

Volontariat: entreprises réticentes

Les entreprises doivent-elles soutenir l'engagement personnel de leurs collaborateurs dans des institutions d'utilité publique, tant durant le temps de travail que durant les loisirs ? C'est ce que préconise le «corporate volunteering». Selon l'étude d'un étudiant de la HEG, la plupart des entreprises fribourgeoises ne seraient guère ouvertes à ce volontariat d'entreprise. Mais la piste ne serait pas à négliger. D'autant plus que ce type de volontariat prendrait une ampleur croissante en Suisse et dans le monde entier.

Jean-Marc Angéoz

redaction@lobjectif.ch

Dans son travail de bachelier intitulé «Corporate Volunteering: une piste pour la Croix-Rouge fribourgeoise?», Steve Helbling estime que, pour la Croix-Rouge fribourgeoise qui recherche constamment de nouveaux bénévoles, seules les entreprises pourraient encore en fournir de nouveaux aux associations caritatives de la région. Ces entreprises permettraient à leurs employés d'utiliser un certain nombre d'heures sur le temps de travail dans le but de faire du volontariat.

LE SOCIAL, RÔLE DE L'ENTREPRISE ?

Mais rien n'est simple. Ce type de volontariat n'est pas ancré dans la culture des Suisses où, contrairement aux Anglo-saxons, beaucoup de directeurs estiment que ce n'est pas le rôle des entreprises que de s'occuper du domaine social, et encore moins de faire du volontariat. Les entreprises fournissent des places de travail, contribuent au PIB du canton, paient impôts et assurances sociales, participent au développement économique. Elles contribuent donc déjà indirectement au bien-être de la communauté.

L'IMAGE DE L'ENTREPRISE

Pourtant les forces positives du projet sont importantes, souligne M. Helbling: à commencer par l'opportunité pour l'entreprise d'améliorer son image en se montrant engagée en faveur de la communauté avec en plus, l'atout de la nouveauté. Les employés ont la possibilité d'acquérir de nouvelles compétences dans les domaines du leadership, du travail d'équipe, de la communication et même dans la prise de décision. Avantage aussi de nouer de nouvelles relations, de nouveaux contacts avec des personnes de différents horizons. Les relations avec les clients et la communauté se renforcent. En plus du plaisir des rencontres, ces actions procurent aux employés un sentiment d'épanouissement, d'utilité ainsi qu'une ouverture sur une autre réalité, la découverte du monde associatif. Elles permettent d'abaisser le niveau de stress, d'améliorer la santé mentale et l'estime de soi, dit encore M. Helbling.

Avantages aussi pour les associations caritatives, qui trouvent un bassin de bénévoles nouveaux, qualifiés motivés et surtout fiables, qui leur permettraient de mettre sur pied plus d'actions et servir plus de monde. La notoriété de l'association se développe, et le niveau des dons a tendance à augmenter.

NOUVEAU BASSIN DE BÉNÉVOLES

Le bénévolat prend de l'ampleur. Ainsi à Genève l'entreprise Firmenich propose à ses employés de vivre une journée avec les familles du foyer Arabelle qui accueille les femmes victimes de violence ou qui ont de graves difficultés avec leur enfant. Les collaborateurs sont toujours plus nombreux à s'engager (30 à 40 %).

Les entreprises fribourgeoises Steve Helbling s'est entretenu avec une dizaine de directeurs ou chefs de personnel des plus grandes entreprises fribourgeoises. Deux tiers d'entre eux avaient déjà entendu parler de volontariat d'entreprise, seuls deux directeurs connaissent une entreprise qui patique déjà le bénévolat d'entreprise mais aucune n'a de programme de «corporate volunteering».

LES ENTREPRISES FRIBOURGEOISES

plus productifs. Rien que ça ? - (rires) Oui, bien sûr, ce sont de grands mots. Mais c'est vrai que pour un employé, au lieu de faire son travail quotidien, tous les jours la même chose, il va pour une fois à l'extérieur, il fait connaissance de nouvelles personnes, il rend un service, tout simplement. Se sentir engagé, aider quelqu'un, c'est toujours une petite reconnaissance, on se sent un peu mieux. Et lorsque l'employé se sent soutenu par l'entreprise quand il fait du bénévolat, c'est quand même quelque chose d'assez positif pour lui.

• Dans les cas où l'entreprise finance les heures de travail que l'employé consacre au bénévolat, s'agit-il encore de bénévolat ? Dans ce cas, c'est effectivement l'entreprise qui fait du «bénévolat», qui offre du temps, ou un soutien financier, c'est le principe même du Corporate Volunteering (autre forme de sponsoring).

• N'incitez-vous pas les entreprises à contraindre des employés qui sont souvent sous stress, à passer

SOUTIEN DÉJÀ ACTUEL

La moitié des entreprises interrogées soutiennent déjà, sous une autre forme, une association caritative. Dons en espèces ou en nature, cotisations annuelles ou prêts de matériel, mise à disposition de véhicules, soutien aux associations culturelles, sportives et sociales. L'une d'entre elles soutient financièrement les cartons du cœur et l'un des directeurs prend parfois le temps d'aller lui-même apporter des cartons à domicile. A Noël, une quinzaine de volontaires récoltent, en dehors des heures de travail, de la nourriture dans la rue en faveur des plus démunis.

Quatre collaborateurs d'une entreprise étaient volontaires dans le cadre du projet «Santé-jeunesse» mené par les 4 piliers de l'économie fribourgeoise. Une autre entreprise a mis sur pied l'opération d'un bus qui tournait dans les quartiers sombres de la ville et qui recevait à son bord les drogués afin de les écouter, leur parler, etc. Une entreprise soutient La Tuile en préparant la soupe avant les fêtes de Noël, en autorisant les collaborateurs à y consacrer une partie de leur temps de travail. De plus, chaque année, des volontaires de l'entreprise accompagnent des personnes âgées du home des «Mésanges» au cirque Nock avec des mini-bus. Les cadres de cette entreprise sont fortement encouragés à faire partie d'une association ou d'un club-service.

PRÊTER DES SALARIÉS?

La majorité des entreprises interrogées n'est pas prête à donner du temps à leurs employés pour faire du volontariat (56 %). 22 % ne peuvent pas répondre à cette question sans faire une étude plus poussée, alors que 22 % estiment qu'il est envisageable d'accorder quelques heures par année à leurs collaborateurs.

Les arguments? Le bénévolat doit se faire uniquement sur le temps personnel. L'entreprise est une unité de production qui crée de la valeur ajoutée, rend des comptes et fait du profit. Ce n'est pas le rôle des entreprises de pallier les problèmes du



Steve Helbling, auteur de l'étude sur le volontariat d'entreprise.

système social. En revanche, un plus grand nombre de retraités ont la santé et l'énergie pour faire du bénévolat. On mentionne d'autre part qu'un employé qui participe à une action de volontariat d'entreprise en étant payé durant ses heures d'absence au travail n'est plus considéré comme étant un bénévole.

Autre argument: difficulté de contrôler les activités bénévoles réalisées par l'employé. Et comment déterminer si telle ou telle action est considérée comme du bénévolat ou non ? Le seul moyen serait de proposer une liste d'actions. Au bout d'un certain temps, ce ne seraient plus les employés qui choisiraient de s'engager, mais l'entreprise qui les engagerait, ce qui est contraire aux principes du volontariat, note un directeur.

«Si la direction l'impose aux employés, les gens vont protester, et si la direction se contente d'informer, personne ne s'engagera», dit un directeur. Et les employés qui ne s'engageraient pas se sentiraient désavantagés, d'où abondance de demandes de congés payés pour tous types d'activités qui n'ont rien à voir avec le programme de volontariat.

Deuxième plus gros problème: le nombre d'employés n'est pas suffisamment important pour pouvoir en libérer certains pour du volontariat. Le fait de devoir se passer d'une personne peut engendrer de gros problèmes. Dans une entreprise de transports, par exemple, la structure d'organisation est très compliquée, avec des problèmes d'heures de repos obligatoires pour chauffeurs.

Parmi les actions caritatives que propose la Croix-Rouge fribourgeoise, lesquelles seraient envisageables sous forme de partenariat d'entreprise? Aucune n'a éveillé l'intérêt d'une entreprise. Ni l'accompagnement de personnes âgées, ni l'organisation de fêtes de Noël.

En revanche, une grande entreprise serait prête à soutenir des actions dans le domaine des jeunes sans emploi, et sans moyen économique pour subsister, des personnes d'une trentaine d'années, mariés, avec enfants et dont le salaire de misère ne leur permet pas de s'en sortir. Une autre préférerait soutenir des activités dans le domaine de l'écologie et de l'environnement. Aucune ne souhaite organiser une «Community day» c'est-à-dire réunir les employés durant une journée pour faire une action commune.

DES AVANTAGES

La majorité admet qu'adhérer à un programme de Corporate Volunteering peut procurer des avantages pour

l'image de l'entreprise et aussi créer un esprit d'entreprise. Mais une minorité en doute, car il est «très délicat d'exploiter l'éthique pour le business».

Selon la Fondation Philius, aucun des 37 projets en partenariat avec cette fondation (dont le siège est à Genève) n'est fribourgeois. Selon une personnalité très active dans le bénévolat en Suisse, Fribourg n'est pas en retrait par rapport au reste de la Suisse. Cette personnalité trouve justifié l'argument des engagements sociaux déjà conséquents et responsabilités suffisamment importantes envers la communauté. La taille et la structure du canton sont un réel problème. Dans un monde où tout va vite, la surcharge des collaborateurs est un obstacle majeur. En revanche, prétendre qu'il pourrait y avoir un trop grand nombre de demandes à gérer est une excuse, tout comme l'éventuel manque d'engagement de volontaires.

Pourquoi les associations caritatives ne font-elles pas de demandes aux entreprises? L'envergure des projets fait qu'ils ne peuvent pas être pris en charge par une entreprise locale, selon M. Helbling.

VENDRE L'IDÉE

Comment vendre l'idée aux entreprises ? M. Helbling donne des recettes. Souligner qu'un grand nombre de consommateurs s'interrogent sur l'engagement social d'une entreprise avant d'acheter ses produits, que le bénévolat apporte visibilité et notoriété, surtout par la transmission du «bouche à oreille». Aux USA, des études montrent que la plupart des entreprises estiment que leur programme de bénévolat leur permet d'atteindre les objectifs fixés. Les entreprises qui ont fait des restructurations ont souvent épargné les programmes de bénévolat.

L'étudiant de la HEC émet trois propositions pour la Croix-Rouge. Par exemple, pour l'intégration des migrants et la préservation de l'environnement, organiser une fois par année une journée découverte et nettoyage des pistes de ski du Moléson pour 30 migrants adultes ayant quelques notions de français. Avec visite de la fromagerie de Moléson et nettoyage du domaine skiable de Moléson.

Autre idée: accompagnement de personnes à mobilité réduite (chaises roulantes, cannes, etc) pour leur participation à une soirée de gala des RFI ou à un match du HC Gottéron.

Steve Helbling est persuadé que le volontariat d'entreprise va se développer dans le canton de Fribourg. «Mais ça prendra du temps» précise-t-il. (Obj)

«L'ENTREPRISE NE VA JAMAIS CONTRAINDRE»

Auteur de l'étude sur le volontariat d'entreprise, Steve Helbling, bachelier en sciences économiques de la HEG, fait actuellement un stage auprès de la Croix-Rouge à Zurich. Interview.

• N'appartient-il pas plutôt à l'Etat, et non aux entreprises, de financer les attentes croissantes de la population dans les domaines sociaux et environnementaux ?

- Bien sûr que l'Etat a toujours un rôle à jouer. Mais il ne peut pas toujours tout faire, il n'a pas d'argent à distribuer partout. Avec ce système, tout le monde est un peu gagnant. L'Etat dépense un peu moins, les entreprises se donnent une nouvelle image, peut-être de nouveaux clients, les associations caritatives trouvent de nouveaux bénévoles. Tout le monde trouve un peu son compte sans devoir déboursier beaucoup d'argent.

• Vous estimez que le bénévolat d'entreprise permet aux employés de se sentir mieux moralement, physiquement, plus motivés donc

leur temps libre de telle ou telle manière, en dehors du temps de travail, sans être payés ?

Le bénévole décidera lui-même s'il s'engage ou pas. L'entreprise annonce par exemple qu'elle a fait un partenariat avec la Croix-Rouge, qu'il y a la possibilité d'aller un samedi faire telle ou telle activité et demande à ses employés s'ils sont intéressés à y prendre part. Mais l'entreprise ne va jamais contraindre, c'est l'employé qui décide lui-même.

• Vous proposez aux entreprises de tenir compte des compétences acquises dans le bénévolat, par exemple lors des promotions, ou accorder des congés plus facilement pour les bénévoles... - Ce n'est pas le bénévolat qui va être décisif pour l'accès à un nouveau poste ou à une augmentation de salaire. On suggère à l'entreprise d'accorder une petite reconnaissance, simplement mentionner dans leur bulletin les noms des personnes qui ont fait du bénévolat. Pas plus que ça. (Obj)