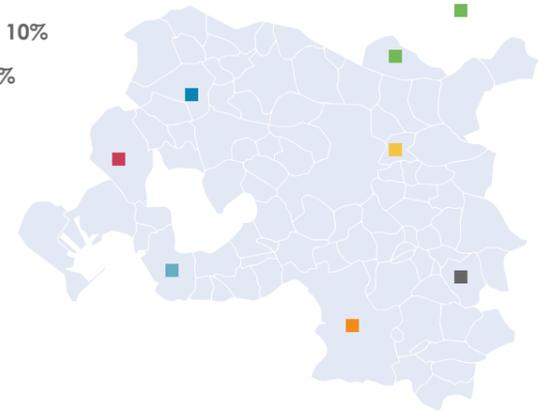


ÉTUDE TERRITORIALE AIX MARSEILLE PROVENCE 2020
Structures à finalité sociale

TERRITOIRE D'INTERVENTION DES STRUCTURES INTERROGÉES

- Marseille-Provence **56%** ■ Pays d'Aix **47%** ■ Pays Salonais **10%**
- Pays d'Aubagne et de l'Etoile **14%** ■ Istres Ouest Provence **11%**
- Pays de Martigues **10%** ■ Autres (veuillez préciser) **26%**

Autres : les répondants ont précisé qu'ils étaient intervenus à des niveaux plus macro comme le département des Bouches-du-Rhône ou la Région Sud
9 répondants sur 10 déclarent que le siège de leur structure est localisé sur le territoire de la Métropole.



Dans les Bouches-du-Rhône on compte entre 46.000 et 50.000 associations. Marseille recense le plus de création d'associations (55%), suivi d'Aix-en-Provence (24%).*

LES QUATRE PRINCIPAUX SECTEURS REPRÉSENTÉS DANS CETTE ÉTUDE



Dans les Bouches-du-Rhône, les objets des associations créées les plus représentés ces trois dernières années sont dans l'ordre : La culture, le sport, les loisirs, le social - l'entraide et l'éducation - formation*. Bien qu'il y ait un léger déséquilibre dans la répartition des secteurs dans notre échantillon (surreprésentation des secteurs de l'éducation - formation et de la santé), il représente néanmoins assez bien la diversité des secteurs et notamment ceux les plus présents sur le territoire.

FONCTION DES RÉPONDANTS

Nombre de répondants : 70

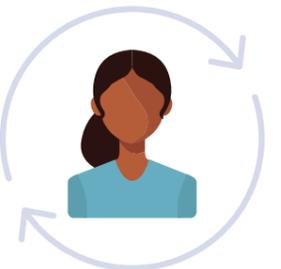


74% des répondants ont donc une fonction de dirigeant salarié ou de Président au sein de leur organisation, ce qui nous fait supposer qu'ils ont une vision et une compréhension assez fine de leur structure.
75% des structures répondantes sont des Associations loi 1901, 10% sont des coopératives. Une minorité de répondants se déclarent Mutuelle, SIAE, Fondation ou Entreprise sociale.
44% des structures répondantes sont en structuration/consolidation et 49% sont en développement/changement d'échelle.

RESSOURCES HUMAINES

Nombre de répondants : 70

8/10 répondants sont des structures employeuses ce qui n'est pas représentatif des 11% d'associations employeuses dans les Bouches-du-Rhône (notre échantillon étant majoritairement composé d'associations). Mais les associations employeuses représentent tout de même près de 10% des effectifs salariés du privé sur le territoire. Notre étude portera donc plus sur les besoins et coopérations des structures à finalité sociale employeuses que sur celles fonctionnant uniquement grâce à leurs bénévoles.*



Ce sont principalement de petites structures avec 53% qui ont entre 1 et 10 salariés, 19% qui n'en ont aucun et parmi les 7% qui ont plus de 50 salariés, 40% n'ont pas, ou pas uniquement, un statut associatif loi 1901.

Parmi les 71% des structures qui fonctionnent avec des bénévoles, 28% ont entre 1 et 10 bénévoles actifs, 34% ont entre 11 et 20 bénévoles actifs et 28% ont plus de 40 bénévoles actifs. Les associations avec le plus de bénévoles sont aussi celles qui ont globalement plus de salariés et un plus gros budget.

*Source : « L'essentiel de la vie associative des Bouches-du-Rhône » Direction de la Jeunesse, de l'Education Populaire et de la Vie Associative 2019 https://www.associations.gouv.fr/IMG/pdf/essentiel_vie_asso_13.pdf

BESOINS EN COMPÉTENCES ET DISPOSITIFS D'ACCOMPAGNEMENT

Question posée : Estimez-vous que votre organisation a des besoins en compétences auxquelles elle n'a pas accès en interne ?

Nombre de répondants : 69



82%

Au moins un besoin en compétences



13%

Pas de besoin en compétences



4%

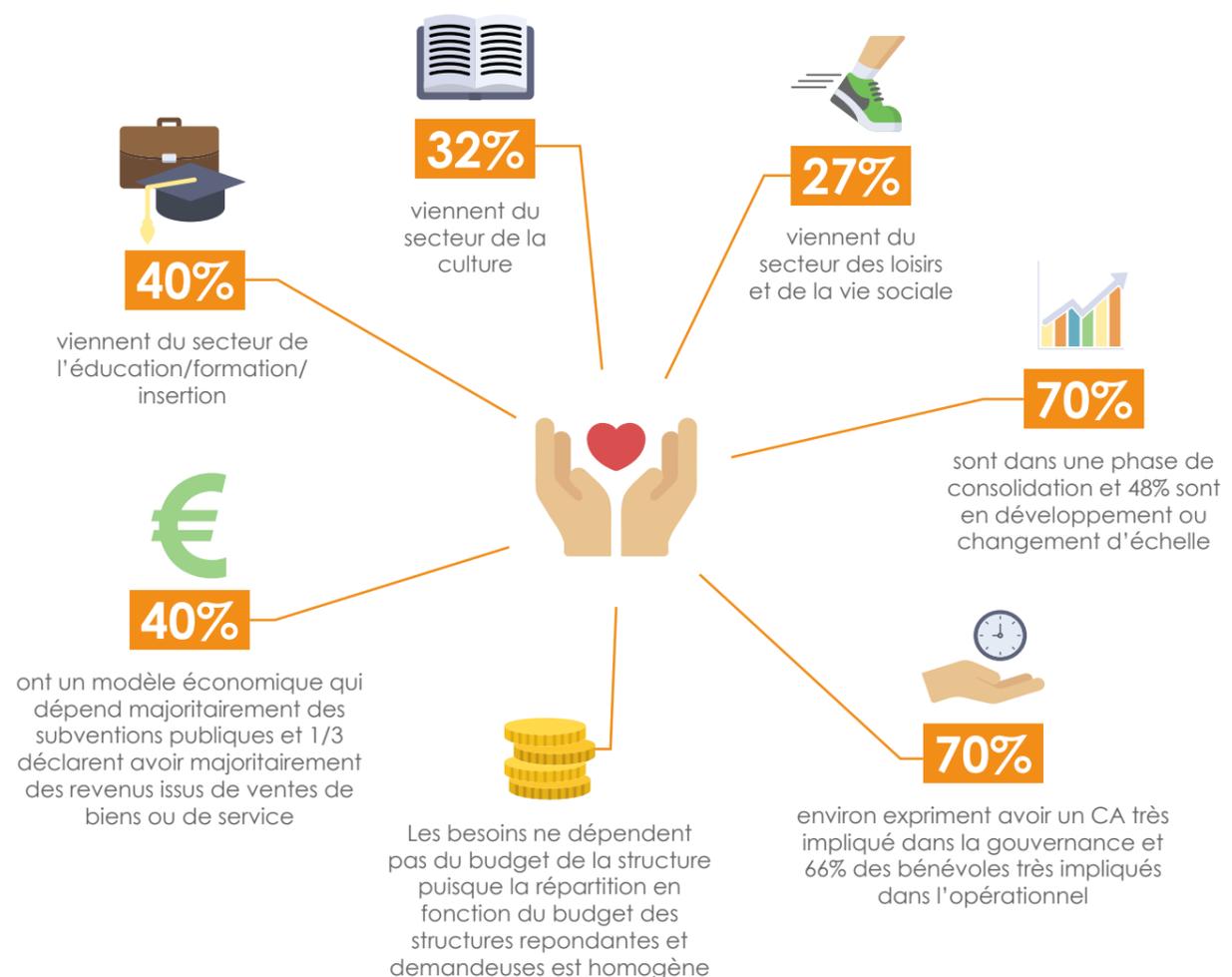
Ne savent pas

17% des structures interrogées auraient besoin d'un accompagnement au moins une fois par semaine et 71% entre une fois par mois et plusieurs fois par an. La régularité à laquelle les structures à finalité sociale interrogées ont besoin d'un accompagnement témoigne d'un manque de ressources important en interne.

De plus, notre panorama national du pro bono (2019) nous indiquait que 82% des structures à finalité sociale pensent qu'il est difficile de trouver des personnes pertinentes et motivées pour réaliser des missions pro bono, et 75% trouvent difficile ensuite d'avoir les moyens humains et financiers pour mettre en oeuvre les recommandations.

Les intermédiaires du pro bono ont donc un rôle à jouer pour mettre en relation ces structures avec des personnes ayant les compétences nécessaires, ainsi que pour cadrer des missions de façon pertinente pour que les recommandations soient peu coûteuses en ressources ou que les volontaires puissent les accompagner au mieux dans leur mise en oeuvre.

PARMI LES 82% DES STRUCTURES AYANT AU MOINS UN BESOIN EN COMPÉTENCES

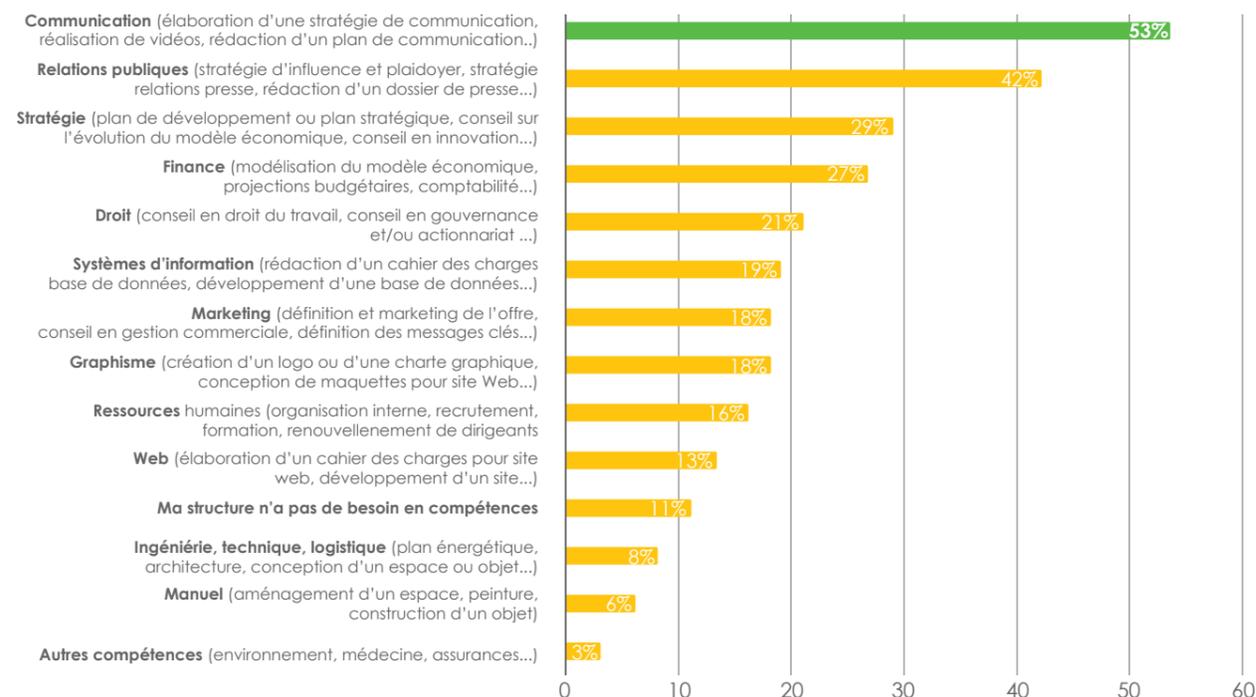


Nous pouvons constater que ce sont **principalement de petites structures qui expriment un besoin en compétences** bien qu'elles aient des bénévoles terrains et des administrateurs impliqués. Par ailleurs, ce sont dans les secteurs de l'éducation/formation/insertion, de la culture et des loisirs/vie sociale, marqués comme le reste de notre échantillon par un modèle économique qui dépend majoritairement de subventions, que nous constatons un besoin en compétences. Enfin, **ces structures sont quasiment toutes dans une phase de consolidation ou de changement d'échelle.**

BESOINS EN COMPÉTENCES ET DISPOSITIFS D'ACCOMPAGNEMENT

LES BESOINS EN COMPÉTENCES POTENTIELS

Nombre de répondants : 62



71% des répondants expriment un besoin en communication et/ou en graphisme. La deuxième compétence la plus recherchée est dans le domaine des Relations Publiques (42%). Enfin environ 1 structure sur 3 affirme avoir un besoin en stratégie.

Nous pouvons constater que face aux **enjeux de notoriété et d'attractivité** dans un monde de plus en plus numérisé, les principaux besoins en compétences restent en lien avec **la communication**. Les structures expriment un besoin lié à la formalisation d'une stratégie spécifique (communication, plaidoyer ou encore relation presse) ou la création de process et outils dédiés (plaquettes, vidéo, site web, dossier de presse, outils de suivi).

Ce manque de **compétences en communication** confirme les besoins affirmés à l'échelle nationale où elle reste une préoccupation majeure avec 63% des structures qui souhaitent être accompagnées sur une stratégie de communication, 51% sur une stratégie d'influence et de plaidoyer et 47% sur la communication digitale et la conception d'outils de communication (panorama du pro bono 2019 – Pro Bono Lab).

A l'échelle nationale 54%* des responsables aimeraient que leur association soit accompagnée en matière de diversification, de recherche de financements ou de révision de son modèle économique. Ce besoin est moins exprimé par nos répondants (1/3)

Ce résultat peut être expliqué par un manque de compréhension sur l'apport en compétences externes sur ce type de besoin, par le secteur d'activité des répondants (dans l'étude de Recherche et Solidarité c'était le secteur humanitaire qui était le plus en attente) ou encore par le fait qu'une bonne communication et un gain en visibilité peut aider à la diversification et recherche de financements

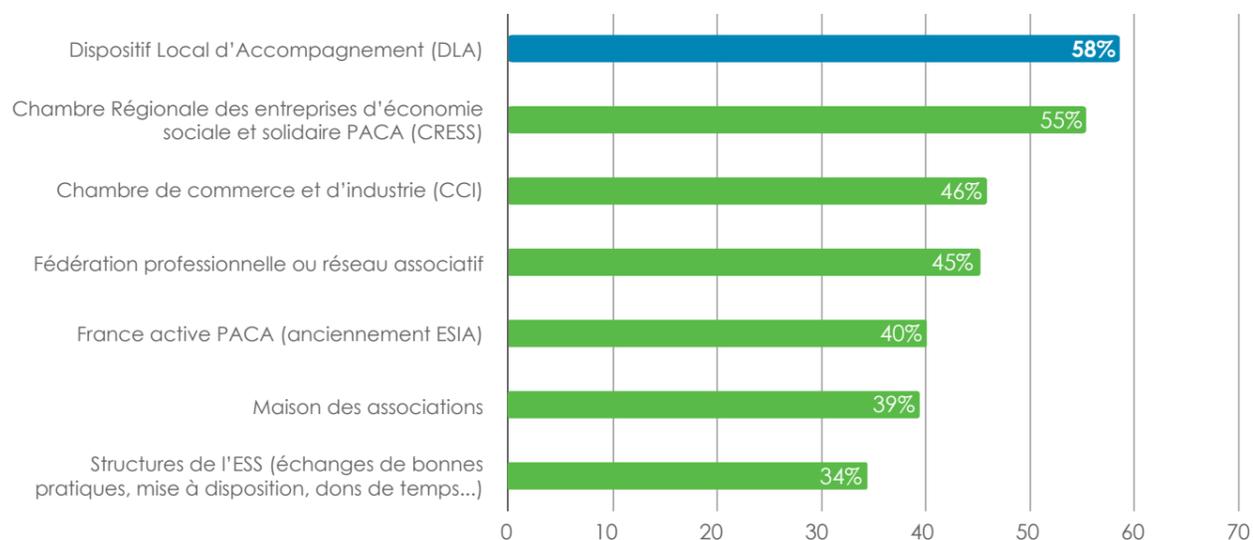
Enfin, nous observons que **les besoins en compétences se font principalement sur les fonctions supports**, plus que sur des compétences techniques en ingénierie, logistique par exemple (8%) ou encore des compétences manuelles (6%). Ces besoins en compétences concernent des fonctions qui servent principalement la consolidation et le développement d'une structure, phases auxquelles sont une majorité de nos répondants.

*Source : L'accompagnement des associations : Etat des lieux et attentes - Recherche et Solidarité - Janvier 2019

LES 5 DISPOSITIFS D'ACCOMPAGNEMENT EXISTANTS SUR LE TERRITOIRE LES PLUS CONNUS SONT :

Question posée : Connaissez-vous l'un des dispositifs ou acteurs suivants pour permettre à votre organisation d'avoir accès à une ou plusieurs compétences ?

Nombre de répondants : 67

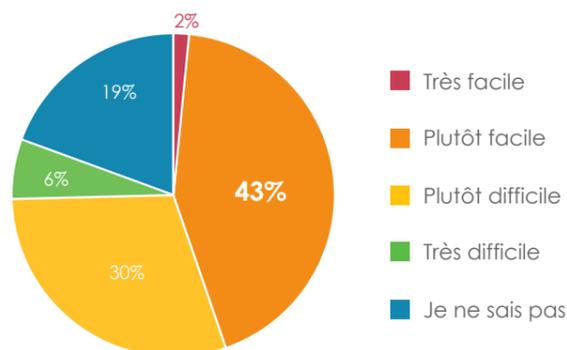


Nous pouvons noter que la CRESS PACA qui coordonne le DLA et France Active qui en est le porteur sont parmi les plus connus par les répondants. Il convient de rappeler que cette étude a été réalisée et diffusée en partenariat avec la CRESS PACA et à ce titre, **26%** des répondants ont pris connaissance de l'étude via ce relais.

L'autre Chambre consulaire est également très représentée dans le paysage des structures de l'ESS. Nous pouvons noter la prépondérance des « fédérations professionnelles ». Ces structures de regroupement entre pairs agissent sur des sujets de fond et favorisent l'échange au sein d'un écosystème.

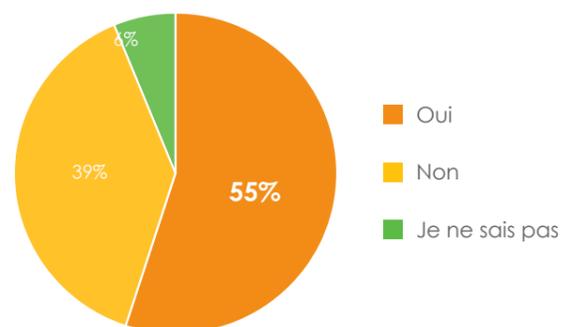
LA FACILITÉ D'ACCÈS À L'ACCOMPAGNEMENT EN COMPÉTENCES DE L'ORGANISATION

Nombre de répondants : 70



LES STRUCTURES INTERROGÉES ONT-ELLES DÉJÀ BÉNÉFICIÉ D'UN ACCOMPAGNEMENT EN COMPÉTENCES ?

Nombre de répondants : 70



- 55%** des répondants affirment qu'ils ont bénéficié d'un accompagnement en pro bono. Parmi ces derniers :
- 38% ont un budget compris entre 500K et plus d'1 million d'€ et 33% ont un budget inférieur à 100K€
 - 43%** ont un modèle économique qui dépend majoritairement de la vente de prestations et de services et pour 40% il dépend majoritairement de subventions (32%) et de commandes publiques (8%).
 - 94% sont en phase de consolidation ou de changement d'échelle
 - Les structures ayant bénéficié d'un accompagnement sont pour **la majorité de petites structures avec moins de 10 salariés**, même si près de 2/5 ont un budget supérieur à 500K€. Les secteurs les plus accompagnés dans notre échantillon sont l'éducation/formation/insertion (38%) et l'environnement (30%).

PARMI LES STRUCTURES QUI ONT EXPRIMÉ DES DIFFICULTÉS POUR ACCÉDER À UN ACCOMPAGNEMENT



34%

ont un budget compris entre 500K et plus d'un million d'€ et 37% ont un budget de moins de 100K€



54%

ont un modèle économique qui dépend majoritairement des subventions publiques



92%

sont dans une phase de consolidation ou de changement d'échelle



21%

déclarent avoir majoritairement des revenus issus de ventes de biens ou de service



79%

de ces structures font appel à des bénévoles



92%

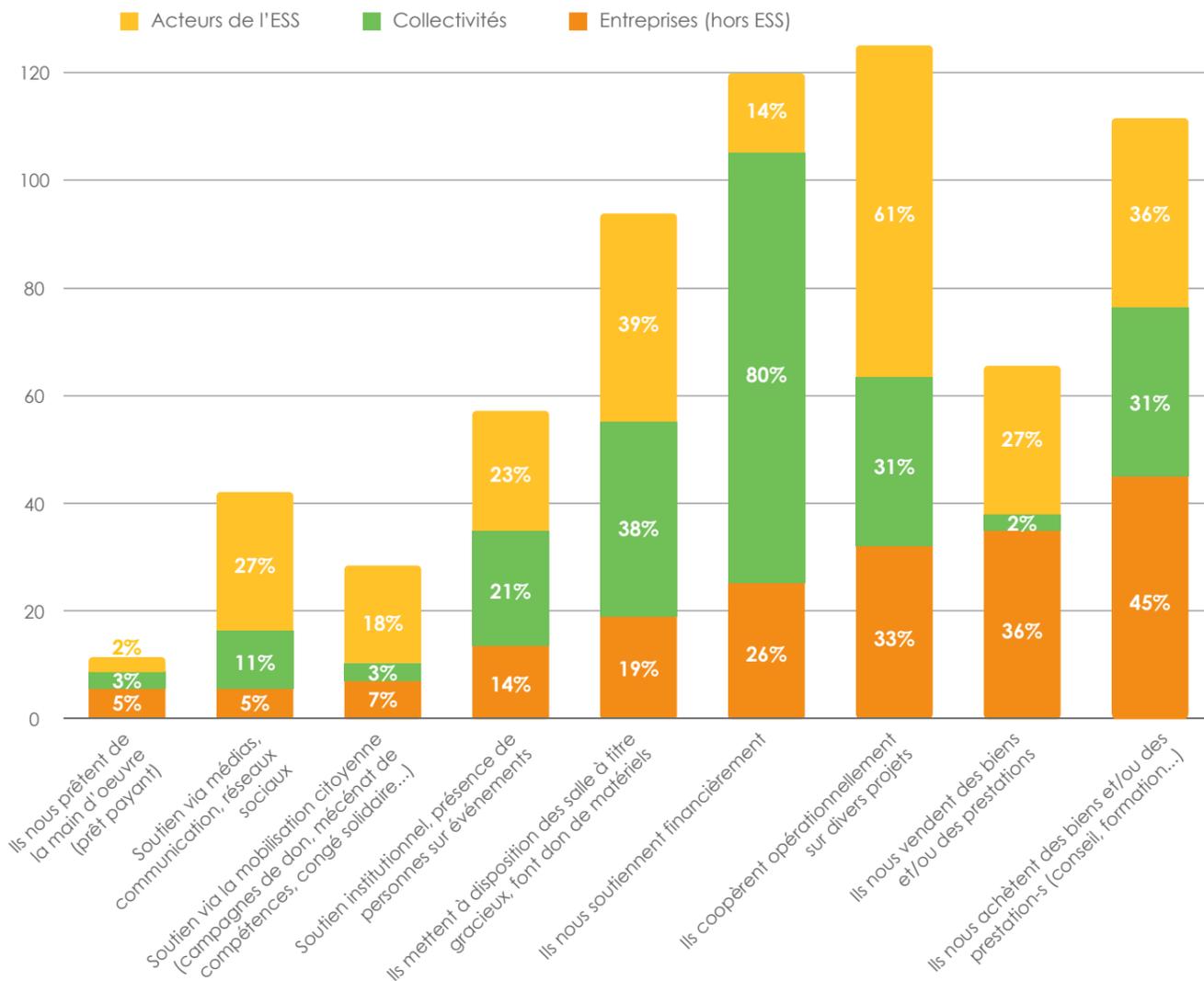
ont au moins un besoin en compétences dont 1/4 au moins une fois par semaine

La difficulté de se faire accompagner pour certaines structures à finalité sociale ne dépend pas de leur budget mais plutôt de leurs ressources humaines. Parmi les 36% ayant des difficultés à se faire accompagner, 84% ont moins de 10 salariés. Ces structures ne savent pas vers qui se tourner (pour 33%), ne pensent pas avoir les ressources nécessaires pour ce type d'accompagnement (28%) ou ne savent pas où trouver des bénévoles (28%). Plus encore, 50% d'entre elles ne connaissent pas le pro bono (bénévolat/mécénat de compétences).

Les intermédiaires et acteurs du pro bono doivent donc de surcroît faire preuve de pédagogie pour démocratiser cette pratique du partage de compétences auprès d'elles et faire en sorte qu'il y ait une meilleure coordination entre les acteurs pour venir en aide à ces structures. D'après les entretiens menés, **le territoire de la métropole Aix-Marseille-Provence est plein de ressources mais il n'y a encore que trop peu d'actions communes.**

LES DIFFÉRENTS TYPES DE COOPÉRATIONS ENTRE LES ACTEURS

Question posée : Comment vos partenaires coopèrent avec votre organisation (plusieurs réponses possibles) ?
Nombre de répondants : 70



Les types de partenariats entre les entreprises et les structures de l'économie sociale et solidaire sont assez variés et hétérogènes :

- 45% des structures de l'ESS qui ont un partenariat avec une entreprise affirment qu'elles leur achètent des biens/services
- 36% que les entreprises leur vendent des biens/services
- 33% affirment qu'elles coopèrent opérationnellement
- 26% via du soutien financier
- 19% que le partenariat donne lieu à de la mise à disposition de salle ou de matériel

Avec **les collectivités**, les types de partenariats sont plus orientés avec **80% des répondants qui sont soutenus financièrement par des fonds publics**. Cependant, ils sont également 38% à déclarer bénéficier de mise à disposition en nature ; 31% pour qui les collectivités leur achètent des biens/services et 31% qui coopèrent opérationnellement avec elles. Nous pouvons aussi noter que **le soutien institutionnel sur des événements** est une autre manière pour les collectivités de s'impliquer puisque 21% des acteurs qui ont des partenariats avec elles en bénéficient.

Les collectivités territoriales sont les partenaires privilégiés des structures de l'ESS puisque 87% de ces dernières coopèrent avec elles contre 60% qui coopèrent avec des entreprises et 63% qui coopèrent avec des acteurs de l'ESS.

Du côté des entreprises, **68% coopèrent via leurs pratiques responsables**, c'est-à-dire qu'elles font appel aux associations pour faire évoluer les pratiques de l'entreprise. Une majorité des entreprises interrogées (70%) coopèrent via du mécénat sous toutes ses formes pour soutenir des projets associatifs mais elles sont moins nombreuses à coopérer économiquement pour porter une offre commune (23%). Enfin, 38% des entreprises répondantes tentent de créer des solutions innovantes pour répondre aux fragilités du territoire en partenariat avec des associations.

FOCUS SUR LES COOPÉRATIONS ENTRE ACTEURS DE L'ESS

Dans le milieu de l'ESS les structures semblent majoritairement entretenir des coopérations opérationnelles autour de leurs activités :

- 61% coopèrent opérationnellement entre elles
- 39% font des échanges en nature (dons ou mise à disposition de salles)
- 27% soutiennent et relaient leurs communications notamment sur les réseaux sociaux.

Les échanges entre structures de l'ESS sont également commerciaux :

- Les répondants vendent à leur secteur pour 36% et ils sont 27% à se fournir auprès d'autres structures de l'ESS.

Nous avons également posé la question du partage de compétences des structures de l'ESS vers leurs pairs ou vers des entreprises :

- **81% des structures répondantes seraient prêtes à partager leurs compétences avec d'autres structures de l'ESS ou entreprises.**
- Dont 31% en communication, 29% en stratégie, 22% en relations publiques et 22% en ressources humaines. Ces compétences sont très demandées par les structures de l'ESS comme vu précédemment, on observe donc qu'elles sont capables de s'entraider y compris en termes de partage de compétences bien qu'elles manquent de ressources humaines pour rendre cela effectif.
- Dans la catégorie « Autres compétences » (45%) se dégage une diversité de compétences qui pourraient être labellisées « compétences métiers » en fonction des domaines et activités menées par les structures avec par exemple : gestion de projet, animation culturelle, accueil de publics, recrutement de bénévoles...
- Sur les **19% qui ne souhaiteraient pas partager leurs compétences, le manque de ressources humaines et financières est la raison première (69%)**.

ÊTRE UNE STRUCTURE DE L'ESS CONSTITUE-T-IL UN ATOUT OU UN FREIN POUR DÉVELOPPER LE BÉNÉVOLAT OU MÉCÉNAT DE COMPÉTENCES DE VOS SALARIÉS ?

Oui c'est un atout :

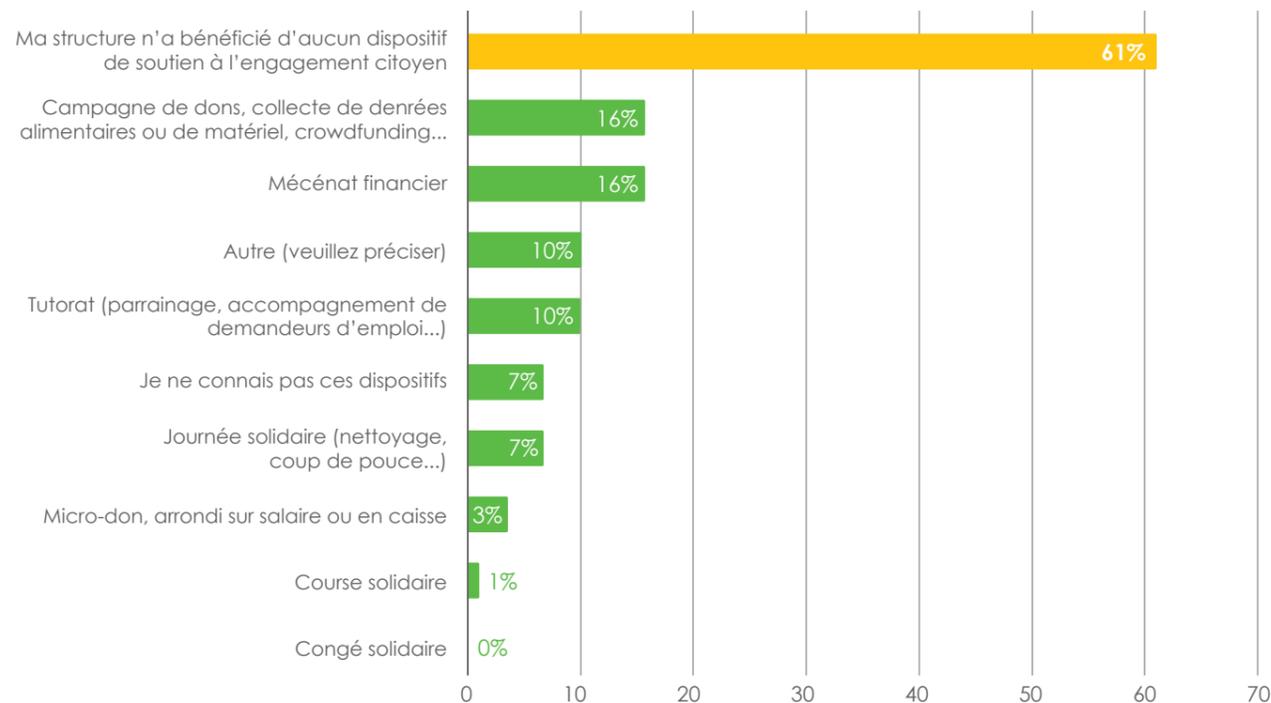
- « Oui, car cela rejoint les valeurs que nous portons »,
- « Oui, c'est notre ADN »,
- « Oui, car nos salariés sont engagés et motivés »,
- « Je pense qu'on le fait sans s'en rendre compte, c'est une culture l'entraide dans l'ESS »,
- « C'est un atout, le bénévolat est une pratique commune à l'ESS et aux entreprises ».

Non c'est un frein :

- « Nous manquons de ressources »,
- « Nous n'avons pas le temps »,
- « Nous sommes soumis à des exigences de résultats par nos financeurs, nous ne pouvons pas dégager de ressources ».



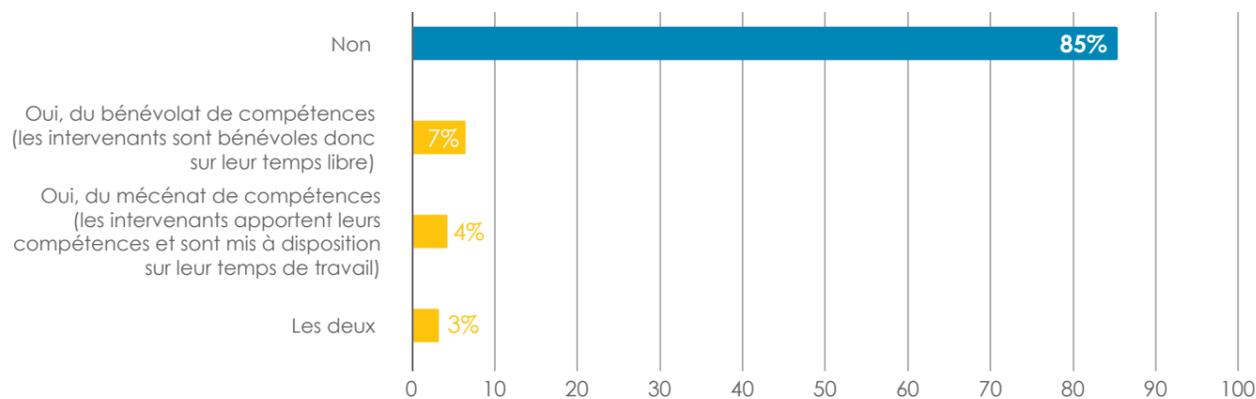
LES DISPOSITIFS D'ENGAGEMENT CITOYEN DONT ONT BÉNÉFICIÉ LES RÉPONDANT.E.S



61% des répondants n'ont bénéficié d'aucun dispositif d'engagement citoyen. Sans surprise le **mécénat financier** et les campagnes de dons, collectes sont les dispositifs auxquels les structures de l'ESS ont le plus recours, suivi du **tutorat** très pratiqué dans la métropole d'Aix-Marseille-Provence.

LES STRUCTURES ONT-ELLES ÉTÉ ACCOMPAGNÉES EN PRO BONO ?

Nombre de répondants : 67



Parmi les 14% des structures qui ont bénéficié d'un accompagnement pro bono :

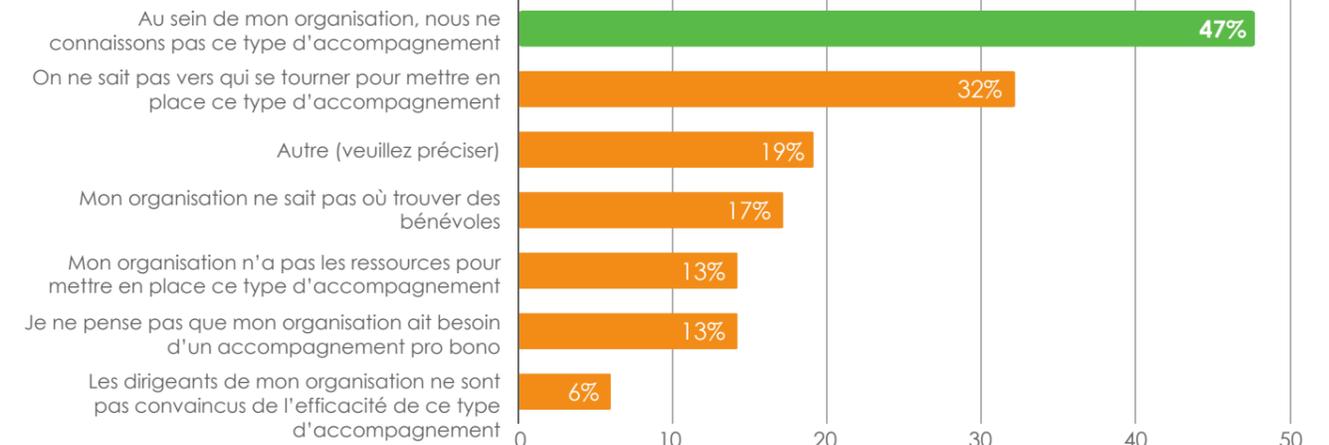
- 20% ont bénéficié d'une journée pro bono (mission d'une journée qui réunit une équipe de volontaires mobilisant gracieusement leurs compétences sur une problématique cadrée en amont)
- 20% de mécénat de compétences séniors (un salarié en fin de carrière est mis à disposition gracieusement sur son temps de travail auprès de l'organisation, pendant 1 à 3 ans)
- 20% de coup de pouce solidaire (un volontaire ou salarié oriente ou conseille la structure sur une question précise, formulée à l'avance)

Ces **structures ayant eu recours au pro bono pour combler un besoin en compétences ont tout autant bénéficié de formats courts que de formats longs**. Dans le Panorama du pro bono (national – Pro Bono Lab – 2019) pour les structures à finalité sociale, les principales forces du pro bono étaient l'accès aux compétences (pour 86%), la rencontre avec de nouveaux partenaires potentiels (82%), et la gratuité ou le prix abordable (68%).



POURQUOI LA MAJORITÉ DES RÉPONDANT.E.S N'ONT PAS BÉNÉFICIÉ DE PRO BONO ?

Nombre de répondants : 53



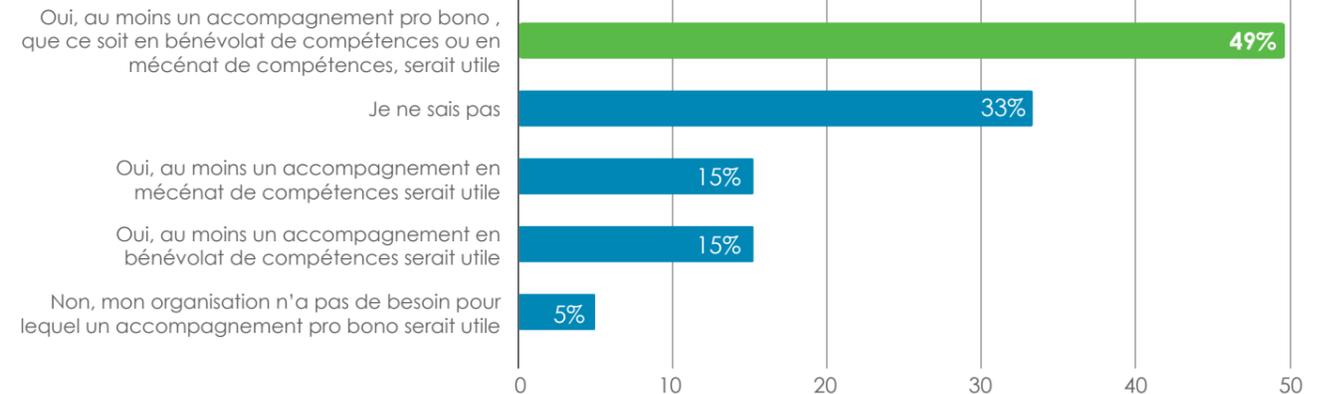
85% des répondants affirment qu'ils ou elles n'ont pas bénéficié d'un accompagnement en pro bono. Les principales raisons peuvent être attribuées à un **manque de connaissance de ce type d'accompagnement au sein de l'organisation (47%)**. De plus, **32% ne savent pas vers qui se tourner**. Selon notre Panorama du pro bono, ces deux freins principaux sont les mêmes à l'échelle nationale.

Les répondants de la catégorie «Autre» soulignent majoritairement **une difficulté à identifier un besoin précis par manque de ressources** : « Nous en faisons de manière ponctuelle, selon la présence et le talent des bénévoles ... rarement pour nos besoins identifiés ! » ; « Pas assez de RH donc... pas le temps de bien se poser la question du quoi et comment faire ».

L'identification des besoins est donc primordiale avant de mettre en place des missions pro bono. Il est important pour ces structures de pouvoir prendre du recul sur ce qu'elles font afin de prioriser leurs besoins et de bénéficier d'un accompagnement pertinent. C'est un rôle que l'accompagnateur, qu'il soit intermédiaire ou acteur du pro bono, doit porter.

LES RÉPONDANTS ONT-ILS DES BESOINS EN ACCOMPAGNEMENT PRO BONO ?

Nombre de répondants : 61



79% des structures considèrent qu'un accompagnement en pro bono (en bénévolat et/ou en mécénat de compétences) peut répondre à leur(s) besoin(s) en compétences.

LES ATTENTES DES RÉPONDANTS POUR LEVER LES FREINS :

Par rapport au pro bono, qu'attendez-vous de votre territoire, notamment des collectivités locales, pour mettre en place ce type d'initiative ?

- « Favoriser et permettre l'accès de ce dispositif aux structures de l'ESS »,
- « Faire de la mise en relation avec les entreprises », « Créer des liens », « Mise en réseau »,
- « Engager les agents des collectivités »,
- « Soutenir les structures de l'ESS et pousser les entreprises à s'engager »,
- « Favoriser la capacité d'organisation et d'animation de ces acteurs ».





Parmi les structures de l'économie sociale et solidaire répondantes, **une grande majorité d'entre elles ont au moins un besoin en compétence (82%)**. Les compétences les plus demandées concernent la communication, les relations publiques et la stratégie de développement. Ces **compétences relatives aux fonctions supports** manquent pour ces structures qui sont pour plus de la moitié de **petites organisations** avec moins de 10 salariés, voire n'en ont aucun pour près de 20% d'entre elles.

Si les partenariats financiers sont bien connus sur le territoire de la métropole Aix-Marseille-Provence, **le pro bono (bénévolat/mécénat de compétences) n'est pas encore assez identifié par ces structures de l'ESS comme étant un dispositif pouvant répondre à leurs besoins**. Pourtant, le tutorat est un type de pro bono où les volontaires mettent leurs compétences professionnelles et/ou personnelles à disposition des bénéficiaires de ces organisations. Le pro bono directement à destination de ces structures à finalité sociale reste donc encore à développer pour répondre à leurs besoins et ainsi les aider à maximiser leur impact de manière plus indirecte auprès de leurs bénéficiaires. De plus, **un besoin d'aide à l'identification et à la priorisation des besoins est remonté**. Les intermédiaires, tout autant que les entreprises ou acteurs du territoire qui s'engageraient en pro bono se doivent donc d'aider à bien cadrer leurs besoins pour qu'un accompagnement soit pertinent.

Les acteurs de l'écosystème qu'est l'ESS ont tendance à s'entraider, notamment **opérationnellement pour mener à bien leurs projets**. Ils n'ont cependant pas les ressources nécessaires pour répondre à leurs besoins en compétences ou pour prendre le temps de partager leurs compétences entre pairs. Pour faire face, une aide extérieure est nécessaire, autant auprès :

- Des entreprises qui sont prêtes à s'engager et à coopérer,
- Des collectivités qui sont sollicitées pour créer plus de liens entre ces acteurs,
- Ainsi que des intermédiaires du pro bono qui se doivent d'avoir ce rôle pédagogique vis-à-vis de ces parties prenantes sur l'importance et l'impact du pro bono, sans oublier le besoin de cadrer des missions pertinentes.

La Métropole d'Aix-Marseille-Provence regorge donc de dispositifs citoyens plus ou moins faciles d'accès, mais une forte marge de progression reste possible pour rendre l'accompagnement par le partage de compétences plus connu pour ces structures qui doivent s'en emparer afin de répondre à leurs besoins. **Des coopérations sont à imaginer entre tous les acteurs qui font le territoire (citoyens, collectivités, entreprises, associations, structures de l'ESS) pour que le pro bono soit plus accessible et forme un cercle vertueux pour toutes ses parties prenantes.**



MISE EN CONTEXTE : FOCUS SUR LES CHIFFRES SUR LE TERRITOIRE AIX MARSEILLE PROVENCE

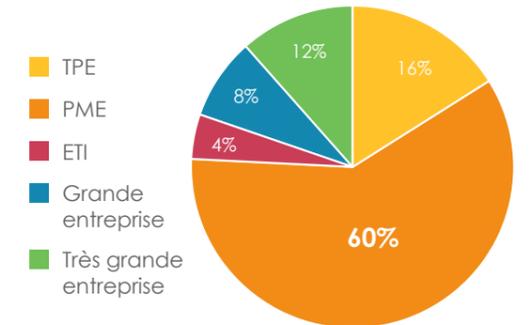


TAILLE DE L'ENTREPRISE

Question posée : Taille de l'entreprise*
Nombre de répondants : 25

Comme dans toute région, la proportion de TPE-PME est importante et représentative du tissu économique local. Selon la CPME des Bouches-du-Rhône, il y aurait environ 145.000 TPE-PME (ce qui représenterait 77% des entreprises du territoire). **Notre échantillon est donc représentatif pour ce type d'entreprises mais on note cependant une surreprésentation des très grandes entreprises répondantes (plus de 10%).**

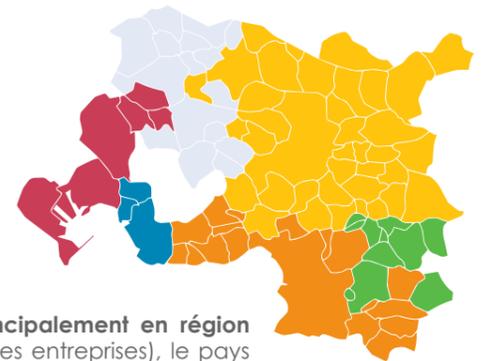
A noter : en complément des réponses apportées au questionnaire en ligne, six entretiens qualitatifs ont été menés auprès d'entreprises du territoire représentatives des différentes typologies évoquées ci-dessus. La retranscription de ces entretiens est disponible en annexes.



TERRITOIRE DE L'ENTREPRISE

Question posée : Territoire(s) d'implantation de l'entreprise dans la métropole Aix Marseille Provence (plusieurs réponses possibles)
Nombre de répondants : 25

- Marseille-Provence **80%**
- Pays d'Aix **32%**
- Pays d'Aubagne et de l'Etoile **28%**
- Istres Ouest Provence **24%**
- Pays de Martigues **20%**
- Autres (veuillez préciser) **40%**



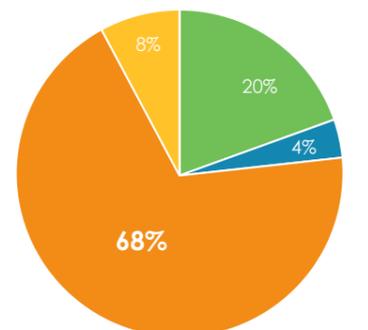
Dans le cadre de notre étude, l'échantillon interrogé est implanté principalement en région **Marseille Provence (80% des entreprises)**, puis dans le Pays d'Aix (32% des entreprises), le pays d'Aubagne et de l'Etoile (28%), Istres Ouest Provence (24%) et le pays de Martigues (20%). 40% des entreprises sont également implantées sur plusieurs territoires dont des territoires hors de la Métropole. Il se répartit comme suit sur la carte. A noter : certaines entreprises sont présentes sur plusieurs territoires, ce qui explique que le total des pourcentages soit supérieur à 100%. De plus, **une majorité d'entreprises interrogées (72%) ont leur siège localisé dans la Métropole Aix Marseille Provence.**

FONCTION DES RÉPONDANTS

Question posée : A quelle fonction êtes-vous rattachée au sein de l'entreprise ?
Nombre de répondants : 25

Les personnes répondantes sont en grande majorité rattachées à la **Direction Générale** pour 68% et aux Ressources Humaines pour 20%, ce qui nous laisse supposer qu'elles ont la capacité d'avoir une **vision globale** de la politique de l'entreprise en matière d'engagement.

- Ressources humaines
- Communication
- Direction générale
- Fonctions métiers (opération, production...)



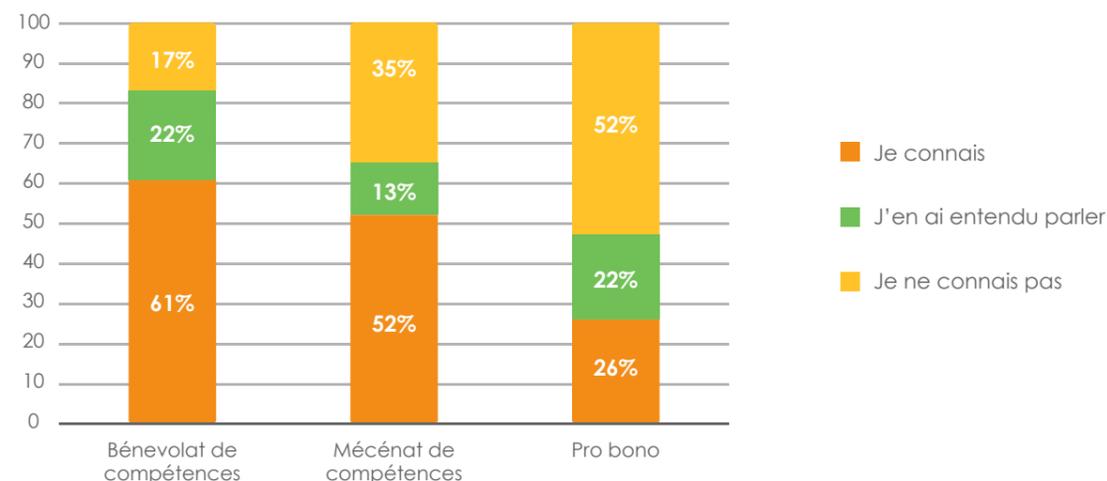
ÉTUDE TERRITORIALE AIX MARSEILLE PROVENCE 2020
Entreprises



* TPE : moins de 10 salariés - PME : 10 à 249 salariés - ETI : 250 à 999 salariés - Grande entreprise : 1000 à 4999 - Très grande entreprise : 5000 salariés et plus



CONNAISSANCES RELATIVES À L'ENGAGEMENT CITOYEN : RÉPONSES POUR LE BÉNÉVOLAT DE COMPÉTENCES / LE MÉCÉNAT DE COMPÉTENCES / LE PRO BONO



Le terme pro bono est encore peu connu : seulement 26% des répondants connaissent le dispositif et 22% en ont déjà entendu parler, mais les notions qu'il recoupe sont, elles, bien appréhendées, avec :

- 61% des répondants qui connaissent le bénévolat de compétences et 22% qui en ont déjà entendu parler ;
- 52% des répondants qui connaissent le mécénat de compétences et 13% qui en ont déjà entendu parler.

A noter : ces chiffres sont cependant plus élevés qu'au sein du grand public. D'après le Panorama du Pro Bono 2019 réalisé par Pro Bono Lab, 39% de la population française connaît le bénévolat de compétences (16% le connaît et 23% en a déjà entendu parler en ne voyant pas bien ce dont il s'agit), 28% connaît le mécénat de compétences (8% le connaît et 20% en a déjà entendu parler en ne voyant pas bien ce dont il s'agit) et 18% connaît le pro bono (5% voit de quoi il s'agit et 13% en a déjà entendu parler en ne voyant pas bien ce dont il s'agit).

Question posée : Parmi les notions suivantes relatives à l'engagement citoyen, cochez celles que vous connaissez :
Nombre de répondants : 23

LES NOTIONS RELATIVES À L'ENGAGEMENT CITOYEN LES PLUS CONNUES SONT :

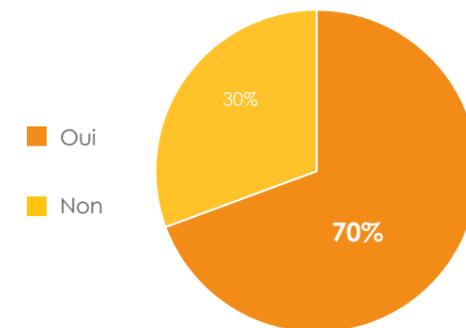


Les quatre notions relatives à l'engagement citoyen les plus connues arrivent en tête à égalité avec 87%. Globalement, l'engagement citoyen de terrain (coup de main opérationnel, sport, collecte) est plus connu, bien que l'accompagnement des associations / structures de l'économie sociale et solidaire par le partage de compétences se démocratise. Le tutorat arrive en tête de la mise à disposition de compétences, puis le bénévolat de compétences connu par 61% des répondants, le mécénat de compétences par 52% et enfin les congés solidaires qui peuvent être à la fois du partage de compétences et des actions terrain, connus par 43%.

ACTIONS D'ENGAGEMENT CITOYEN PRATIQUÉES AU SEIN DE L'ENTREPRISE

Question posée : Votre entreprise mène-t-elle déjà des actions d'engagement citoyen et/ou de soutien aux associations et à la vie locale (ex : mécénat financier, dons matériels, manifestations sportives, partage de compétences...) ?
Nombre de répondants : 23

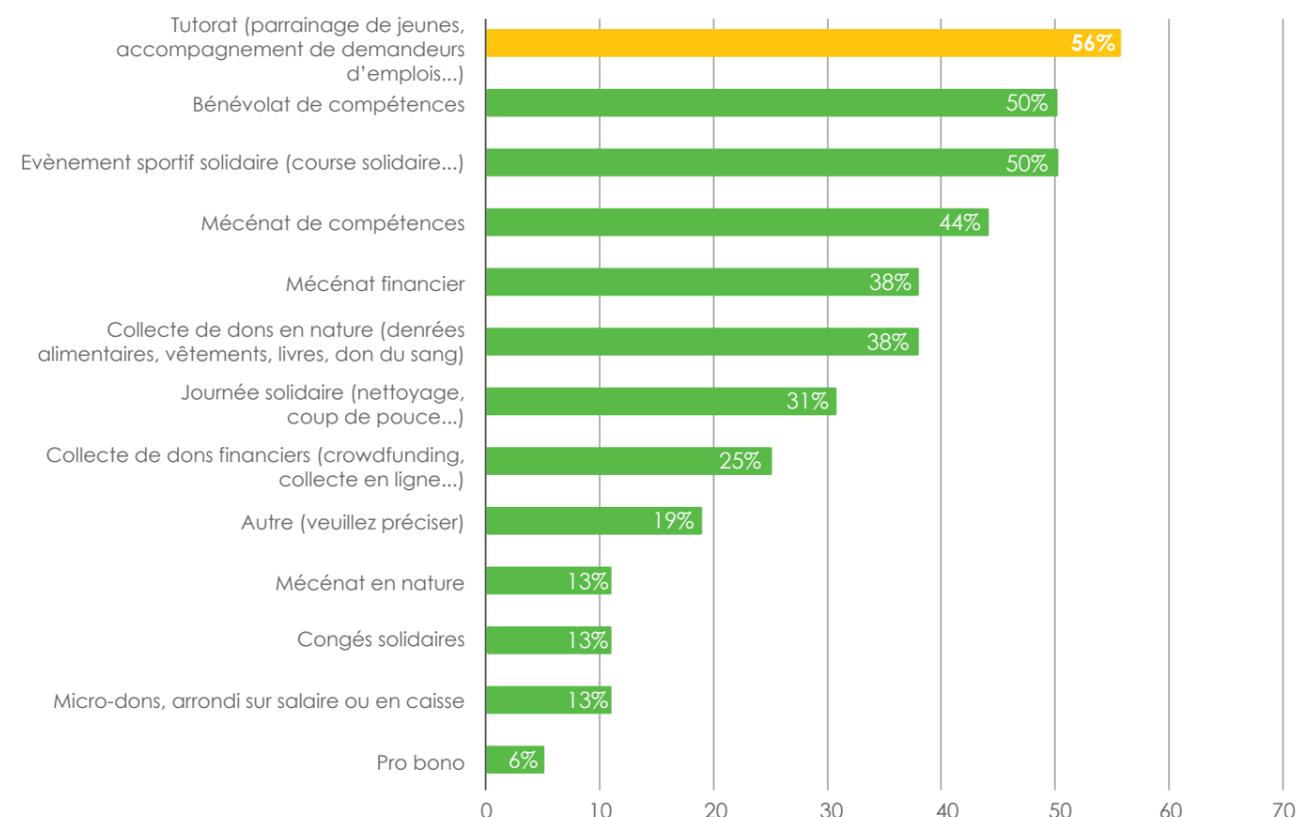
70% des entreprises interrogées mènent des actions d'engagement citoyen et / ou de soutien aux associations et à la vie locale. Les entreprises de la Métropole Aix-Marseille-Provence ont en effet compris les apports que peuvent avoir la mise en place de formats d'engagement pour leurs collaborateurs, notamment au travers du partage de compétences du pro bono. « Nous menons une politique d'engagement en encourageant fortement les salariés à s'impliquer dans des actions solidaires aussi bien en bénévolat [sur le temps personnel] qu'en mécénat de compétences [sur le temps de travail]. Nous déployons cette politique car nous sommes intimement convaincus que cela contribue non seulement à l'épanouissement des salariés mais aussi à la performance de l'entreprise. » Jean-Paul ROMET, Délégué Emploi et RSE, EDF - Délégation régionale EDF Provence Alpes Côte d'Azur



Les entreprises choisissent souvent d'accompagner des structures/projets sur une thématique bien précise (comme l'insertion, l'éducation, l'environnement) selon leur raison d'être ou les valeurs qu'elles portent. Les dispositifs d'engagement par le partage de compétences peuvent aussi bénéficier directement aux bénéficiaires des structures partenaires comme a choisi de le faire Manpower :

« Les actions que nous menons s'inscrivent principalement dans du mécénat de compétences. Nous sommes engagés sur les questions de l'emploi et de l'insertion professionnelle avec deux partenaires principaux : Emergences, qui porte le PLIE de la Métropole Marseille Provence, et la Fondation Agir Contre l'Exclusion. Les collaborateurs de Manpower sont mobilisés pour conseiller les publics bénéficiaires de ces deux partenaires et accélérer leur retour à l'emploi. » Rémy BRACQ, Directeur de secteur, Manpower

Question posée : Quelles sont les actions d'engagement citoyen menées par votre entreprise ? (Plusieurs réponses possibles)
Nombre de répondants : 16





LES ACTIONS D'ENGAGEMENT CITOYEN ET/OU DE SOUTIEN AUX ASSOCIATIONS ET À LA VIE LOCALE

Les actions d'engagement citoyen les plus menées par les entreprises sur la métropole Aix Marseille Provence sont le **tutorat (à 56%), le bénévolat de compétences (50%) et les événements sportifs solidaires (à 50%)**. Bien que le bénévolat de compétences ne soit pas l'un des dispositifs les plus connus par les entreprises de la métropole, c'est un format que les entreprises qui mènent des actions d'engagement citoyen portent le plus. L'incitation à faire du bénévolat de compétences (partage de compétences sur son temps personnel) est plus poussé par les entreprises que le mécénat de compétences (sur le temps de travail), tout de même mis en place par 44% des entreprises ayant une politique d'engagement.

Néanmoins, le tutorat reste le dispositif d'engagement le plus connu et le plus pratiqué, comme c'est le cas pour l'entreprise Les Villages Club du Soleil qui propose à ses salariés d'accompagner les bénéficiaires de leurs partenaires : « Nous engageons nos salariés pour favoriser l'accès à l'emploi de personnes éloignées du travail via des partenariats avec le PLIE ou l'APEC qui proposent des opérations de coaching. » Villages Club du Soleil, Sandrine BAILLE, Directrice des ressources humaines

« Nos collaborateurs s'investissent de manières différentes. L'une de nos salariées est marraine d'une jeune en recherche d'emploi dans le cadre du dispositif « 1 parrain, 1 emploi » porté par Pôle Emploi mais également membre du Conseil d'Administration d'un PLIE. Parrain dans l'association Nos Quartiers ont des Talents et dans le cadre du dispositif Apec «Sésame Jeunes Talents», j'accompagne pour ma part de jeunes diplômés en recherche d'emploi, ainsi que des demandeurs d'emploi âgés de plus de 45 ans. » Lionel WAWRZYNIAK, Directeur Développement RH Groupe, HOPPS Group

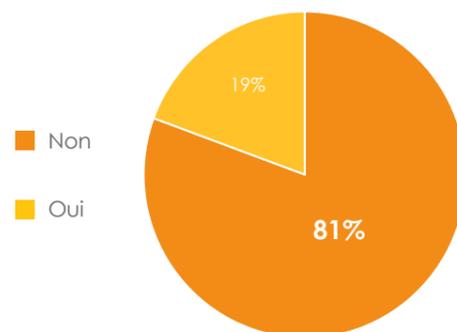
PRÉSENCE D'UNE FONDATION OU D'UN FONDS DE DOTATION AU SEIN DE L'ENTREPRISE

Question posée : Est-ce que votre entreprise a une Fondation ou un Fonds de dotation ?

Nombre de répondants : 21

Parmi les 70% d'entreprises répondantes qui mènent des actions d'engagement citoyen, 19% d'entre elles ont un Fond de dotation ou une Fondation.

50% des entreprises ayant un Fond de dotation ou une Fondation sont de très grandes entreprises, comme le groupe EDF : « Nous nouons des partenariats, à l'échelle nationale via la Fondation groupe EDF, ou directement en local, autour de quatre axes prioritaires : éducation, insertion professionnelle, inclusion- solidarité et environnement-biodiversité. » Jean-Paul ROMET, Délégué Emploi et RSE, EDF - Délégation régionale EDF Provence Alpes Côte d'Azur



MOTIVATIONS À S'ENGAGER

Question posée : Pourquoi votre entreprise s'engage-t-elle ? (Jusqu'à 3 réponses possibles)

Nombre de répondants : 16

Note : Les entreprises répondantes peuvent avoir exprimé plusieurs motivations, ce qui explique que le total des pourcentages soit supérieur à 100%.

LES PRINCIPALES RAISONS DE S'ENGAGER SONT :



LES ACTIONS D'ENGAGEMENT CITOYEN ET/OU DE SOUTIEN AUX ASSOCIATIONS ET À LA VIE LOCALE

A titre de comparaison, selon le baromètre du mécénat d'entreprise 2018 d'ADMICAL, au niveau national, les entreprises mécènes interrogées font du mécénat principalement pour : contribuer à l'intérêt général, exprimer et incarner les valeurs de l'entreprise, construire des relations avec les acteurs du territoire et valoriser l'image et la réputation de l'entreprise. A noter également, selon la même source, que 89% des projets soutenus par les mécènes sont locaux ou régionaux (21% nationaux et 15% internationaux).



Une autre motivation qui pousse les entreprises à s'engager (à 56%) c'est de rendre leurs collaborateurs plus fiers. En effet, l'engagement d'une entreprise a un réel impact sur ses enjeux RH : « Aujourd'hui quand on passe des entretiens de recrutement vient toujours le moment où c'est à l'entreprise de se vendre. Les candidats ont changé. On a en face de nous une génération de plus en plus engagée à titre personnel. Les gens nous demandent d'exposer très concrètement nos engagements en matière de RSE » Silvia BENEDETTI, Attachée de direction et responsable RSE, Provepharm Life Solutions



Du même ordre, certaines entreprises rencontrent des difficultés à recruter et ont besoin d'élargir leurs réseaux. L'entreprise Manpower qui accompagne des demandeurs d'emploi en profite d'ailleurs pour décloisonner différents mondes et rencontrer des personnes aux profils divers grâce à leur engagement auprès de celles-ci : « On constate que c'est fédérateur pour les salariés. Ils sont fiers de s'impliquer dans des actions concrètes, sur leur territoire. Par ailleurs, dans notre métier, on est confronté à des difficultés de sourcing et de recrutement. Les actions de mécénat de compétences que nous menons nous permettent de nous ouvrir à d'autres univers, de diversifier nos réseaux de sourcing. On rencontre des personnes intéressantes et motivées. » Rémy BRACQ, Directeur secteur, Manpower

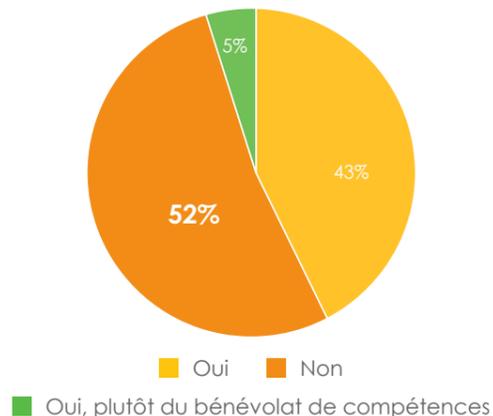


Les collaborateurs d'entreprises sont également des ambassadeurs, ils représentent leur entreprise aussi en dehors des murs. La principale raison pour laquelle les entreprises s'engagent c'est pour incarner leurs valeurs et cela passe par tous les niveaux : leur raison d'être, leur manière de fonctionner, ce qu'elles proposent à leurs collaborateurs et ce qu'ils retirent de telles actions : « C'est une manière d'incarner nos convictions et nos valeurs ! [...] Notre personnel, c'est un point fort dans la qualité de nos services. Cela fonctionne parce que nous sommes habités par des valeurs qui s'incarnent dans des actes. Il y a une cohérence globale entre les discours, le fonctionnement, et le management et cela influe positivement sur les salariés qui deviennent eux-mêmes ambassadeurs de l'entreprise et de ses valeurs. » Sandrine BAILLE, Directrice des ressources humaines, Villages Club du Soleil

PRATIQUE DU MÉCÉNAT DE COMPÉTENCES

Question posée : Votre entreprise pratique-t-elle le mécénat de compétences ?
Nombre de répondants : 21

A la question de savoir si les entreprises répondantes pratiquent le mécénat de compétences, elles sont 43% à mettre ce dispositif en place et 5% à privilégier le bénévolat de compétences. Si ces réponses sont si différentes de la question précédemment posée «quelles sont les actions d'engagement citoyen menées par votre entreprise ?» c'est parce que celle-ci a été posée à l'ensemble de notre échantillon et non uniquement aux entreprises mettant en place des actions d'engagement. De plus, la définition du mécénat de compétences était ici donnée : **« Le mécénat de compétences est une des composantes du mécénat au sens global. Il consiste à mettre à disposition des collaborateurs sur leur temps de travail pour réaliser des actions d'intérêt général mobilisant ou non leurs compétences. Ces mises à disposition peuvent être évaluées et donner lieu à un avantage fiscal »**. La présence et le contenu de cette définition a donc fait changer d'avis certains répondants.



Il n'en demeure pas moins que 52% des entreprises répondantes de la Métropole Aix-Marseille-Provence ne proposent pas de missions pro bono à leurs collaborateurs.

La mise en place de mécénat de compétences et la proposition de bénévolat de compétences peuvent être complémentaires. Certains collaborateurs préféreront s'engager sur leur temps libre et d'autres apprécieront avoir la possibilité de le faire sur leur temps de travail : **« Tous les partenariats que nous mettons en place doivent permettre l'implication des salariés d'EDF, que ce soit sous la forme du bénévolat ou du mécénat de compétences. Notre enjeu est de développer les deux aspects pour encourager l'engagement dans toutes ses formes. »** Jean-Paul ROMET, Délégué Emploi et RSE, EDF - Délégation régionale EDF Provence Alpes Côte d'Azur

Selon le Baromètre du mécénat d'entreprise 2018 de l'Admical, le budget des mécènes interrogés est dédié à 84% au mécénat financier, 3% au mécénat en nature et 13% au mécénat de compétences (et 20% des entreprises mécènes proposent à leurs collaborateurs de mettre leurs compétences au service de l'intérêt général, soit +9% depuis 2016). Notre échantillon ne correspond donc pas à la réalité nationale et même si nous sommes à l'échelle d'une Métropole, il semblerait qu'il comporte plus d'entreprises pratiquant du pro bono que ce qu'il y en a. Cela dit, cette étude sur l'engagement des entreprises d'Aix-Marseille-Provence souhaitant faire un focus particulier sur le pro bono, cela nous permet d'obtenir plus de réponses d'entreprises qui connaissent et pratiquent ce dispositif.

DÉBUT DE LA PRATIQUE DU MÉCÉNAT DE COMPÉTENCES DANS L'ENTREPRISE

Question posée : Depuis combien de temps votre organisation pratique-t-elle le mécénat de compétences ?
Nombre de répondants : 9



Le mécénat de compétences est un dispositif qui n'est pas nouveau pour une majorité des entreprises répondantes puisque 56% de celles qui l'ont mis en place le font depuis plus de 10 ans et parmi elles, 80% sont des grandes et très grandes entreprises.

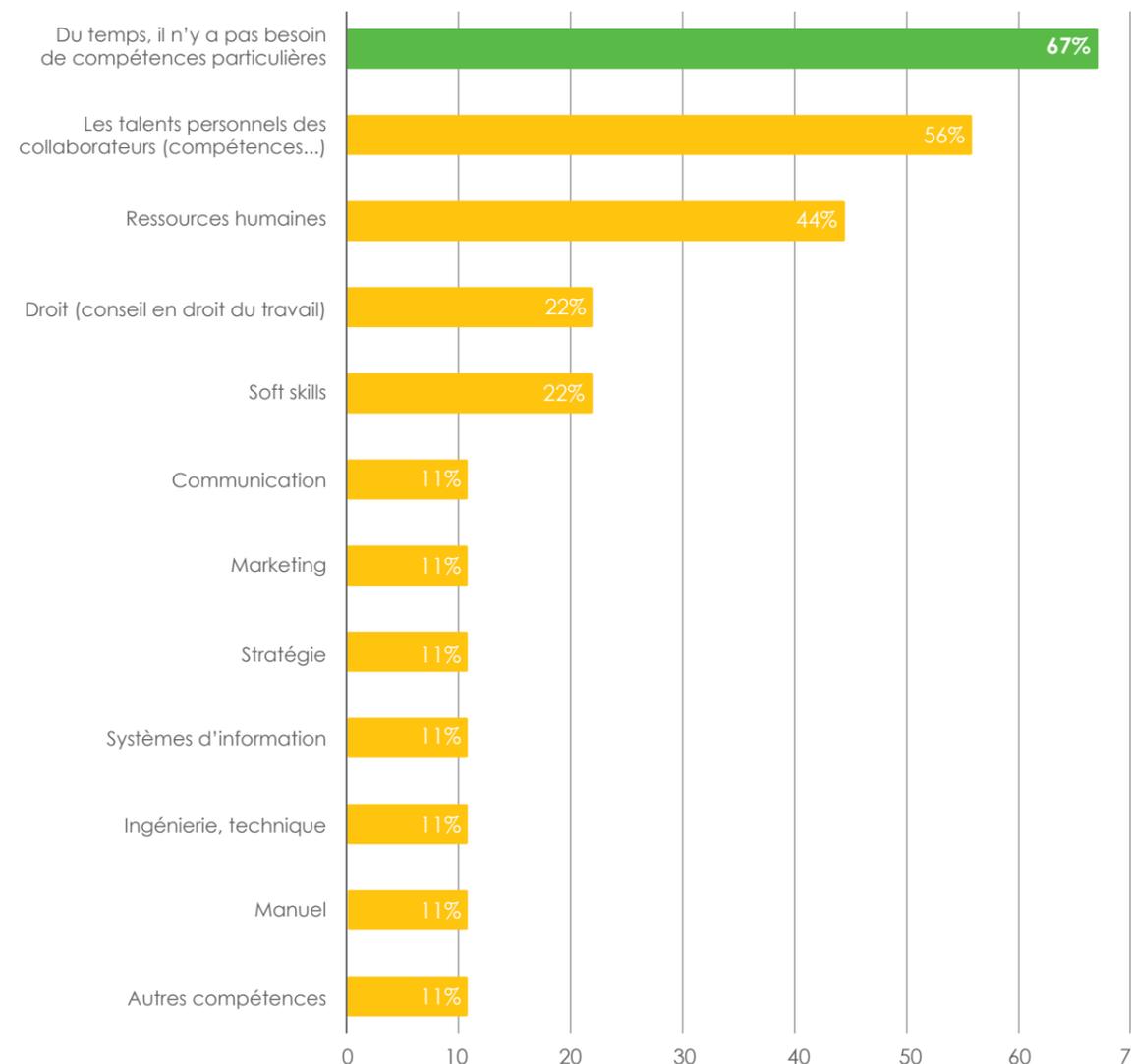
Cet engagement et les valeurs qu'il recouvre sont mêmes tellement ancrés chez certaines qu'il est devenu un critère de recrutement : **« Nous menons des actions depuis longtemps et nous avons formalisé une politique RSE en 2011. La RSE est intégrée chez nous. C'est même devenu un critère de recrutement. Nous sommes attentifs aux candidats qui ont un engagement à titre personnel. »** Silvia BENEDETTI, Attachée de direction et responsable RSE, Provepharm Life Solutions



COMPÉTENCES FRÉQUEMMENT MOBILISÉES LORS DES MISSIONS DE MÉCÉNAT DE COMPÉTENCES

Question posée : Quelles compétences sont fréquemment mises en œuvre lors des missions de mécénat de compétences que vous réalisez (plusieurs réponses possibles) ?
Nombre de répondants : 9

Note : Les entreprises répondantes peuvent avoir déclaré que plusieurs compétences sont mobilisées dans les missions de mécénat de compétences, ce qui explique que le total des pourcentages soit supérieur à 100%.



Le mécénat de compétences dans les entreprises interrogées reste encore souvent synonyme d'activités de terrain qui ne répondent pas à un besoin en compétences précis et ne demandent pas la mobilisation des compétences métiers puisque 67% des entreprises répondantes proposent ce type de mission, mobilisant surtout **le temps** de leurs collaborateurs. 56% affirment également mobiliser les **compétences personnelles** de leurs collaborateurs, ce qui peut s'expliquer si elles accompagnent plus les bénéficiaires d'associations ou de structures de l'ESS plutôt que ces organisations qui auraient besoin davantage d'aide sur leurs fonctions supports.

Parmi les compétences les plus mobilisées par les **entreprises** répondantes, on recense **les ressources humaines** (44%), **le droit** (22%) et **les soft skills** (22%) indispensables pour que les acteurs s'acculturent à l'écosystème de l'un et de l'autre en étant à l'écoute et en faisant preuve d'empathie pour une mission réussie. Du côté des **associations** et structures de l'ESS, les compétences les plus demandées sont la **communication** (53%), les **relations publiques** (42%) et une aide en **stratégie** pour les aider à perfectionner leur plan de développement ou leur modèle économique (29%). Les compétences recherchées sont donc des compétences concernant les fonctions supports, présentes dans une majorité d'entreprises mais qui ne sont donc pas forcément mobilisées.

Le tutorat demande souvent des compétences transversales (soft skills) plus que des compétences techniques (hard skills). Les collaborateurs donnent de leur temps pour soutenir et accompagner une personne sans nécessité de mobiliser leurs compétences métiers : « J'ai parrainé une personne en recherche d'emploi dans le cadre de l'opération « Talents Seniors » de l'Apec. La personne était très compétente, mais il était très difficile pour elle de décrocher des entretiens et ceci depuis plus d'un an. Mon accompagnement consistait à la soutenir moralement et lui faire bénéficier de mon réseau professionnel. Pendant une année, tous les quinze jours, nous étions en contact. » Jean-Paul ROMET, Délégué Emploi et RSE, EDF - Délégation régionale EDF Provence Alpes Côte d'Azur

Bien souvent, là où des associations ont besoin d'un accompagnement sur leurs fonctions supports et donc mobiliser les compétences métiers des collaborateurs, à l'inverse, l'accompagnement de leurs bénéficiaires nécessite surtout un don de temps, un partage de réseau et du bon sens :

« Les collaborateurs sont impliqués dans des actions de parrainages de personnes en recherche d'emploi. Ils animent des simulations d'entretiens d'embauche, mènent des ateliers de rédaction de CV, conseillent les personnes sur leur prise de parole, les sensibilisent aux codes de l'entreprises, etc. On peut aussi être des facilitateurs et créer des connexions entre les besoins de recrutement des entreprises partenaires de Manpower et des personnes en recherche d'emploi qu'on rencontre dans le cadre de mécénat de compétences. » Rémy BRACQ, Directeur de secteur, Manpower

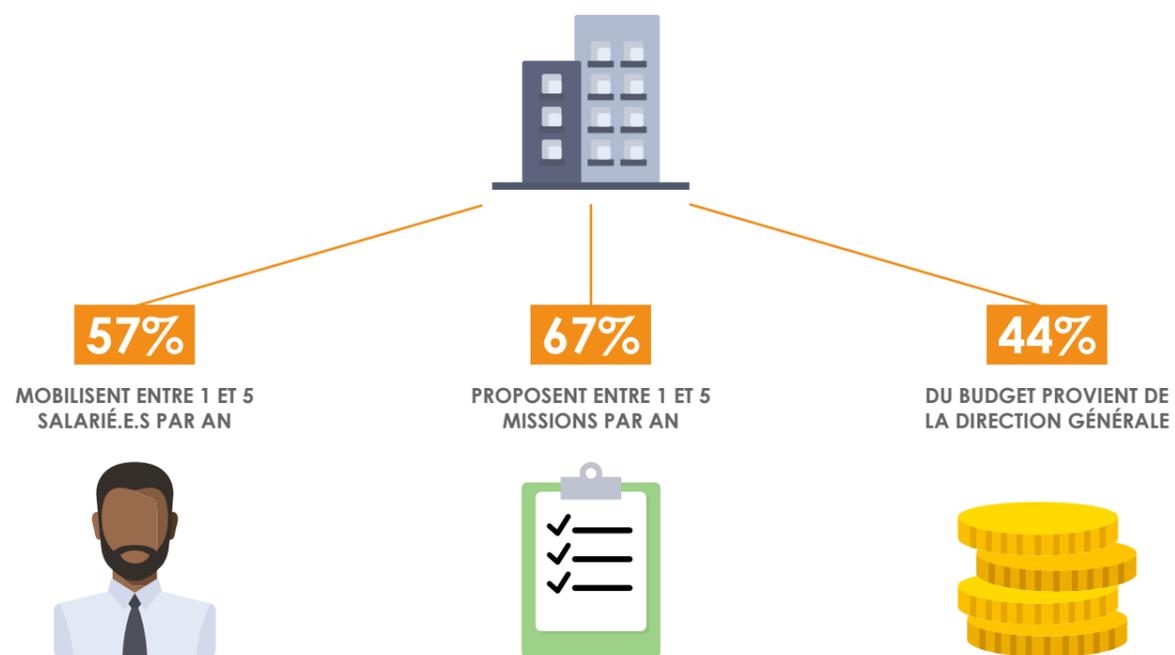
Le partage des compétences métiers et un appui sur les fonctions supports se développent néanmoins dans certaines entreprises : « Dos Carré a prévu de mener une mission Pro Bono au moins une fois par an. Elle l'a fait pour la première fois avec APF France Handicap dans le cadre de son projet de petit bus itinérant. L'agence accompagne les associations dans leur communication, ce qui permet d'échanger et de transmettre les valeurs que nous portons. » Marjolaine DIHL, Co-Fondatrice & Responsable éditoriale, Dos Carré

L'ENGAGEMENT TYPE EN MÉCÉNAT DE COMPÉTENCES DES ENTREPRISES SUR LA MÉTROPOLE AIX MARSEILLE PROVENCE

Questions posées :

- Combien de missions de mécénat de compétences ont été menées par votre entreprise en moyenne chaque année ? Une mission peut mobiliser plusieurs collaborateurs. trices.
- Combien de collaborateurs. trices ont été mobilisées en moyenne chaque année ?
- Quelle est la provenance du budget dédié au mécénat de compétences (plusieurs réponses possibles) ?

Les entreprises répondantes engagées en mécénat de compétences sur la métropole Aix Marseille Provence :

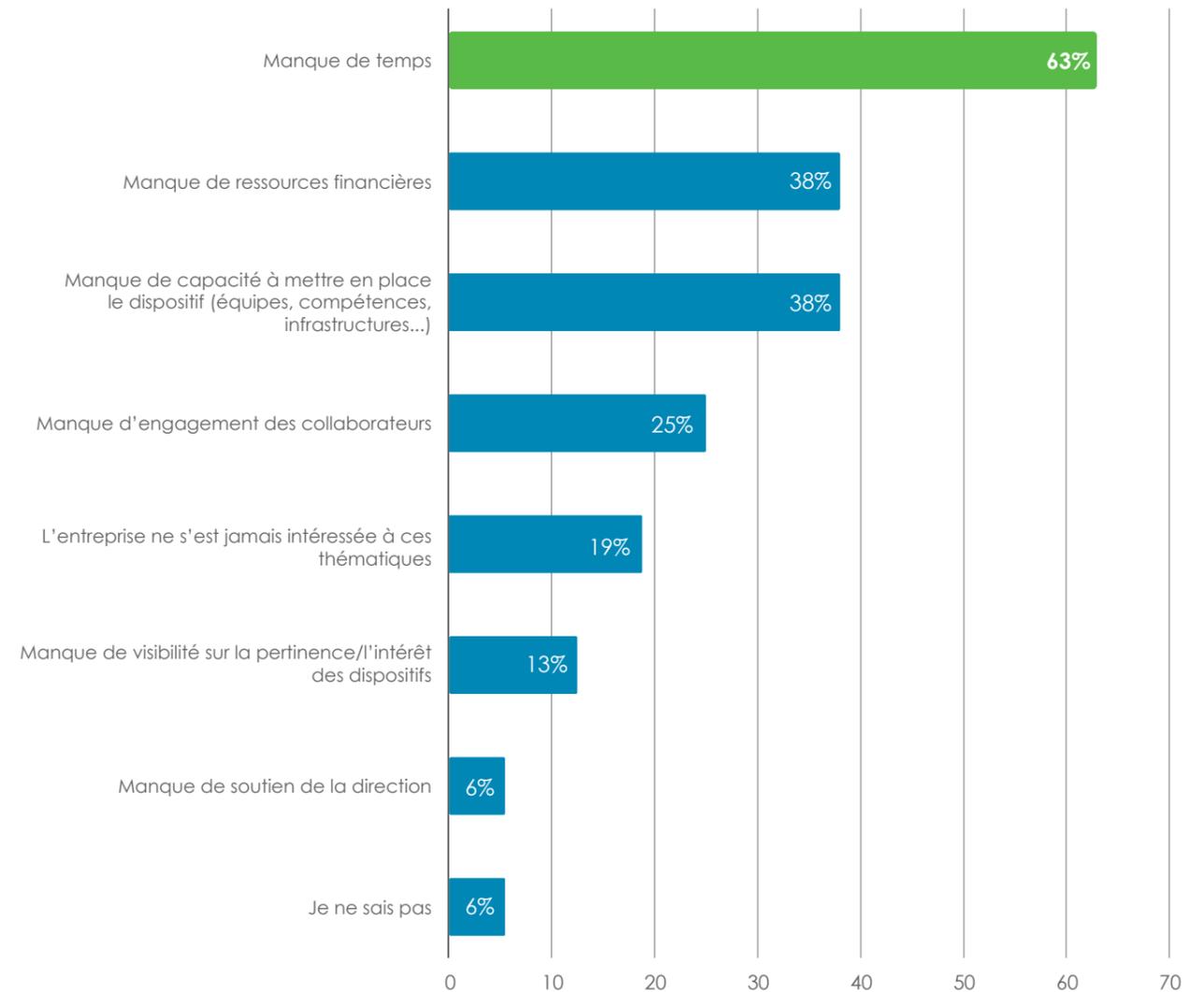


LES FREINS AU MÉCÉNAT DE COMPÉTENCES

Question posée : Quels sont les freins que votre entreprise rencontre dans le déploiement de dispositifs d'engagement solidaire (plusieurs réponses possibles) ?

Nombre de répondants : 16

Note : Les entreprises répondantes peuvent avoir été confrontées à plusieurs freins pour mettre en place le mécénat de compétences, ce qui explique que le total des pourcentages soit supérieur à 100%.



Le frein le plus important identifié par les entreprises qui pratiquent le mécénat de compétences est le **manque de temps**, pour 63% d'entre elles. Par ailleurs, elles sont également 38% à manquer de **ressources financières** et de **ressources humaines** disponibles en interne pour mettre en place ces dispositifs qui représentent un véritable investissement, que ce soit au niveau des équipes, des compétences, des infrastructures, etc.

Ce manque de ressources est d'autant plus probant pour de jeunes entreprises en développement : « On est une toute jeune agence de communication solidaire créée en 2018. Aujourd'hui, la situation financière et la taille de l'entreprise ne permettent pas de s'engager autant que l'agence le voudrait. Le projet d'entreprise est en consolidation mais ce ne sont pas les idées qui manquent. Des partenariats sont en cours d'élaboration avec LILO et la CRESS notamment. » Marjolaine DIHL, Co-Fondatrice & Responsable éditoriale, Dos Carré

Le juste équilibre n'est pas toujours facile à trouver, pour avoir le temps nécessaire afin de mener des actions d'engagement, il faut s'adapter à la charge de travail des équipes : « La gestion du temps et des priorités. Parfois, quand la charge de travail est très forte il est difficile de donner du temps mais on n'a jamais cessé de mener ces actions. » Sandrine BAILLE, Directrice des ressources humaines, Villages Club du Soleil



Les entreprises de la Métropole d'Aix-Marseille-Provence répondantes à ce questionnaire sont particulièrement engagées, puisque 70% d'entre elles mènent des actions d'engagement citoyen et / ou de soutien aux associations et à la vie locale. Ce chiffre est d'autant plus intéressant que cet échantillon est composé à 76% de TPE-PME qui n'ont pas autant de ressources que les grandes et très grandes entreprises pour mettre en place ce type d'actions. D'ailleurs, parmi les 48% des entreprises qui mettent en place des actions pro bono (bénévolat et mécénat de compétences), les freins les plus importants sont le manque de temps, le manque de ressources financières et le manque de ressources humaines. La mise en place de ces dispositifs est un réel investissement que **ces entreprises sont prêtes à faire pour incarner leurs valeurs, participer à la dynamique du territoire et maximiser leur impact social.**

Parmi les dispositifs les plus connus, le tutorat qui est une forme de mécénat de compétences arrive en tête suivi par de nombreuses actions terrains. Néanmoins, le bénévolat de compétences et le mécénat de compétences n'ont pas à rougir, connus respectivement par 61 et 52% des répondants. **Mais bien que les associations et structures de l'économie sociale et solidaire aient besoin de compétences sur leurs fonctions supports, la majorité des entreprises** répondantes menant des actions pro bono ne partagent pas en priorité ce type de compétences. La plupart **donnent principalement de leur temps sans s'appuyer sur les compétences métiers** dont elles disposent. Cela est dû à la forte pratique du tutorat et de **l'accompagnement pro bono auprès des bénéficiaires des structures** à finalité sociale plus qu'auprès d'elles, préférant avoir un impact direct auprès de la cible identifiée plutôt qu'un impact indirect en accompagnant la structure porteuse du projet.

Pourtant, les structures à finalité sociale ont exprimé un véritable besoin en compétences sur leurs fonctions supports pour maximiser leur impact social auprès de leurs bénéficiaires. Parallèlement, on observe une forte envie d'engagement de la part des entreprises de la métropole Aix-Marseille-Provence qui pour la plupart s'engagent depuis longtemps (56% pratiquent le mécénat de compétences depuis plus de 10 ans). De plus, les nouvelles perspectives d'engagement des entreprises ou leur intensification pour celles qui mènent déjà des actions, sont plutôt positives (partie 3 : prospective). **Il s'agit maintenant d'aligner les besoins des structures à finalité sociale avec l'offre d'engagement des entreprises pour créer de véritables synergies territoriales.** Pour cela, il sera nécessaire d'analyser et d'anticiper l'évolution des besoins des acteurs de notre territoire, ainsi que d'évaluer leurs attentes face à la mise en place de dispositifs d'engagement citoyen et notamment du pro bono.

LES BESOINS EN COMPÉTENCES DES STRUCTURES À FINALITÉ SOCIALE

Question posée : Quels seraient les besoins en compétence de votre organisation ?
Nombre de répondants : 62

Plus de la moitié des structures à finalité sociale, soit 53%, ont des besoins en termes de communication, puis vient les besoins en relations publiques pour 42% et enfin des besoins en stratégie pour 29%. Les structures à finalité sociale ont donc des besoins en compétences, notamment sur leurs fonctions supports plus qu'une aide manuelle (pour 6% des structures répondantes).

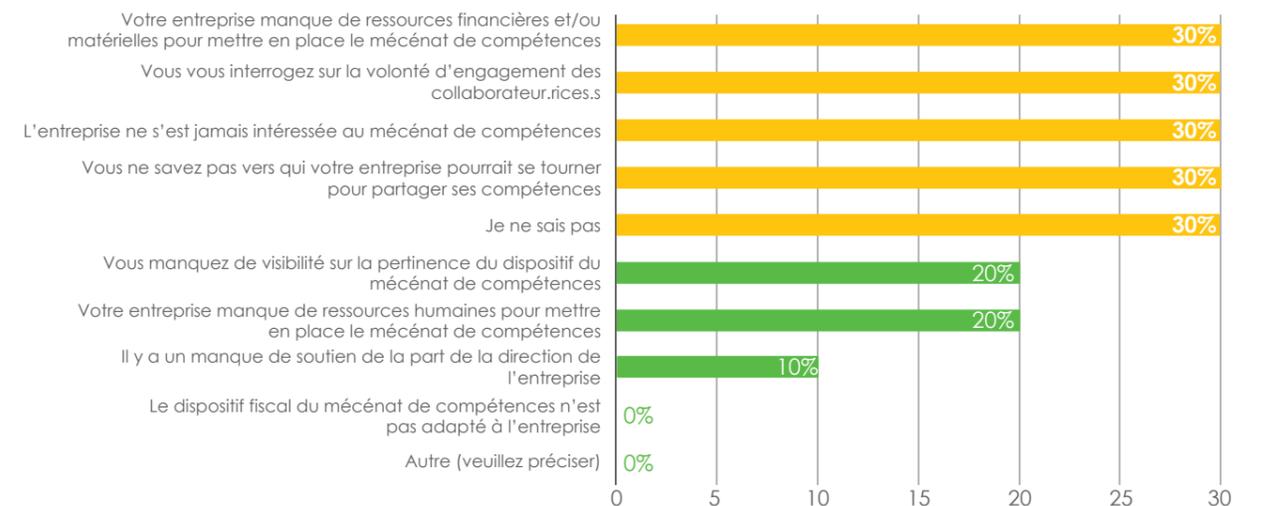


Le mécénat de compétences est un apport complémentaire au mécénat financier et/ou en nature pour accompagner et soutenir le développement d'organisations à impact social, qui sont majoritairement de petites et moyennes structures, en manque de ressources financières et humaines. Dans la partie entreprise, nous avons observé que la plupart d'entre elles réalisaient du tutorat et accompagnaient les bénéficiaires de structures à finalité sociale ce qui nécessite du temps et mobilise les compétences personnelles des collaborateurs plus que leurs compétences métiers. Les compétences en lien avec les fonctions supports n'étaient que très peu utilisées sauf pour les ressources humaines (pour 44% des entreprises) même si on observe que ce n'est pas le besoin le plus demandé par les structures à finalité sociale (16%).

Il y a donc une véritable envie d'engagement de la part des entreprises qu'il faut ajuster vis-à-vis des besoins des structures à finalité sociale, et plus spécifiquement des associations. Le tutorat est très plébiscité sur la métropole Aix-Marseille-Provence, ainsi que le pro bono auprès des bénéficiaires directs de structures à finalité sociale mais il y a encore une forte marge de progression pour accompagner ces dernières et ainsi renforcer indirectement leur impact sur leurs bénéficiaires.

FREINS À LEVER CÔTÉ ENTREPRISES POUR DÉVELOPPER LE MÉCÉNAT DE COMPÉTENCES ET LE PRO BONO

Question posée : Pourquoi votre entreprise n'a pas mis en place de mécénat de compétences ?
Nombre de répondants : 10



Les freins les plus importants pour les entreprises n'ayant pas encore mis en place de dispositif de mécénat de compétences sont en priorité le **manque de ressources financières et/ou matérielles (30%)**, le **questionnement sur la volonté d'engagement des collaborateurs (30%)**, le **manque d'intérêt pour le mécénat de compétences (30%)** ainsi que la **méconnaissance des structures** vers lesquelles se tourner pour partager ses compétences (30%). Le mécénat de compétences est donc perçu comme un dispositif qui demande des ressources et qui peut paraître opaque.

Au-delà de l'investissement humain et financier que demande la mise en place de mécénat de compétences, les entreprises s'interrogent aussi sur la volonté de leurs collaborateurs de s'investir dans ce type d'actions et sur l'intérêt de les mettre en place. Il y a également une demande d'accompagnement de leur part pour savoir auprès de quelles structures elles pourraient partager leurs compétences. **Les intermédiaires du pro bono ont donc un rôle à jouer pour le démocratiser et montrer l'impact qu'il peut avoir pour ses parties prenantes** (l'entreprise, ses collaborateurs et les structures ou individus bénéficiaires).

ÉTUDE TERRITORIALE AIX MARSEILLE PROVENCE 2020

Prospective : le développement de l'engagement et du pro bono dans la métropole Aix Marseille Provence

Cette troisième partie vise à anticiper l'évolution probable des pratiques d'engagement citoyen et de pro bono dans la métropole Aix-Marseille-Provence, quant à leur développement ou non dans les prochaines années.

LE DÉVELOPPEMENT DE L'ENGAGEMENT ET DU PRO BONO DANS LA MÉTROPOLE AIX MARSEILLE PROVENCE

Question posée : D'après vous, quels freins faut-il lever pour développer le pro bono ?

Nombre de répondants : 9

Quand on interroge de façon qualitative les entreprises sur les freins à lever pour développer le pro bono, les réponses se recoupent avec les freins identifiés pour mettre en place le mécénat de compétences. Le manque de temps est spécifié par plus de la moitié des répondants. Le manque de ressources à la fois financière et humaines est aussi mis en avant et notamment le « **manque de relais en interne pour porter et suivre ces engagements** ».

L'accès à l'information reste également un problème pour le développement du pro bono : « **Il manque une valorisation/reconnaissance de ce type d'engagement à l'échelle des entreprises ou des collaborateurs. Il faudrait créer un label du type 'entreprise engagée du territoire** ». Les entreprises réclament également des dispositifs permettant d'appréhender ces questions et de savoir vers qui se tourner : « **Absence de dispositif, plateforme de mise en relation pour les entreprises (PME) qui ne savent pas comment prendre le sujet** ». Enfin, les répondants ont également confié ne pas savoir comment informer leurs salariés sur ces dispositifs d'engagement.

Rappelons que le pro bono est encore méconnu : seulement 26% des répondants déclarent connaître ce type d'engagement, bien que ce qu'il recoupe est plus connu (61% connaissent le bénévolat de compétences et 52% le mécénat de compétences).

Du fait de l'opacité de l'impact des dispositifs d'engagement, certains managers sont réticents à l'idée de pousser leurs équipes à s'engager sur leur temps de travail. Néanmoins, une fois le voile levé sur ce que peuvent apporter ces actions, autant auprès des bénéficiaires que des collaborateurs, il devient plus facile de les embarquer afin de démocratiser ces pratiques :

« **La difficulté est parfois la réticence de certains managers qui sont un peu moins ouverts à le faire sur le temps de travail. Mais des vrais freins, je n'en vois pas vraiment. Dernièrement, j'ai eu l'occasion avec mon équipe de présenter la politique d'engagement dans une instance qui réunit tous les directeurs et managers régionaux. Après les témoignages de sept salariés qui se sont impliqués pour des causes et dans des formats différents, tous les managers présents étaient impressionnés et semblaient convaincus. Dès que l'on fait preuve de pédagogie, que l'on explique comment ça fonctionne et que l'on montre la plus-value de ces engagements, cela fait bouger les lignes.** » Jean-Paul ROMET, Délégué Emploi et RSE, EDF - Délégation régionale EDF Provence Alpes Côte d'Azur

Les apports de telles actions pour les entreprises ne sont pas toujours perceptibles surtout lors de l'instauration de ces pratiques d'engagement qui demandent un certain investissement. Mettre en place des formats d'engagement ne se fait pas en un jour, il faut tester ce qui fonctionne en lien avec les valeurs portées par l'entreprise ou encore la disponibilité de ses collaborateurs et pour cela rien de mieux que de commencer petit :

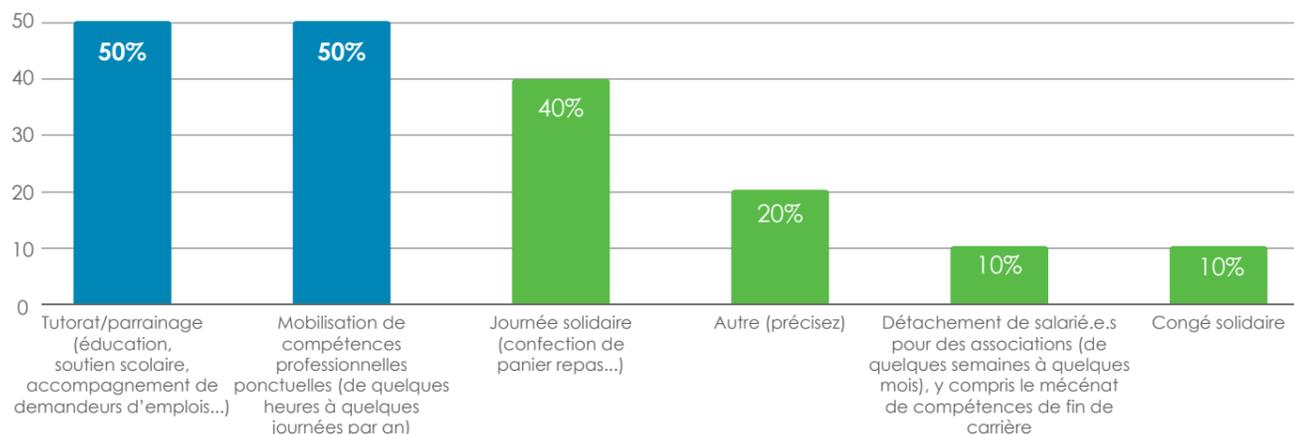
« **Le mécénat de compétences est une démarche qui permet de renforcer l'attachement à son entreprise, de fidéliser ses collaborateurs et d'améliorer la qualité de vie au travail. Autant de sujets qui donnent du sens au travail et en améliore la productivité. On voit souvent les freins et pas les bénéfices. On peut commencer par des petites expérimentations. La technique des petits pas. Modeste mais efficace.** » Silvia BENEDETTI, Attachée de direction et responsable RSE, Provepharm Life Solutions

FORMATS D'ENGAGEMENT ENVISAGÉS PAR LES ENTREPRISES

Question posée : Quel(s) format(s) votre entreprise serait-elle susceptible de mettre en place (plusieurs réponses possibles) ?

Nombre de répondants : 10

Note : Les entreprises répondantes peuvent envisager plusieurs formats d'engagement, ce qui explique que le total des pourcentages soit supérieur à 100%.



LE DÉVELOPPEMENT DE L'ENGAGEMENT ET DU PRO BONO DANS LA MÉTROPOLE AIX MARSEILLE PROVENCE

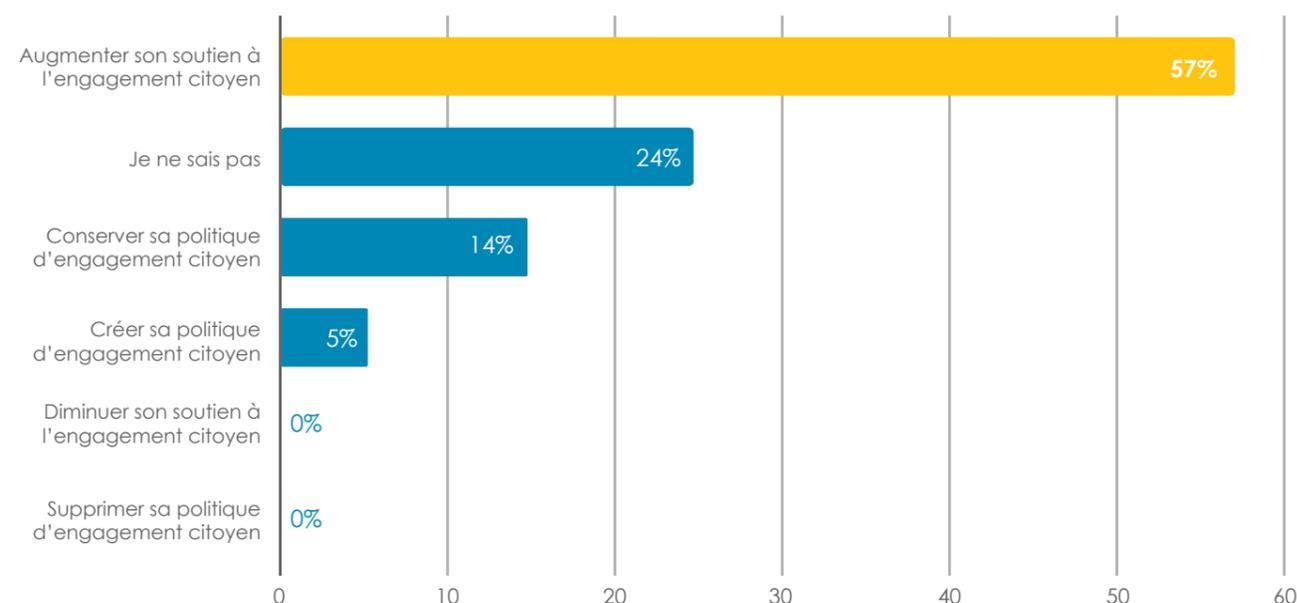
Le tutorat / parrainage reste le format d'engagement privilégié (à 50%) que les entreprises souhaiteraient mettre en place, ce qui recoupe le fait que ce soit aussi le plus connu par les entreprises. **La mobilisation de compétences professionnelles ponctuelles** est envisagée également par la moitié des répondants (50%), montrant que les entreprises ont conscience que c'est une des ressources qu'elles possèdent et peuvent mettre à disposition des structures à finalité sociale.

Le tutorat est donc ancré comme le format phare, le plus connu, pratiqué et souhaitant être pratiqué par les entreprises de la métropole Aix-Marseille-Provence. Cependant, elles sont également prêtes à mettre les compétences professionnelles de leurs salariés à disposition des structures à finalité social, ce qui permettrait de répondre aux 82% qui ont au moins un besoin en compétences et de développer le pro bono s'appuyant sur des compétences plus techniques, notamment en termes de fonctions supports, les plus demandées.

PERSPECTIVES D'ENGAGEMENT DES ENTREPRISES DANS LES ANNÉES À VENIR

Question posée : Selon vous, dans les trois années à venir, quel va être le positionnement de votre entreprise par rapport à l'engagement citoyen ?

Nombre de répondants : 21



57% des entreprises souhaitent augmenter leur soutien à l'engagement citoyen dans les années à venir, et 14% souhaitent conserver leur positionnement. Pour celles qui n'ont pas encore de politique d'engagement, pour 5% c'est un objectif que de la créer dans les années à venir. Il est surtout important de noter qu'aucune entreprise ne souhaite diminuer son soutien à l'engagement citoyen ou supprimer sa politique d'engagement citoyen.

L'ancrage territorial est important pour les entreprises et c'est d'ailleurs l'une des principales raisons pour laquelle elles s'engagent ou souhaitent s'engager (75%) :

« **Aujourd'hui c'est primordial de coopérer avec des associations. L'entreprise est centrée sur son business. C'est grâce aux associations que nous apprenons à mieux connaître et comprendre les besoins du territoire car elles sont sur le terrain, au contact des personnes. Les associations nous aident à comprendre les besoins du territoire et du coup à structurer une politique RSE pertinente.** » Silvia BENEDETTI, Attachée de direction et responsable RSE, Provepharm Life Solutions

Créer des dynamiques territoriales entre entreprises et associations devient nécessaire pour répondre aux enjeux que rencontre notre société. D'ailleurs, plusieurs initiatives ont été lancées par les pouvoirs publics afin que des synergies entre entreprises et structures de l'ESS se développent. C'est le cas de la mission interministérielle lancée par Gabriel Attal, Secrétaire d'Etat auprès du Ministre de l'Education Nationale et de la Jeunesse « Leviers d'accélération des alliances stratégiques entre associations et entreprises » avec la Députée Cathy Racon-Bouzon des Bouches du Rhône et Le RAMEAU, à laquelle Pro Bono Lab a été associé. Il y a un besoin d'une meilleure cohésion entre les acteurs privés, publics et le monde associatif qui sont complémentaires :

« **Coopérer avec des associations c'est une belle complémentarité ! Elles sont plus proches des publics que nous. Les entreprises ont tout intérêt à se rapprocher des associations pour avoir une meilleure connaissance du territoire, des problématiques sociales et des publics.** » Rémy BRACQ, Directeur de secteur, Manpower



Les entreprises de la métropole Aix-Marseille-Provence sont engagées et souhaitent maintenir (14%) voire augmenter leur politique d'engagement dans les années à venir (57%). Les freins identifiés par les entreprises qui ne se sont pas encore lancées sont le manque de temps, le manque de visibilité sur l'envie d'engagement des collaborateurs ou sur l'apport pour l'entreprise ainsi qu'un besoin d'être aiguillé vers des structures, des causes qui en ont besoin. **Les intermédiaires ont donc un rôle à jouer pour démocratiser le pro bono et montrer l'impact qu'il peut avoir auprès de ses parties prenantes** : entreprises, collaborateurs et structures/individus bénéficiaires. **Les collectivités territoriales sont également sollicitées dans la mise en place de ces initiatives**, avec une demande de la part des structures à finalité sociale de financements, de lieux/platformes de rencontre, de guichet unique, de détachement d'agents ou encore une capacité d'organisation et d'animation des acteurs.

Il reste une forte marge de manœuvre pour le pro bono et les acteurs qui l'initient afin qu'il se développe sur le territoire. **Les structures de l'économie sociale et solidaire, et principalement les associations, sont nombreuses à avoir des besoins** (82% ont au moins un besoin) et notamment des besoins **en lien avec leurs fonctions supports**. Le tutorat est plébiscité par une majorité d'entreprises, même pour celles qui ne se sont pas encore lancées, ce qui permet un accompagnement des bénéficiaires de ces structures sociales. Néanmoins, les entreprises qui souhaitent mettre en place des dispositifs pro bono mobilisant les compétences professionnelles de leurs collaborateurs sont toutes aussi nombreuses, ce qui permettrait d'ajuster la demande des associations avec l'offre d'engagement que proposent les entreprises.

L'ancrage territorial étant un enjeu autant pour les entreprises que pour les associations, il est nécessaire que ces deux écosystèmes s'acculturent l'un à l'autre pour apprendre à mieux fonctionner ensemble et mettre pleinement en avant leur complémentarité. De nombreuses initiatives émergent en ce sens afin de **créer des dynamiques entre tous les acteurs qui font le territoire et le pro bono est un outil permettant cette rencontre**, ce partage d'expériences et de compétences pour maximiser l'impact social de ces acteurs.

ÉTUDE TERRITORIALE AIX MARSEILLE PROVENCE 2020

Annexes - Etudes de cas

Dans le cadre de l'étude, des entretiens ont été réalisés avec des entreprises engagées. Leurs retours d'expérience sont riches d'enseignements pour Pro Bono Lab et pour tous les acteurs qui se sont donnés pour mission de promouvoir le pro bono (bénévolat / mécénat de compétences).

MARJOLAINE
DIHL

Co-Fondatrice &
Responsable éditoriale
Dos Carré


POLITIQUE D'ENGAGEMENT DE L'ORGANISATION

Dos Carré s'engage à deux niveaux :

- En interne, l'agence a une démarche solidaire et responsable par un partage équitable du pouvoir et des richesses et par une démarche d'éco-conception (en cours de développement).
- En externe, Dos Carré travaille avec des clients qui partagent ses valeurs. Elle réalise des actions solidaires ou responsables. L'agence travaille notamment avec la Mutualité française et les Marais du Vigueirat.

ACTIONS MENÉES PAR L'ENTREPRISE EN FAVEUR DE (OU AVEC) DES STRUCTURES À FINALITÉ SOCIALE DE VOTRE TERRITOIRE

Dos Carré a prévu de **mener une mission Pro Bono au moins une fois par an**. Elle l'a fait pour la première fois avec APF France Handicap dans le cadre de son projet de petit bus itinérant. **L'agence accompagne les associations dans leur communication**, ce qui permet d'échanger et de transmettre les valeurs portées par Dos Carré. D'autres actions sont en cours d'élaboration.

MOTIVATIONS ET AVANTAGES À FAIRE DU MÉCÉNAT DE COMPÉTENCES

L'engagement est au cœur même du projet de l'entreprise. Cela fait sens même si les réalités économiques limitent l'action. D'ailleurs, Dos Carré a établi une charte éthique afin de cadrer son engagement. Pour défendre les valeurs de « respect de l'Humain », tous les deux mois une professionnelle nous accompagne lors de réunions dites de « régulation » afin de donner les clés de l'écoute aux collaborateurs et de formaliser nos pratiques. Cela dépasse le cadre de la production classique.

FREINS RENCONTRÉS DANS LA MISE EN ŒUVRE DU PRO BONO

La situation financière et la taille de l'entreprise ne permettent pas de s'engager autant que l'agence le voudrait. Le projet d'entreprise est en consolidation mais ce ne sont pas les idées qui manquent. Des partenariats

sont en cours d'élaboration avec LILO et la CRESS notamment.

PERCEPTION DU TERRITOIRE DE LA MÉTROPOLE AIX MARSEILLE PROVENCE

Le territoire est multiple. L'agence est située dans le pays d'Aix, ce qui permet d'être proche de Marseille et des sièges sociaux d'entreprise. La proximité géographique permet un lien direct avec les acteurs clés du territoire. Cependant, le territoire est assez paupérisé et dans le secteur de l'ESS les réalités économiques ne sont pas toujours évidentes.

La démarche environnementale devrait être une thématique phare. Il est nécessaire que les politiques publiques prennent conscience de l'importance du sujet.

PERCEPTION DES COLLABORATIONS ENTREPRISES/ STRUCTURES ESS

Ce sont deux mondes qui s'observent mais ne se comprennent pas tout à fait.

La démarche des entreprises de l'ESS est très différente de celle des entreprises dites classiques. Les objectifs visés ne sont pas les mêmes, mais les valeurs peuvent parfois être communes. Cela dit, **il y a encore trop peu d'interaction et de représentation du secteur de l'ESS.** Par exemple lors d'une soirée dédiée à la RSE à laquelle beaucoup de grosses entreprises étaient conviées, il n'y avait qu'un représentant de l'ESS : le vice-président de la CRESS. **Les entreprises de l'ESS ne sont pas assez conviées au moment clés de la RSE.**

La recherche de sens pour les collaborateurs en entreprise n'est pas un sujet nouveau. **L'engagement est toujours bénéfique que ce soit à titre personnel ou pour l'entreprise.** Il faut se lancer et tester. Il n'est pas possible d'aller sur tous les sujets et à tous les niveaux mais l'on peut avoir une démarche globale. Il existe des entreprises qui ne revendiquent pas leur pratique RSE et qui sont pourtant engagées sur le plan humain et environnemental

JEAN-PAUL ROMET

Délégué Emploi et RSE
EDF – Délégation régionale EDF
Provence Alpes Côte d'Azur



POLITIQUE D'ENGAGEMENT DE L'ORGANISATION

Nous menons une politique d'engagement en encourageant fortement les salariés à s'impliquer dans des actions solidaires aussi bien en bénévolat [sur le temps personnel] qu'en mécénat de compétences [sur le temps de travail]. Depuis fin 2019, la Délégation régionale EDF PACA pilote avec la Délégation régionale EDF AURA une expérimentation qui sera bientôt développée à l'échelle du Groupe et du territoire national. Il s'agit d'une plateforme interne, « Human Pacte », dédiée à l'engagement des collaborateurs. Nous déployons cette politique car nous sommes intimement convaincus que cela contribue non seulement à l'épanouissement des salariés mais aussi à la performance de l'entreprise.

ACTIONS MENÉES PAR L'ENTREPRISE EN FAVEUR DE (OU AVEC) DES STRUCTURES À FINALITÉ SOCIALE

Nous nouons des partenariats, à l'échelle nationale via la Fondation groupe EDF, ou directement en local, autour de quatre axes prioritaires : éducation, insertion professionnelle, inclusion- solidarité et environnement-biodiversité. Pour l'instant la majorité de nos partenariats concernent des associations de la Métropole Aix-Marseille-Provence car c'est là que nous avons la majorité de nos salariés mais notre ambition est de coopérer avec des associations de toute la Région. Une enquête interne a montré que **43 % des salariés d'EDF sont investis dans une association, que ce soit dans le cadre de l'entreprise ou dans leur sphère personnelle**. C'est assez remarquable car la moyenne nationale est de 25 %. Notre plateforme d'engagement « Human Pacte » a pour but d'identifier et de valoriser ces salariés. C'est également un moyen d'engager de nouvelles personnes qui ne le faisaient pas par manque d'informations ou de temps et d'orienter les bonnes volontés vers des initiatives sociales et solidaires.

ACTIONS D'ENGAGEMENT CITOYEN MENÉES AVEC LES COLLABORATEURS

Tous les partenariats que nous mettons en place doivent permettre l'implication des salariés d'EDF, que ce soit sous la forme du bénévolat ou du mécénat de compétences. Notre enjeu est de développer les deux aspects à la fois pour encourager l'engagement dans toutes ses formes. Dans l'axe insertion professionnelle nous coopérons avec des associations qui recherchent des parrains pour accompagner leurs bénéficiaires. Nous avons une trentaine de salariés impliqués auprès des adhérents du PLIE. Nous sommes partenaire de deux opérations portées par l'Apec, « Sésame Jeunes Talents » et « Talents Seniors ». Je suis moi-même à mon quatrième parrainage et nous sommes en train de travailler à de actions en

partenariats avec les missions locales, Pôle Emploi (Un Parrain, Un Emploi).

Sur l'axe éducation, la Fondation EDF porte un partenariat national avec l'Institut Télémaque. Trois salariés parrainent des jeunes localement. Notre objectif est d'engager cinq parrains ou marraines supplémentaires. Nous avons beaucoup de salariés qui interviennent dans des collèges et des lycées pour présenter les métiers d'EDF et participer à des jurys scientifiques. Certains parrainent des mini-entreprises dans le cadre d'Entreprendre pour Apprendre. Il s'agit d'une initiative phare qui a un impact fort sur les jeunes que nous avons pu voir fortement évoluer après une année de projet. Par ailleurs, nous accueillons de nombreux stagiaires de 3e issus de quartiers prioritaires. C'est également une action sur laquelle nous avons des objectifs ambitieux.

Dans l'axe inclusion/solidarité, nous réalisons des missions de partages de compétences avec Pro Bono Lab pour aider le renforcement et le développement de structures à finalité sociale. Dans le même esprit, mais à l'attention des start-ups, nous avons créé, avec mes homologues d'autres grandes entreprises du territoire (Airbus, ST, etc.) dans le cadre de l'association Espace Mapp, le projet Talents et Territoires qui permet aux salariés de nos entreprises d'aider à résoudre, sur des formats courts, des problématiques de start-ups. Nous sommes en train de nouer un partenariat avec Emmaüs Connect pour que nos salariés puissent contribuer à sensibiliser les personnes en situation de grande exclusion à l'usage aux outils numériques. Cette initiative s'associe à une action de collecte, de recyclage et de dons de téléphones portables. Suite au soutien financier de la Fondation EDF à l'Institut Paoli-Calmettes, nous avons décidé localement d'en faire une action de santé pour nos salariés avec des collaboratrices qui se sont engagées comme ambassadrices pour mener des actions de prévention et de sensibilisation pour le dépistage du cancer du sein. Elles font des interventions auprès des salariés et nos médecins et nos assistantes sociales coopèrent avec les spécialistes du centre anti-cancer.

Enfin nous avons un axe environnement/biodiversité au sein duquel nous souhaitons développer de nouvelles coopérations avec des associations spécialisées dans ce champ d'action. Nous avons par exemple d'ores et déjà des salariés qui participent à l'Odyssée Massalia, une course en eau libre qui associe des gestes éco-responsables comme la collecte de déchets. La tenue dans notre région du congrès mondial UICN va être une belle opportunité pour imaginer des actions impliquant nos salariés

MOTIVATIONS ET AVANTAGES À FAIRE DU MÉCÉNAT DE COMPÉTENCES

La fierté d'appartenance que cela crée ! Le sentiment d'utilité et de sens. Même lorsque, parfois, on traverse des phases compliquées qu'on connaît tous dans nos organisations, cela permet de renforcer l'adhésion des salariés. Ils sont reconnaissants envers leur entreprise de leur permettre de s'engager. Je suis intimement convaincu que cela influe de façon positive sur leur performance, leur bien-être et leur équilibre. D'ailleurs, lorsque l'on fait une mission pro bono, au début, les gens sont toujours inquiets de ce qu'ils vont pouvoir apporter à l'association. A la fin de la mission, ils sont unanimement ravis et impatients de renouveler l'expérience. Nous avons des salariés tellement motivés qu'ils sont prêts à s'engager sur leur temps personnel. Et, pour l'employeur, c'est une façon de voir les salariés dans un autre contexte. On découvre des talents et des compétences humaines ! J'ai, moi-même, parrainé une personne en recherche d'emploi dans le cadre de l'opération « Talents Seniors » de l'Apec. Je n'avais jamais passé autant de temps en accompagnement. La personne était très compétente, mais il était très difficile pour elle à décrocher des entretiens et ceci depuis plus d'un an. Mon accompagnement consistait à la soutenir moralement et lui faire bénéficier de mon réseau professionnel. Pendant une année, tous les quinze jours, nous étions en contact. La personne réussissait à obtenir des entretiens mais les réponses négatives se succédaient. C'était très dur. Quand elle m'a finalement appelé pour me dire qu'elle était prise, j'étais presque aussi content qu'elle. Je suis très heureux d'avoir pu contribuer, à mon niveau, à la réussite et à la réinsertion de cette personne. Ce sentiment de satisfaction, tous les salariés qui ont participé à une action solidaire, en font l'expérience ! Nous faisons régulièrement témoigner des salariés engagés. Leur parole est toujours très forte. On peut les sentir vibrer. Cela donne indéniablement envie aux autres d'en faire l'expérience ! La pertinence est évidente pour l'entreprise en termes de performance. En contribuant à l'équilibre des salariés, ces derniers sont encore plus épanouis professionnellement.

FREINS RENCONTRÉS DANS LA MISE EN ŒUVRE DU PRO BONO

Je ne le ressens pas comme ça car nous arrivons à faire bouger les choses par étapes. La difficulté est parfois la réticence de certains managers qui sont un peu moins ouverts à le faire sur le temps de travail. Mais des vrais freins, je n'en vois pas vraiment. Dernièrement, j'ai eu l'occasion avec mon équipe de présenter la politique

d'engagement dans une instance qui réunit tous les directeurs et managers régionaux. Après les témoignages de sept salariés qui se sont impliqués pour des causes et dans des formats différents, tous les managers présents étaient impressionnés et semblaient convaincus. Dès que l'on fait preuve de pédagogie, que l'on explique comment ça fonctionne et que l'on montre la plus-value de ces engagements, cela fait bouger les lignes.

PERCEPTION DU TERRITOIRE DE LA MÉTROPOLE AIX MARSEILLE PROVENCE

L'emploi est un enjeu majeur du territoire ! C'était d'ailleurs le thème de la dernière Probono Factory. En lien avec cette problématique, il faudrait aussi travailler sur la mobilité qui constitue souvent une difficulté importante pour les personnes en recherche d'emploi. Après nous sommes dans une très belle région avec de beaux ouvrages et une nature magnifique. Nous allons intégrer prochainement le Congrès mondial de la nature de l'UICN. La protection de l'environnement et la biodiversité, sont aussi des enjeux clés pour Marseille. Nous avons encore beaucoup de choses à faire évoluer en termes de comportement. Par ailleurs, il y a déjà beaucoup d'initiatives sur l'ensemble du territoire qu'il faut aider à se développer !

PERCEPTION DES COLLABORATION ENTREPRISES/ STRUCTURES ESS

Nous travaillons avec de nombreuses structures de l'économie sociale et solidaire et le fait que nos salariés s'y engagent ne fait qu'approfondir nos liens avec elles. Notre plateforme « Human Pacte » va permettre d'approfondir ces collaborations. On ne cesse, par ailleurs, d'apprendre à mieux se connaître. Les missions avec Pro bono Lab par exemple permettent de mieux comprendre le fonctionnement et les enjeux des associations.

Je pense que beaucoup d'entreprises ont déjà des partenariats avec des structures de l'ESS ! Pour celles qui hésiteraient, vous pouvez commencer par le bénévolat [implication des salariés sur leur temps personnel]. C'est une façon d'appréhender l'intérêt que cela a pour les salariés et pour l'entreprise. C'est un moyen d'aller progressivement vers le mécénat de compétences.

Je fais partie des personnes convaincues qu'en encourageant les salariés à s'engager à titre privé ou dans le cadre du travail, c'est leur permettre de contribuer à une cause externe, valorisante et qu'au final c'est aussi profitable pour l'entreprise.

SANDRINE BAILLE

Directrice des ressources humaines
Villages Clubs du Soleil



POLITIQUE D'ENGAGEMENT DE L'ORGANISATION

Nos engagements en termes de RSE sont structurés dans une politique que nous menons depuis 2008. Nous sommes certifiés ISO 26 000 au niveau 4 étoiles, c'est-à-dire exemplaire sur une norme qui s'appuie sur les sept piliers suivants : la gouvernance ; le respect des Droits de l'Homme ; les relations et conditions de travail ; l'environnement ; les bonnes pratiques des affaires ; les questions relatives aux consommateurs et l'engagement sociétal.

Depuis 2001, nous sommes également certifiés ISO 9001. Enfin depuis 2016, nous pilotons une démarche environnementale notamment autour de la réduction et du tri des déchets et le contrôle de notre consommation d'énergie au travers de la norme 50001.

ACTIONS MENÉES PAR L'ENTREPRISE EN FAVEUR DE (OU AVEC) DES STRUCTURES À FINALITÉ SOCIALE DE VOTRE TERRITOIRE

Dans le cadre de notre politique RSE, nous menons des actions visant à faire connaître nos métiers aux jeunes et à favoriser le recrutement auprès de personnes éloignées de l'emploi. Dans ce cadre, nous présentons régulièrement nos métiers à des collégiens scolarisés en zones d'éducation prioritaires, que nous accueillons ensuite en entreprise dans le cadre du stage de 3ème, nous favorisons le recrutement auprès des bénéficiaires des missions locales et nous engageons nos salariés pour favoriser l'accès à l'emploi de personnes éloignées du travail via des partenariats avec le PLIE ou l'APEC qui proposent des opérations de coaching.

ACTIONS D'ENGAGEMENT CITOYEN MENÉES AVEC LES COLLABORATEURS ?

On est adhérent du PLIE Marseille Provence Centre et **labellisé Empli'tude** (premier label territorial en France qui valorise les actions et les bonnes pratiques

des organisations en matière d'emploi, de ressources humaines et d'engagement sociétal). Dans ce cadre nous **parrainons des personnes en recherche d'emploi**. Cet engagement nous permet d'accompagner, chaque année, deux personnes vers l'emploi.

Un de nos Responsable des ressources humaines est engagé comme parrain dans l'opération « SésÂme Jeunes Talents » de l'APEC. Il accompagne, chaque année, un étudiant en difficulté en faisant du coaching emploi.

Nous avons des partenariats avec les missions locales implantées à proximité de nos sites. Ces coopérations nous permettent de recruter des jeunes sur des métiers saisonniers. Nous organisons une opération annuelle dans le cadre du Forum d'Albertville (Forum de la saisonnalité) avec différentes missions locales (Tarentaise, Saint-Etienne, Martinique...). Pendant plusieurs années nous avons organisé Un Master Chef qui nous permettaient de mettre les candidats en situation de production en cuisine, salle et hébergement et d'associer nos collaborateurs dans le processus de recrutement. Cela nous permettait d'évaluer le potentiel des candidats en situation tout en valorisant nos propres collaborateurs. Plusieurs de ces jeunes recrutés comme commis ou chef de partie lors de ces sessions occupent à ce jour des postes de chef de cuisine, avec succès.

Depuis nous avons fait évoluer cette opération que nous avons baptisé Talent Game. Cette session de recrutement repose sur 3 temps forts : un accueil avec présentation de l'entreprise et visite du village, un entretien classique avec un responsable et des ateliers collectifs de jeux permettant d'évaluer les softskills. Une approche originale et ludique qui a plus aussi bien aux participants qu'aux recruteurs.

Nous menons régulièrement des actions avec des collèges de quartiers prioritaires. On organise des témoignages de nos salariés et des rencontres avec des élèves de 3ème. On a reçu une classe sur un de nos sites et on a animé une matinée d'interviews avec 12 collaborateurs, « ambassadeurs métiers », et des binômes de collégiens. **Lorsqu'on participe à des forums on essaie de faire témoigner les salariés qui sont sur le terrain et qui ont eu des parcours professionnels intéressants et atypiques** telle que notre directrice adjointe qui a commencé comme femme de ménage ou notre jeune chef cuisine de 25 ans. **Ces témoignages permettent aux jeunes de se projeter, de s'investir !**

MOTIVATIONS ET AVANTAGES À FAIRE DU MÉCÉNAT DE COMPÉTENCES

C'est une manière d'incarner nos convictions et nos valeurs ! J'ai la chance d'être dans une entreprise qui a été fondée par des humanistes, et dont la culture repose sur des valeurs de respect, de solidarité, d'excellence et de bienveillance.

Je trouve une cohérence entre mes aspirations personnelles et mon environnement professionnel. Nous sommes dans une structure à gouvernance capitaliste et néanmoins ayant une dimension économique. Il faut qu'elle ait une ambition sociétale ! Notre personnel, c'est un point fort dans la qualité de nos services. **Cela fonctionne parce que nous sommes habités par des valeurs qui s'incarnent dans des actes. Il y a une cohérence globale entre les discours, le fonctionnement, et le management** et cela influe positivement sur les salariés qui deviennent eux-mêmes ambassadeurs de l'entreprise et de ses valeurs.

FREINS RENCONTRÉS DANS LA MISE EN ŒUVRE DU PRO BONO

La gestion du temps et des priorités. Parfois, quand la charge de travail est très forte il est difficile de donner du temps mais on n'a jamais cessé de mener ces actions.

PERCEPTION DU TERRITOIRE DE LA MÉTROPOLE AIX MARSEILLE PROVENCE

C'est un territoire hyper politisé, phagocyté par des intérêts corporatistes historiques. C'est dommage parce que par ailleurs, c'est un territoire magnifique avec un potentiel énorme, mais sous-exploité. On avance mais beaucoup moins vite qu'on le devrait. La thématique sur laquelle il faudrait agir c'est le développement des transports !

PERCEPTION DES COLLABORATIONS ENTREPRISES/ STRUCTURES ESS

Ça donne du sens ! Il faut donner du sens au travail sinon on devient fou. Travailler ce n'est pas juste gagner de l'argent. C'est créer des relations sociales, innover, s'élever intellectuellement, faire grandir ses compétences et celles de ses collaborateurs.

Le mécénat de compétences est une démarche qui permet de renforcer l'attachement à son entreprise, de fidéliser ses collaborateurs et d'améliorer la qualité de vie au travail. Autant de sujets qui donnent du sens au travail et en améliore la productivité. On voit souvent les freins et pas les bénéfices. On peut commencer par des petites expérimentations. La technique des petits pas. Modeste mais efficace.

SILVIA BENEDETTI

Attachée de Direction et
Responsable RSE
Provepharm Life Solutions



POLITIQUE D'ENGAGEMENT DE L'ORGANISATION

Nous menons des actions depuis longtemps et nous avons formalisé une politique RSE en 2011. La RSE est intégrée chez nous. C'est même devenu un critère de recrutement. Nous sommes attentifs aux candidats qui ont un engagement à titre personnel.

Nous menons des actions sociales, environnementales (notamment sur la réduction des déchets) et en lien avec le domaine de la santé.

ACTIONS MENÉES PAR L'ENTREPRISE EN FAVEUR DE (OU AVEC) DES STRUCTURES À FINALITÉ SOCIALE DE VOTRE TERRITOIRE

Nous travaillons avec Emergences (PLIE Marseille Provence Centre) et l'association Nos Quartiers ont des Talents pour le **parrainage de personnes éloignées de l'emploi et l'accompagnement de jeunes diplômés issus de territoires défavorisés**. Nous avons cinq salariés actuellement engagés comme parrains sur ces deux actions.

Par ailleurs nous avons participé à la **Course du Don** en 2019. **24 salariés se sont inscrits comme coureurs**. Nous avons passé un partenariat avec notre banque pour abonder chaque kilomètre parcouru. **Cette initiative nous a permis de collecter une somme de 9 000€ pour l'association HOPE Project** qui agit pour améliorer les conditions d'accueil des enfants malades à l'Hôpital de la Timone.

Enfin un axe important de notre politique RSE et de faire

découvrir le secteur de l'industrie pharmaceutique et **faire connaître nos métiers à des collégiens issus de zone d'éducation prioritaire**. Nous avons récemment organisé un forum des métiers et nous recevons régulièrement des stagiaires de 3ème.

ACTIONS D'ENGAGEMENT CITOYEN MENÉS AVEC LES COLLABORATEURS ?

En plus du parrainage et des actions solidaires comme la Course du Don, nous organisons chaque année dans le cadre de nos actions environnementales une Green Week. Il s'agit d'une semaine de sensibilisation visant à interpeller nos collaborateurs sur les éco-gestes en entreprise. Cet événement nous permet de communiquer, en interne, sur notre politique de réduction des déchets et notre objectif zéro plastique ; un des prochains objectifs sera d'étendre cette démarche à nos parties prenantes. **Nous réfléchissons à d'autres manières d'encourager l'implication de nos salariés.**

Dernièrement, la Course du Don a été l'événement le plus fédérateur. Si le projet a été impulsé par l'entreprise ça s'est très vite étendu. Les salariés sont venus en famille. Ils se sont impliqués sur leur temps personnel, le week-end. Des collaboratrices sont venues spontanément animer le stand de l'association Hope Project. C'est presque devenu un événement familial. L'engouement a été si fort que nous renouvelons l'action en 2020.

MOTIVATIONS ET AVANTAGES À FAIRE DU MÉCÉNAT DE COMPÉTENCES

Aujourd'hui quand on passe des entretiens de recrutement vient toujours le moment où c'est à l'entreprise de se vendre. **Les candidats ont changé. On a en face de nous une génération de plus en plus engagée à titre personnel. Les gens nous demandent d'exposer très concrètement nos engagements en matière de RSE.** Ils nous interrogent sur ce que nous mettons en place en termes de qualité de vie au travail. Dernièrement on a même eu une candidate qui nous a demandé si elle pouvait travailler quatre jours chez nous et une journée par semaine dans une association. **Même nos actionnaires nous réclament des audits sur nos engagements RSE.** On a changé d'époque !

FREINS RENCONTRÉS DANS LA MISE EN ŒUVRE DU PROBONO

Je n'ai rencontré aucun obstacle. **Chaque fois que je diffuse des appels à volontaires les salariés répondent présents.** Nos engagements en matière sont portés par le PDG. Ce que nous mettons en œuvre est valoriser tous les ans auprès du Conseil d'Administration.

PERCEPTION DU TERRITOIRE DE LA MÉTROPOLE AIX MARSEILLE PROVENCE

Notre territoire à une grande force c'est la mixité. On a été plusieurs fois scotchés par des remarques et la pertinence de collégiens issus de quartiers défavorisés. On a des pépites sur notre territoire ! Il ne faut pas avoir peur d'aller les chercher notamment dans les quartiers prioritaires.

Il faut qu'on valorise davantage notre territoire en

particulier dans les médias. Même si le Marseille bashing s'est un peu calmé on a encore plein de choses à mettre en valeur. **Nous avons plein de trésors cachés. Pour les révéler il faut favoriser la mixité et l'entrepreneuriat.** Il y a plein de gens qui veulent monter des projets. Nous sommes sur un territoire dynamique !

Enfin, dans le domaine de santé, il faudrait mettre des moyens pour améliorer l'état des hôpitaux.

PERCEPTION DES COLLABORATIONS ENTREPRISES/STRUCTURES ESS

Aujourd'hui c'est primordial de coopérer avec des associations. L'entreprise est centrée sur son business. **C'est grâce aux associations que nous apprenons à mieux connaître et comprendre les besoins du territoire car elles sont sur le terrain, au contact des personnes.** Les associations nous aident à comprendre les besoins du territoire et du coup à structurer une politique RSE pertinente.

Il ne faut pas avoir peur ! **Ça ne prend pas tant de temps que cela et le retour sur investissement est énorme.** On développe des relations humaines très enrichissantes. Ça ouvre d'autres horizons ; On rencontre des personnes qui ont parfois des difficultés énormes. Ça permet de garder les pieds sur terre, de relativiser et d'apprécier ce qu'on a dans l'entreprise. Et puis il y a la satisfaction personnelle quand une personne arrive, après un parrainage, a décroché un emploi.

**RÉMY
BRACQ**

Directeur de secteur
Manpower



POLITIQUE D'ENGAGEMENT DE L'ORGANISATION

Cela fait 29 ans que je travaille chez Manpower et j'ai toujours connu cette politique d'engagement. C'est inscrit dans le code génétique de l'entreprise. Nous sommes, par nature, impliqué au plus près des politiques publiques pour l'emploi. En interne, le management encourage les collaborateurs à s'impliquer à titre individuel. L'entreprise permet aux salariés qui souhaitent s'engager à se rendre disponibles sur leur temps de travail.

ACTIONS MENÉES PAR L'ENTREPRISE EN FAVEUR DE (OU AVEC) DES STRUCTURES À FINALITÉ SOCIALE

Les actions que nous menons s'inscrivent principalement dans du mécénat de compétences. Nous sommes engagés sur les questions de l'emploi et de l'insertion professionnelle avec deux partenaires principaux Emergences qui porte le PLIE de la Métropole Marseille Provence et la Fondation Agir Contre l'Exclusion. Les collaborateurs de Manpower sont mobilisés pour conseiller les publics bénéficiaires de ces deux partenaires et accélérer leur retour à l'emploi.

Je suis même-moi impliqué en tant que coach dans le programme Make the choice afin d'accompagner de jeunes entrepreneurs issus de quartiers Politique de la Ville dans la création de leur projet. Cela fait deux ans que je participe à ce programme et j'ai embarqué deux autres collaborateurs dans l'aventure. Enfin on participe régulièrement aux forums emploi de l'agglomération.

ACTIONS D'ENGAGEMENT CITOYEN MENÉES AVEC LES COLLABORATEURS

Les collaborateurs de Manpower sont impliqués dans des actions de parrainages de personnes en recherche

d'emploi. Durant ces accompagnements nous pouvons animer des simulations d'entretiens d'embauche, mener des ateliers de rédaction de CV, conseiller les personnes sur leur prise de parole, les sensibiliser aux codes de l'entreprises, etc. On peut aussi être des facilitateurs et créer des connexions entre les besoins de recrutement des entreprises partenaires de Manpower et des personnes en recherche d'emploi qu'on rencontre dans le cadre de mécénat de compétences. **Lors de ces actions solidaires on a souvent de belles surprises. On tombe sur des profils atypiques et des candidats qu'on n'aurait pas pu croiser ailleurs.**

Manpower mène une action historique avec la Fondation FACE qui s'appelle la Job Academy. Chaque année on accompagne, pendant trois mois, cinq promotions de 12 personnes en recherche d'emploi. Une dizaine de collaborateurs s'investissent chaque année pour accompagner les candidats : définition du projet professionnel, codes de l'entreprise, développement de réseau pro, relooking, etc. C'est à la fois un accompagnement collectif de la promotion et du parrainage individuel. **C'est une action très fédératrice pour les salariés et les partenaires de Manpower car nous proposons même aux entreprises de notre réseau de s'impliquer en venant présenter leurs métiers.** Ces actions permettent de créer de la cohésion et de l'entraide au sein des promotions. C'est important car la recherche d'un emploi est souvent une période difficile synonyme d'isolement sur les personnes. En plus on a des résultats très satisfaisants avec un taux de 90 % de retour à l'emploi à l'issue du programme.

MOTIVATIONS ET AVANTAGES À FAIRE DU MÉCÉNAT DE COMPÉTENCES

On constate que c'est fédérateur pour les salariés. Ils sont fiers de s'impliquer dans des actions concrètes, sur leur territoire. Par ailleurs, dans notre métier, on est confronté à des difficultés de sourcing et de recrutement. **Les actions de mécénat de compétences que nous menons nous permettent de nous ouvrir à d'autres univers, de diversifier nos réseaux de sourcing.** On rencontre des personnes intéressantes et motivées.

FREINS RENCONTRÉS DANS LA MISE EN ŒUVRE DU PRO BONO

On ne peut pas parler de frein. La seule petite difficulté c'est le facteur temps quand on est dans des périodes où l'activité est très soutenue. Mais les contreparties sont tellement importantes ! Au niveau managérial ça permet de fédérer les salariés, ça leur donne un sentiment d'utilité. **Ce sont vraiment des partenariats gagnant-gagnant !**

PERCEPTION DU TERRITOIRE DE LA MÉTROPOLE AIX MARSEILLE PROVENCE

L'atout de ce territoire c'est la dynamique économique ! Ça bouge ! **Il faut imaginer que dans 15 ans plein de métiers auront disparu. On doit accompagner les publics dans cette transition.** Il faut les former aux nouveaux

métiers qui émergent avec le digital. On peut créer des vocations !

Je dirais qu'une des difficultés sur ce territoire c'est la multiplicité des acteurs qui rend compliqué la création de partenariats efficaces sur le long terme. Sur l'emploi par exemple, ce serait beaucoup plus efficace d'avoir une porte d'entrée unique - comme les Maisons de l'emploi sur certains territoires - où les bénéficiaires seraient pris en charge de manière globale.

PERCEPTION DES COLLABORATIONS ENTREPRISES/ STRUCTURES DE L'ÉCONOMIE SOCIALE ET SOLIDAIRE ?

C'est une belle complémentarité ! Les associations sont plus proches des publics que nous. Les entreprises sont souvent rattrapées par une culture de l'économie et un rythme effréné. **Elles ont tout intérêt à se rapprocher des associations pour avoir une meilleure connaissance du territoire, des problématiques sociales et des publics.**

Aux entreprises qui n'ont pas encore franchi le pas. Allez-y à fond ! N'hésitez pas ! Il y a plein d'avantages. Cela apporte un sentiment d'utilité et de fierté aux salariés. **On accroît notre ancrage territorial avec un impact positif.** On s'ouvre à des nouvelles personnes !

LIONEL WAWRZYNIAK

Directeur Développement RH Groupe
HOPPS Group



POLITIQUE D'ENGAGEMENT DE L'ORGANISATION

Au sein d'HOPPS Group nous employons 18 000 collaborateurs, dont 17 000 distributeurs d'Imprimés Publicitaires, qui sont cœur de notre activité. Ces emplois, accessibles à tous sans conditions de diplôme, représentent pour de nombreuses personnes l'opportunité de s'insérer dans l'emploi ou de revenir vers le monde professionnel. **L'insertion sociale et le développement de l'accès à l'emploi sur les territoires sont donc deux enjeux majeurs de notre politique d'engagement.**

ACTIONS MENÉES PAR L'ENTREPRISE EN FAVEUR DE (OU AVEC) DES STRUCTURES À FINALITÉ SOCIALE

Nous développons différents partenariats afin de favoriser l'insertion professionnelle des publics éloignés de l'emploi.

Nous avons notamment noué un partenariat avec Cap au Nord Entreprendre afin d'organiser un forum de recrutement dédié aux jeunes de Marseille-Nord, et travaillons aujourd'hui à la mise en place de nouvelles actions communes. La signature d'une convention avec Face Sud Provence, de la Charte Entreprises et Quartiers, ainsi que le travail aux côtés de différents PLIE et Missions locales, nous permettent également d'agir avec différentes structures pour développer de nouvelles actions au niveau local. En 2018, nous avons notamment travaillé avec la Fondation d'Auteuil, Promotrans et Pôle Emploi dans **la mise en place d'un projet d'insertion à Marseille, qui a permis à 21 jeunes issus des quartiers prioritaires de la politique de la ville, d'intégrer l'entreprise et de bénéficier d'une formation en alternance en vue d'obtenir une qualification.** Cette initiative a été récompensée en 2018 dans le cadre du Top 10 des recruteurs de la diversité, décerné par la Fondation Mozaïk en partenariat avec l'ANDRH (Association Nationale des DRH).

Sur la question de l'accès à l'emploi, nous travaillons

également avec des entreprises concernées par les mêmes enjeux de recrutement que nous. En 2018, nous avons créé l'application Job HOPPS qui propose aux personnes souhaitant compléter leur activité, de trouver un emploi à temps partiel près de chez elles. Aujourd'hui, cette application réunit une centaine d'entreprises. Nous avons désormais pour objectif d'en faire un outil d'inclusion plus global, notamment auprès des publics éloignés de l'emploi ou fragilisés. En ce sens, **nous travaillons à la mise en place d'une offre d'accompagnement ou de retour à l'emploi plus complète, en lien avec différents partenaires associatifs.**

Enfin, nous réfléchissons également avec l'association Pro Bono Lab à une manière d'impliquer les personnes en recherche d'emploi dans des actions de pro bono, afin de révéler et de valoriser leurs compétences.

ACTIONS D'ENGAGEMENT CITOYEN MENÉS AVEC LES COLLABORATEURS

Nos collaborateurs s'investissent de manières différentes. L'une de nos salariées est **marraine d'une jeune en recherche d'emploi** dans le cadre du dispositif « 1 parrain, 1 emploi » porté par Pôle Emploi mais également **membre du Conseil d'Administration d'un PLIE.** Parrain dans l'association Nos Quartiers ont des Talents et dans le cadre du dispositif Apec « Sésame Jeunes Talents », j'accompagne pour ma part de jeunes diplômés en recherche d'emploi, ainsi que des demandeurs d'emploi âgés de plus de 45 ans.

Plusieurs de nos salariés effectuent également des actions de bénévolat ou s'engagent auprès d'associations. Par exemple, **plusieurs salariés de notre siège situé à Aix-en-Provence, participent à la course Algernon de Marseille, qui réunit des personnes valides et en situation de handicap.**

De nombreux collaborateurs ont aussi contribué au **challenge Handbike** que notre Mission Handicap leur a proposé il y a 2 ans. Celui-ci consistait à **se relayer pour réaliser un maximum de kilomètres sur un Handbike, afin qu'un don soit ensuite reversé à l'association de l'un de nos salariés,** qui soutient les familles d'enfants touchés par une maladie orpheline. Cette initiative collective a associé de nombreux participants.

Je pense que c'est l'ensemble des actions qui crée un impact réel. Nous développons différents projets, souvent au niveau local et c'est pour nous l'ensemble de ces initiatives qui ont un impact. Un exemple marquant serait toutefois pour moi **la mise en place d'un événement pour l'emploi des jeunes des quartiers prioritaires, porté par HOPPS Group et l'association Cap au Nord Entreprendre, qui s'est tenu en 2019 au sein de l'Ecole de la 2eme Chance à Marseille.** L'objectif était de réunir dans un lieu emblématique pour l'emploi et la formation des jeunes, les entreprises et les structures d'accompagnements, de formation et les institutionnels œuvrant pour l'emploi à Marseille.

MOTIVATIONS ET AVANTAGES À FAIRE DU MÉCÉNAT DE COMPÉTENCES

Le mécénat de compétences est porteur de sens, à la fois pour l'entreprise et les collaborateurs. Ce dispositif n'a pas encore été lancé chez HOPPS Group, mais l'entreprise s'y intéresse.

FREINS RENCONTRÉS DANS LA MISE EN ŒUVRE DU PRO BONO

La mise en place du mécénat de compétences n'a pas encore été mise en pratique au sein de l'entreprise. Toutefois, les freins qui peuvent apparaître sont le manque de temps et de ressources. A mon sens, l'un des défis à relever est de **trouver l'équilibre entre les**

enjeux de l'entreprise et le développement de nouveaux engagements citoyens grâce à la mise en place d'une organisation adaptée.

PERCEPTION DU TERRITOIRE DE LA MÉTROPOLE AIX MARSEILLE PROVENCE

Le territoire de la Métropole Aix-Marseille rassemble de nombreuses structures et beaucoup d'initiatives sont menées. Je pense que l'un des défis actuels est de permettre à chacune d'entre elles d'avoir un impact encore plus grand, par le **développement de la proximité entre les acteurs et leurs différents projets.**

PERCEPTION DES COLLABORATIONS ENTREPRISES/ STRUCTURES DE L'ÉCONOMIE SOCIALE ET SOLIDAIRE ?

Il peut parfois y avoir un gap entre les besoins des entreprises qui ont du mal à recruter, en particulier les profils peu qualifiés, et les attentes des candidats.

Dans ce contexte, les structures de l'économie sociale et solidaire bénéficient d'une connaissance et d'une proximité avec les publics. C'est un atout majeur dans la collaboration avec les entreprises.

Notre marché change. **Le rôle social et sociétal d'une entreprise s'impose de plus en plus comme un facteur clé pour les salariés, et porteur de sens.**

S'engager dans le mécénat de compétences, c'est à la fois avoir un impact positif sur notre environnement, valoriser les compétences et accompagner les collaborateurs dans leur volonté d'avoir un impact positif autour d'eux.

Pro Bono Lab est **le spécialiste de l'engagement par le partage de compétences** (bénévolat/mécénat de compétences). Partout en France, comme dans 30 autres pays du monde via le *Global Pro Bono Network*, nous portons cette conviction, celle-là même qui dès 2011 avait motivé la création de l'association par nos trois cofondateurs, que **« toute compétence est un bien public »**.

Nous permettons aux grandes causes sociétales de se développer durablement en réunissant pour chacune d'entre elles, les compétences que des hommes et des femmes engagés sont en capacité de leur offrir gratuitement, en pro bono. Notre ambition ? **Que chacune de ces causes ait accès aux compétences dont elle a besoin pour se réaliser et puissent générer le plus vaste impact sociétal.**

Par nos grands programmes d'intérêt général, nos travaux d'expérimentation, notre club de prospective, nos activités de conseil et de formation ou via **nos actions de plaidoyer**, l'équipe du Lab met progressivement, avec optimisme et audace, toutes les parties prenantes de notre société **en mode #probono**.

Nous fédérons ainsi, partout où nous sommes implantés, les compétences des collaborateurs de 80 entreprises partenaires et celles de 5 000 volontaires (étudiants, demandeurs d'emploi, personnes en reconversion, retraités, etc.) à travers **des parcours d'engagement complets, pour les mettre au service de ces grandes causes**. Co-construits avec les acteurs de nos territoires d'ancrage (entreprises, collectivités, écoles, autres acteurs de l'ESS, etc.), ces formats d'engagement par la compétence **s'inspirent des nouvelles logiques d'open-innovation et méthodologies d'intelligence collective**.

Pro Bono Lab | Toute compétence est un bien public.

#probono
probonolab.org

pro-bono.co

contact@probonolab.org

