



lable, qui permet une entrée en matière moins frontale sur des sujets parfois délicats (par exemple la diversité, le handicap ou le fait religieux) et qui permet tout à la fois de dédramatiser et de s'identifier. C'est un outil de sensibilisation mais qui peut aussi être très efficace pour changer nos comportements », souligne de son côté Bérangère Pessaque, coordinatrice des prestations et du conseil RSE au sein de FACE, la Fondation Agir Contre l'Exclusion. Une fondation qui a travaillé avec Co.Théâtre l'écriture du spectacle « RSE: does it pay to be good? », présenté en mars dernier au salon Pro durable.

La co-écriture, c'est l'une des clefs du succès de ces pièces. Acteurs et Cie a écrit « Mission Colibri » avec des directeurs développement durable quand Co.théâtre



« Does it pay to be good? », le spectacle de Co.théâtre pour démontrer les enjeux sur la RSE. Crédit : co.théâtre

s'adjoit souvent les conseils d'association ou d'experts. Dans d'autres cas, la pièce est écrite sur mesure pour l'entreprise, lorsque celle-ci veut vraiment adapter la problématique à son environnement. La pièce n'est d'ailleurs souvent qu'un point

de départ et un point d'appui. L'échange qui suit avec les spectateurs est souvent crucial. Un temps qui peut être plus ou moins long, plus ou moins creusé et qui peut aussi intégrer des ateliers de mise en situation des collaborateurs. Il permet de digérer et décoder le spectacle mais aussi de le relier à ses propres questionnements ou situations vécues.

Le + : modulable, surprenant, permet une mise en situation

Le - : bien réfléchir à l'objectif visé : sensibilisation ou formation. Doit toujours être complété par la parole de l'entreprise.

Pour en savoir plus : www.co-theatre.com
www.acteursetcie.fr

→ Le mécénat de compétences pour ouvrir des perspectives

Pour quelques heures, quelques jours voire quelques semaines, le mécénat de compétences permet aux collaborateurs de s'engager sur le terrain, hors de l'entreprise. Quand celle-ci soutient le projet, l'impact peut être décuplé.

Proposer bénévolement les services de ses collaborateurs à une association ? C'est le choix qu'a fait Devoteam Management Consulting, une entreprise de 200 salariés spécialisée en management et en transformation digitale. Par le biais d'une mission de mécénat de compétences, plusieurs consultants ont accompagné La Croix Rouge et le réseau des épiceries solidaires Andes, dans leur stratégie de repositionnement de leur business model.

« Nous n'avons pas leur connaissance sectorielle mais nous leur avons apporté une méthodologie », témoigne Clément Mardini, l'un des deux salariés qui ont porté le projet auprès du comité de direction. Le binôme l'a convaincu de tester le mécénat de compétences pendant quelques mois, à travers un projet pilote. « L'entreprise peut être un vecteur d'engagement. On nous attend aussi sur nos capacités à tester des approches nouvelles et à réfléchir à notre impact, poursuit-il. Par ailleurs, le mécénat de compétences permet de répondre à la quête de sens des salariés et contribue à la marque employeur. Pour moi, l'entreprise moderne est une entreprise responsable et sociale ». A court terme, l'enjeu est de convertir ce dispositif en une véritable politique d'entreprise, dès 2016. A plus long terme, Devoteam pourrait se positionner sur des thématiques comme le handicap et de la promotion des femmes – deux catégories peu présentes dans les métiers du digital.

Un outil de cohésion d'équipe

« Grâce au mécénat de compétence, le collaborateur qui se porte volontaire devient acteur de la RSE et n'est plus seulement spectateur », assure Jean-Michel Pasquier, fondateur de Koeo, une plateforme de mécénat de compétences qui fait du conseil, de l'animation et de la mise en relation. Depuis 2010, son entreprise a accompagné la mise en œuvre de 11 000 heures de mécénat de compétences dans 50 entreprises et quelques 80 associations. Et depuis deux ans, l'engouement est croissant, souligne-t-il. « Le mécénat de compétences est de moins en moins un sujet tabou pour les salariés. Il y a quelques années, ils n'osaient pas trop en parler par peur de la réaction de leur hiérarchie. Mais les directeurs RSE ou RH ont très bien compris les bénéfices qu'ils pouvaient en



Un séminaire de la Croix Rouge auquel a participé Devoteam Management Consulting (credit: hantelway) Crédit : La Croix Rouge

retirer. D'autant qu'il ne faut pas forcément un engagement important. Quelques heures dans l'année peuvent suffire.»

C'est le cas chez Amplegest, une société de gestion patrimoniale qui compte 27 salariés. Chaque année, les salariés consacrent deux jours à des chantiers solidaires. Peinture, bricolage, jardinage, rangement... Les collaborateurs en redemandent. « La finance a une très mauvaise image, c'est un métier stressant. Il est donc important de compenser cela par un engagement fort de l'entreprise sur les questions RSE. C'est aussi un formidable outil pour la cohésion de l'équipe », témoigne Arnaud de Langautier, le président de la structure. L'entreprise réfléchit d'ailleurs à généraliser le mécénat de compétences. « Nous nous sommes beaucoup interrogés sur la valeur ajoutée de nos compétences dans le domaine du social et sommes tombés d'accord pour proposer du coaching pour les personnes en insertion. Un salarié est en train de mener l'expérience et, si c'est concluant, nous formerons d'autres collaborateurs », assure-t-il.

Le + : cohésion d'équipe sur des actions solidaires, en lien avec les métiers du salarié et/ou de l'entreprise

Le - : nécessité de se mobiliser sur un temps plus ou moins long et de trouver le bon partenaire associatif

Dossier réalisé par Conception Alvarez et Béatrice Héraud ■