

## **Quand les entreprises soutiennent l'engagement citoyen de leurs salariés - La Tribune - mars 2006**

**Quelques sociétés ont pris le parti d'aider, parmi leurs salariés, ceux qui s'investissent dans des missions d'intérêt général, en France ou à l'étranger, que ce soit par l'aménagement de leur temps de travail ou par un soutien financier.**

Conscientes que le fait d'avoir une activité autre que professionnelle est pour le salarié une source d'épanouissement, certaines entreprises accompagnent leurs collaborateurs, en quête de sens, dans des actions citoyennes. Dernière en date à avoir formalisé la démarche, SFR, qui a mis en place un accord avec ses partenaires sociaux, instituant un « forfait temps citoyen » de six à onze jours par an, pendant lesquels 50 salariés pourront, tout en étant rémunérés, se consacrer à des activités bénévoles dans les domaines de la protection de l'enfance ou du handicap - deux causes par ailleurs soutenues financièrement depuis quatre ans par SFR. Le dispositif ambitieux s'inscrit dans le cadre du mécénat dit de compétence. [...]

A l'instar de l'opérateur de téléphonie mobile, un nombre croissant d'entreprises accordent du temps à leurs salariés pour qu'ils se consacrent à des activités citoyennes. Le site Internet du musée du Louvre a ainsi, été conçu, par une équipe de consultants d'Accenture mis gracieusement à disposition. Chez Deloitte, une vingtaine de collaborateurs animent des ateliers en faveur des demandeurs d'emploi. De son côté, la Caisse des dépôts - véritable pionnière en la matière -, dont un accord-cadre institue un système de volontariat rémunéré d'une durée de deux ans, a permis à certains de ses salariés de travailler au sein de la Croix-Rouge dans des postes de direction. Au total, le « mécénat de compétence » séduit près d'un tiers des entreprises mécènes de plus de 200 salariés, d'après une étude CSA-Admical (Association pour le développement du mécénat industriel et commercial).

### **Subventions**

En plus d'aménager du temps à leurs employés pour vaquer à leurs occupations de bien commun, certaines entreprises subventionnent les associations dans lesquelles ils s'impliquent. Ainsi la fondation Kronenbourg propose des systèmes « coup de pouce » de l'ordre de 1.000 euros par an, versés directement à l'association dont le salarié est membre. Signe des temps, l'ONG Planète urgence (ex Congés solidaire) rencontre un réel succès auprès des entreprises. Depuis sa fondation en 1999, elle a envoyé sur le terrain plus de 500 salariés grâce à la contribution financière de près de 150 entreprises et collectivités locales.

Pour toucher les candidats, l'ONG développe des partenariats avec les entreprises en leur proposant d'envoyer leurs salariés en mission dans un pays du tiers-monde pendant leurs congés ou leur RTT, pour un coût d'environ 2.000 euros par volontaire. [...]

La fibre altruiste des salariés commence, dans certaines entreprises à intéresser les ressources humaines. Bien qu'embryonnaire, cette tendance est symptomatique de l'intérêt que suscitent ces dispositifs. Chez Eau de Paris, l'engagement humanitaire est conçu comme un outil d'évaluation du personnel. La sélection des candidats aux missions humanitaires se fait par un jury intégrant des responsables de la DRH et la compagnie a décidé de valoriser cette mobilisation humanitaire des salariés, en la prenant en compte dans leurs entretiens d'activité annuels.

D'autres entreprises, enfin, voient dans le mécénat participatif un outil de gestion de fin de carrière des seniors : tel EDF-GDF, qui encourage ses salariés de plus de cinquante-cinq ans à s'engager dans des associations ; ou la Caisse des dépôts, qui réserve désormais son dispositif aux salariés en préretraite.

Silvana Adami.