



« Parce qu'en parler est aussi un acte de solidarité »

DOSSIER DE PRESSE

Le bénévolat de compétences, créateur de richesse sociale Une idée qui fait son chemin...

Mardi 30 janvier de 8h30 à 12h00

Lieu :

Tour Descartes, n°5 - IBM
2, av Gambetta
92066 Paris La Défense Cedex
M° La Défense (Grande Arche) – Ligne 1
Tel : 01 49 05 36 94

Pour toute information concernant cette conférence et l'étude, contacter Patricia LAVAUD
T : 06 11 73 99 36 – email : plavaud@passerellesetcompetences.org

Passerelles & Compétences

17, Boulevard DELESSERT

75016 Paris

T : 01 47 56 91 43 – email : contact@passerellesetcompetences.org

www.passerellesetcompetences.org

Le bénévolat de compétences, créateur de richesse sociale

Passerelles & Compétences, créée en 2002, a favorisé depuis son lancement une nouvelle forme de solidarité, **le bénévolat de compétences** (missions bénévoles impliquant les compétences professionnelles et travail en mode projet...)

En 2007, *Passerelles & Compétences* fête sa cinquième année d'activité et a souhaité à l'occasion de cet anniversaire porter un regard rétrospectif sur cette **forme alternative de bénévolat**.

Pour ce faire, *Passerelles & Compétences* a réalisé en 2006 une étude inédite auprès de bénévoles en activité professionnelle.

Cette conférence a pour objectif de présenter les résultats de cette étude, de réfléchir sur l'évolution du bénévolat en France et de mettre en exergue cette nouvelle pratique de bénévolat axé sur les compétences professionnelles.

- Y Quelle est la portée du bénévolat sur l'évolution du monde associatif, de la citoyenneté ?
- Y S'agirait-il d'une transformation sociale voulue et faite par des « gens ordinaires » ?
- Y Cette forme d'implication sociale reflète-t-elle une nouvelle forme d'engagement citoyen individuel ?
- Y Quelles sont les interactions entre bénévolat de compétences et évolution professionnelle et personnelle ?

Pour plus d'informations sur *Passerelles & Compétences*, voir La Fiche d'identité *Passerelles & Compétences* en fin de dossier.

Programme de la conférence

8h30 : Accueil

9h00 - 9h05 : Introduction générale et présentation des intervenants

Patricia Lavaud – Responsable Communication, Relations Medias – *Passerelles & Compétences*

9h05 – 9h25 : Panorama du bénévolat en France

Cécile Bazin – Directrice Etudes - **CERPHI** & Dominique Thierry – Vice-Président – **France Bénévolat**

9h25 – 9h40 : Le bénévolat de compétences : profils, motivations et apports

Sandrine FDIDA – Responsable Etudes et Projets – *Passerelles & Compétences*

Présentation des résultats d'une étude réalisée en 2006 auprès de bénévoles en activité professionnelle

- Une photo du bénévolat de compétences : à l'encontre d'idées reçues
- Motivations et apports perçus du bénévolat
- Une approche innovante en communication : l'intérêt du bouche à oreille

9h40 – 10h15 : Retours d'expérience sur le bénévolat de compétences

- le regard de bénévoles

Michel Pierre Méjane – Directeur du **Cabinet Mejane & Associés**

Nicolas Bruneteaux – DRH – **Velux**

- le regard d'un responsable associatif

Stefen Cazade – Directeur – **Unis Cité**

10h15 – 10h30 : séance de questions-réponses

10h30 – 10h50 : La valeur ajoutée d'un engagement bénévole sur le capital compétences

Isabelle Kinderf, Consultante, Leroy Consultants, BPI Group

10h50 – 11h30 : L'apport du bénévolat dans la construction individuelle et sociale

Regard de Maud Simonet-Cusset, chercheur, **GRASS – CNRS*** sur les interactions entre travail bénévole et carrière

professionnelle, les différentes dimensions de l'engagement bénévole, les relations entre bénévolat - travail associatif - monde du travail. Valeur bénévolat et valeur travail, antagonisme ou complémentarité ?

* GRASS :Groupe de Recherche et d'analyse du social et de la sociabilité

11h30 – 11h45 : Conclusion

Patrick Bertrand, Président, *Passerelles & Compétences*

11h45 – 12h00 : séance de questions-réponses

12h00 Point Presse
Cocktail

Synthèse de l'étude

« Le bénévolat de compétences, créateur de richesse sociale »

Qu'est-ce que le bénévolat de compétences ? Qui est concerné ? Qu'est-ce qui motive les individus à s'engager sous cette nouvelle forme de bénévolat ? Comment en ont-ils entendu parler et en parlent-ils autour d'eux ? Autant de questions auxquelles nous avons voulu apporter des réponses, pour nous **permettre de mieux voir, écouter et comprendre l'évolution actuelle du bénévolat, et en particulier celle du bénévolat de compétences.**

Pour cela nous avons mené une étude auprès des bénévoles et relais de l'association *Passerelles & Compétences*.

Entre mai et octobre 2006, un questionnaire a été envoyé à l'ensemble des bénévoles et des entretiens ont été menés sur Paris et sur Lyon. Le traitement des réponses de manière quantitative et qualitative (*une centaine de questionnaires et une vingtaine d'entretiens conduits*) – par des analyses de contenu et sémiotiques - a permis de dresser un portrait sociologique des bénévoles, de comprendre leurs motivations et leur mode de communication.

I – Une photo du bénévolat de compétences : à l'encontre d'idées reçues

L'analyse sociologique des bénévoles fait voler en éclat nombre d'idées reçues, souvent entendues et galvaudées :

∨ **« Le bénévolat, c'est pour les personnes sans activité professionnelle » :**

80% des bénévoles exercent une activité professionnelle rémunérée et ont entre 25 et 45 ans.

La majorité, 67% a un statut de cadre, puis apparaît la catégorie des employés et enfin celle des « artisans, commerçants et chefs d'entreprise » (*suivant la nomenclature INSEE*).

∨ **« Le bénévolat, c'est une affaire de femmes » :**

54% des bénévoles impliqués dans le bénévolat de compétences sont des hommes

∨ **« Le bénévolat concerne surtout les célibataires qui n'ont pas de charge de famille » :**

68% sont mariés et ont des enfants. Parmi ceux-là, seuls 8% ont un seul enfant, une majorité ont deux enfants, certains ayant plus de quatre enfants à charge.

Les autres enseignements de cette analyse sociologique révèlent que le bénévolat de compétences n'est pas seulement un phénomène de grandes villes.

En effet si la majorité des bénévoles étudiés est parisienne, l'ouverture d'une antenne de *Passerelles & Compétences* sur Lyon depuis plus de deux ans montre avec une croissance forte de cette activité dans la région Rhône Alpes et les autres ouvertures dans des villes de province telles que Valenciennes ou Poitiers - Niort met en relief une **extension nationale du phénomène.**

Par ailleurs, l'étude met en relief une **multi-implication des bénévoles**. En effet, les bénévoles sont **88%** à indiquer qu'ils **font partie d'autres associations** et, parmi ceux-là plus de 30% mentionnent appartenir à au moins trois associations.

Les associations de solidarité sont privilégiées avec 30% des répondants, puis viennent ensuite les associations liées au monde scolaire (intégrant les associations de parents d'élèves et les réseaux d'anciens) et les associations professionnelles (avec les associations métier ou syndicats professionnels).

L'investissement associatif fait donc partie du comportement des bénévoles et varie entre une implication solidaire et une implication que l'on pourrait qualifier de « sociale », pour s'intégrer dans des réseaux sociaux.

Ainsi l'engagement associatif révèle un état d'esprit, une manière d'être dans la société, d'agir et de nouer des liens.

II – Les motivations au bénévolat et au bénévolat de compétences en particulier

1.1 Les motivations au bénévolat

L'analyse des discours des bénévoles rencontrés lors d'entretiens individuels permet de mettre en avant **cinq sources principales de motivation au bénévolat** :

■ Le besoin de sens

Le besoin de sens et d'utilité personnelle s'exprime principalement en opposition à une réalité insatisfaisante. Ainsi certains expriment cela par rapport à la **perte de sens et de repères dans le monde du travail** « *c'est un monde que j'aime bien car on y trouve souvent davantage de sens que dans l'entreprise ... en tout cas les valeurs sont portées et incarnées* ». Pour d'autres ce besoin s'exprime contre le risque de repli sur soi.

Au-delà du sens, les personnes expriment aussi **un besoin de valorisation personnelle**, pour donner de la valeur à ce qu'elles font, sentir que cela peut-être utile « *j'ai l'impression, quand je fais une mission, d'être véritablement utile ... là j'apporte un savoir-faire, je sais exactement évaluer ce savoir-faire dans le monde privé donc là je vois ce que j'apporte et j'arrive bien à concilier*»

■ Une logique altruiste ou éthique

Les personnes dans cette logique expriment surtout **un souci d'aider l'autre** « *si on fait du bénévolat c'est qu'on aime les gens* ». Au-delà apparaît un besoin de justice sociale où transparaît une orientation éthique « *ça ne peut pas marcher que par l'Etat et le système public, ni que par le capitalisme et les entreprises, ça marche aussi par le don de soi, la gratuité et le bénévolat* ».

L'engagement bénévole peut aussi rejoindre une **volonté de défendre des convictions**.

■ Le besoin de découverte

Les répondants y trouvent un moyen de **sortir de son environnement habituel** « *j'avais envie d'en faire en dehors de mon activité professionnelle* » pour découvrir d'autres organisations, avec d'autres personnes « *ce que je recherche dans le bénévolat c'est rencontrer d'autres personnes !* ».

■ Le respect d'une tradition familiale

Ainsi **des valeurs familiales ancrées** favorisent l'engagement de l'individu dans le bénévolat, sans qu'il soit forcément motivé par des convictions propres à le faire « *J'ai baigné là-dedans, mes parents ont toujours été dans des associations ... C'est vraiment normal de donner.* »

■ La poursuite d'une finalité professionnelle ou sociale

Pour certains l'**engagement dans une association** est **en ligne avec une finalité professionnelle ou sociale** avec le souci de développer un réseau local « *et puis par ailleurs ce qui m'intéressait c'est que c'était une façon également de mieux connaître le réseau professionnel de Lyon ...*».

1.2 Les motivations au bénévolat de compétences, avec *Passerelles & Compétences*

Les motivations qui ont poussé les répondants à choisir *Passerelles & Compétences* pour faire du **bénévolat de compétences** se regroupent suivant **sept grandes thématiques**, présentées ci-dessous :

■ L'originalité du concept

La recherche d'adéquation entre compétences professionnelles et besoins associatifs ciblés est perçue comme un **concept novateur, original, unique, pragmatique, utile**. Il s'inscrit dans la sphère de la solidarité, permettant d'agir pour un monde meilleur et contre les déséquilibres sociaux. Il acquiert donc une **valeur politique et sociétale**.

La **neutralité du concept** est aussi mise en exergue et participe à cette valorisation sociétale.

« *Le concept original du cadeau de compétences* », « *Projet novateur permettant de s'impliquer pour un monde meilleur, en optimisant sa valeur ajoutée et ses disponibilités* »

■ La souplesse de l'engagement

L'**engagement ponctuel** est **adapté à des contraintes de disponibilités**, il permet de concilier vie professionnelle et bénévolat. Il offre une liberté d'engagement et permet d'agir à différents niveaux (*bénévoles ou relais**)

« Permettre à des professionnels de donner de leur temps sur une période de courte durée et en valorisant leurs compétences », « La possibilité de faire des missions en parallèle de mon activité professionnelle + La possibilité d'accepter ou de refuser les offres ».

* Le rôle de « Relais » consiste à recevoir l'ensemble des offres de missions de l'association et à les transférer par mail à des personnes de sa connaissance.

■ Un focus sur les compétences mis en avant

La **focalisation sur les compétences** est l'**élément différenciant** mis en valeur par les répondants. Elle est perçue comme motivante selon des points de vue différents : mettre à profit gratuitement ses compétences, transmettre, valoriser et apporter une expertise, répondre à un souci d'efficacité avec un impact immédiat.

« L'accès rapide à des missions bien en phase avec les compétences », « Concilier la volonté de s'engager et une approche en mode projet, concentrée sur des compétences professionnelles plutôt que sur le seul don de temps ».

■ Une image de professionnalisme

Au niveau de l'approche, de la méthode, de l'engagement moral demandé, du niveau d'exigence métier perçu à travers les discours, tous ces **éléments** sont **perçus comme professionnels et valorisés comme un gage de sérieux et de confiance**. « Passerelles & Compétences a une organisation méthodique et une éthique rigoureuse ».

■ Une diversité de contacts, vers plus d'ouverture

La **variété et la diversité des contacts**, des associations, des missions est un atout et répond à un besoin de découverte et d'ouverture « permet de connaître de nombreuses associations ... la diversité des missions possibles... une grande ouverture sur le milieu associatif en général ».

III – Une approche innovante en communication : du bouche à oreille subi au bouche à oreille nourri

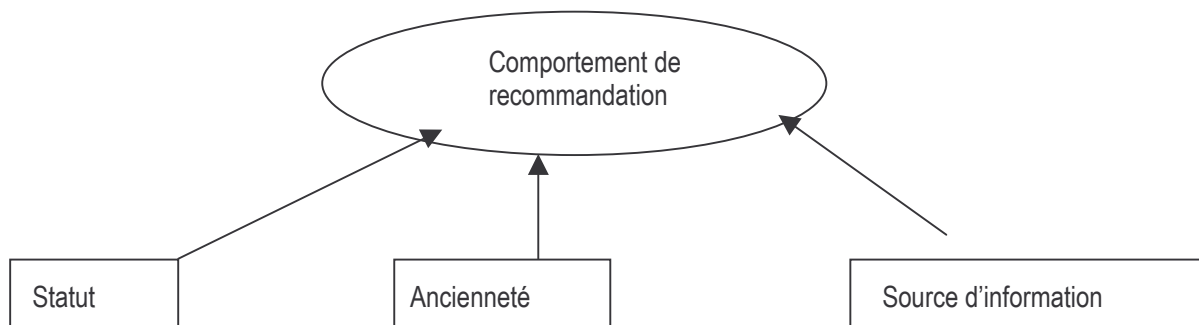
Depuis 5 ans, le **bouche à oreille** s'est révélé être le **principal moyen de connaissance de Passerelles & Compétences** et sa principale source de recrutement de bénévoles. Aujourd'hui encore, notre étude montre que **60% des personnes interrogées ont connu Passerelles & Compétences par recommandation, via le bouche à oreille**.

Devant l'ampleur du sujet, media de communication et mode de recrutement, il nous est apparu intéressant d'essayer d'aller plus loin et comprendre comment fonctionnait ce bouche à oreille.

Si l'expérience et les recherches en marketing montrent que le bouche à oreille ne peut se contrôler ou se piloter, il est en revanche possible de l'alimenter, de le nourrir pour favoriser son maintien dans le temps.

Qu'est-ce qui favorise le bouche à oreille ?

Une analyse statistique nous a permis de mettre en valeur **trois facteurs clés qui favorisent un comportement de recommandation**, comme le montre le schéma ci-dessous :



■ le statut « *relais* » ou « *bénévole* » : le rôle de « *relais* » est proposé aux personnes qui le souhaitent - *bénévole, partenaire ou individu* -, qui adhèrent à l'idée et au concept : Cela consiste à recevoir l'ensemble des offres de missions de l'association et à les transférer par mail à des personnes de sa connaissance. L'étude révèle que les personnes qui ont accepté ce rôle l'ont consciemment endossé. Elles jouent le jeu et se déclarent actives, **elles en parlent autour d'elles, et sont influentes dans le recrutement de nouveaux bénévoles.** Au contraire, le fait d'**être uniquement bénévole**, sans avoir accepté ce rôle de « *relais* », **ne semble pas inciter les personnes à en parler autour d'elles.** Cette expérience semble être vécue de manière plus personnelle. Le bénévolat est, selon 62% des répondants, d'abord un comportement pour soi ; les autres indiquant en parler autour d'eux.

■ l'ancienneté : plus les membres sont anciens, plus ils sont impliqués, plus ils en parlent et sont influents autour d'eux. **L'ancienneté favorise donc le fait d'en parler à son entourage et par là-même l'influence.**

■ la source d'information : alors que **les personnes qui recommandent *Passerelles & Compétences* indiquent avoir eu connaissance de *Passerelles & Compétences* via des liens forts** (amis, parents) ou faibles (connaissances personnelles ou professionnelles), ceux qui en parlent le moins, ont connu *Passerelles & Compétences* via une autre source d'information (internet ou la presse). Ces résultats nous permettent de penser que les personnes investies dans un processus de bouche à oreille, ont tendance à se renseigner et se fier à leurs pairs alors qu'un « non actif », moins impliqué naturellement dans une logique de réseau, s'informerait via d'autres sources. **Le bouche à oreille favoriserait donc le bouche à oreille !**

Comment fonctionne le bouche à oreille ?

Pour comprendre comment s'opère ce phénomène, nous nous sommes basés en partie, sur une approche de recherche développée par Ozcan et Ramaswamy (2002).

Pour qu'un phénomène de bouche à oreille existe, il faut qu'il y ait au minimum, selon ces auteurs :

- une relation de communication (recommandation, échange, conseil ...)
- une relation entre deux entités humaines
- un lien étudié relatif à la consommation d'un produit ou service
- une relation psychologique entre les individus et l'entité de consommation (opinion, satisfaction ...)

La variété des formes et composantes du bouche à oreille est plus importante qu'il n'y paraît à première vue. Ainsi les auteurs vont distinguer différents axes de réflexion :

■ 4 types de bouche à oreille

En fonction des propriétés intentionnelles (*instrumental vs non - instrumental*) et structurelles (*asymétrique vs symétrique*) de la relation, se distinguent la transmission, la persuasion, la conversation, le discours.

■ 4 types d'entité humaine

En fonction du rôle de chacun dans le processus de création de valeur (*passif vs actif*) et de la structure de leurs liens dans le processus d'extraction de valeur (*indépendant vs inter - dépendant*), se distinguent le consommateur, le client, l'organisation, la communauté.

■ 4 types de relation sociale

En fonction du domaine (*privé vs publique*) et de l'attitude dominante (*expressive vs normative*). Se distinguent l'interaction personnelle, de pair, familiale, professionnelle.

■ 4 types de relation psychologique

Le contenu de la relation de communication dépend de son caractère interactionnel (*objectif vs subjectif*) et modal (*cognitif vs affectif*), ainsi se distinguent l'information, la satisfaction, l'évaluation, l'expérience.

■ 4 types d'entités de consommation

En fonction du flux de création de valeur (*unilatéral vs multilatéral*) et du lieu d'origine de la création de valeur (*externe vs interne*), se distinguent le produit, le service, le fournisseur, la pratique.

Dans notre cas, l'analyse des comportements a fait apparaître 3 types de bouche à oreille : **la transmission, la persuasion, la conversation entre individus**. Les quatre types de relations sociales évoquées sont exploités ainsi que les quatre modes de transmission, appelés par les auteurs « types de relations psychologiques ». Enfin, c'est surtout **la pratique ou le service qui sont ici mis en valeur**.

Comment les personnes actives dans ce bouche à oreille fonctionnent-elles ? Agissent-elles toutes de la même manière ou certaines ont-elles un comportement différent ?

Ce sont ces questions qui ont entretenu une analyse réalisée à partir des verbatims des entretiens en exploitant une méthode sémiotique. Cette méthode permet de révéler le sens des discours et nous permet d'identifier 3 types d'acteurs :

■ **Les « partageurs d'expériences »** : ils communiquent leurs expériences et leurs vécus avec un discours affectif, dans une relation de proximité où ils doivent se sentir en confiance. Le mode de contact se fait essentiellement par voie orale, en face à face, favorisant l'échange d'émotions. C'est l'expérience de bénévolat qui déclenche le bouche à oreille. Les expériences positives nourrissent leurs échanges alors que les expériences négatives peuvent engendrer un bouche à oreille négatif.

■ **Les « diffuseurs d'informations »** : ils s'impliquent dans un processus de bouche à oreille dans le but de transmettre une information. Ils se voient d'ailleurs comme des passerelles permettant de faire circuler des informations auprès de personnes intéressées. Leur démarche s'oriente autant auprès de proches, qui sont rapidement et exhaustivement contactés, que de connaissances, dont le contact se fait plus au cas par cas. Ils sont souvent pro - actifs et rebondissent en fonction des opportunités de rencontres. Leur discours se focalise essentiellement sur l'idée, le concept de l'association. Le mail est un moyen de contact privilégié, qui peut se compléter d'une communication orale.

■ **Les « liants sociaux »** : orientés vers une forte sociabilité, ils se donnent pour mission de mettre en relation des personnes, d'exploiter un « capital social » (leurs réseaux de relations) pour répondre à des besoins identifiés. Leur démarche s'ouvre principalement vers des connaissances, des personnes qui ne font pas partie de leur entourage proche, dans un but de découverte et d'enrichissement. Leur démarche est variée en terme de moyens (mail et oral), en terme d'orientation (pro - active, réactive, opportuniste). Au cœur de réseaux sociaux, ils n'hésitent pas à faire des liens entre groupes sociaux différents et peuvent devenir des référents qu'on sollicite pour des conseils.

Ainsi cette analyse révèle la richesse de comportements dans la communication autour de *Passerelles & Compétences* qui diffère selon les individus contactés, le contenu du discours (*l'expérience ou le concept*), la forme du discours (*un registre affectif ou plus distancié*), le canal de communication (*le mail et/ou l'oral*), la motivation de chacun à échanger et leur manière de réagir.

Conclusion et chiffres clés de l'Etude, voir page suivante

Chiffres et éléments clés de l'étude

Entre mai et octobre 2006, un questionnaire a été envoyé à l'ensemble des bénévoles et des entretiens ont été menés sur Paris et sur Lyon. Le traitement des réponses de manière quantitative et qualitative (*une centaine de questionnaires et une vingtaine d'entretiens conduits*) – par des analyses de contenu et sémiotiques - a permis de dresser un portrait sociologique des bénévoles, de comprendre leurs motivations et leur mode de communication.

L'analyse sociologique des bénévoles fait voler en éclat nombre d'idées reçues, souvent entendues et galvaudées :

Y **« Le bénévolat, c'est pour les personnes sans activité professionnelle » :**

80% des bénévoles exercent une activité professionnelle rémunérée et ont entre 25 et 45 ans.

La majorité, 67% a un statut de cadre, puis apparaît la catégorie des employés et enfin celle des « artisans, commerçants et chefs d'entreprise » (*suivant la nomenclature INSEE*).

Y **« Le bénévolat, c'est une affaire de femmes » :**

54% des bénévoles impliqués dans le bénévolat de compétences sont des hommes

Y **« Le bénévolat concerne surtout les célibataires qui n'ont pas de charge de famille » :**

68% sont mariés et ont des enfants. Parmi ceux-là, seuls 8% ont un seul enfant, une majorité ont deux enfants, certains ayant plus de quatre enfants à charge.

L'analyse des comportements a fait apparaître 3 types de bouche à oreille : **la transmission, la persuasion, la conversation entre individus**. Quatre types de relations sociales sont exploités ainsi que quatre modes de transmission, appelés « types de relations psychologiques ». Enfin, c'est surtout **la pratique ou le service qui sont ici mis en valeur**.

Cette analyse révèle la richesse de comportements dans la communication autour de *Passerelles & Compétences* qui diffère selon les individus contactés, le contenu du discours (*l'expérience ou le concept*), la forme du discours (*un registre affectif ou plus distancié*), le canal de communication (*le mail et/ou l'oral*), la motivation de chacun à échanger et leur manière de réagir.

Conclusion

En réponse aux questions initiales, nous pouvons dire que **le bénévolat de compétences intéresse tout professionnel, quel que soit son genre et son statut social ou familial**.

Ce qui rassemble ces bénévoles tient plutôt à **la volonté de s'engager et d'agir dans la société, pour répondre à un besoin de sens, d'éthique ou de diversité**. La transmission de compétences, à titre gratuit, est animée par la volonté d'apporter une expertise, une valeur ajoutée dans des structures qui ont des besoins, dans un souci d'efficacité, en un sens **mêler engagement social et pragmatisme efficace**.

Les individus engagés, qui en parlent autour d'eux, sont le principal moyen de communication pour informer, échanger, recruter de nouveaux bénévoles. Avec peu de moyens de communication, il est possible d'agir en tenant compte de la réalité de ce bouche à oreille, de la réalité des réseaux sociaux, en écoutant ses acteurs et en tentant de leur apporter des informations adaptées et des réponses.

« Parce qu'en parler est aussi un acte de solidarité ».

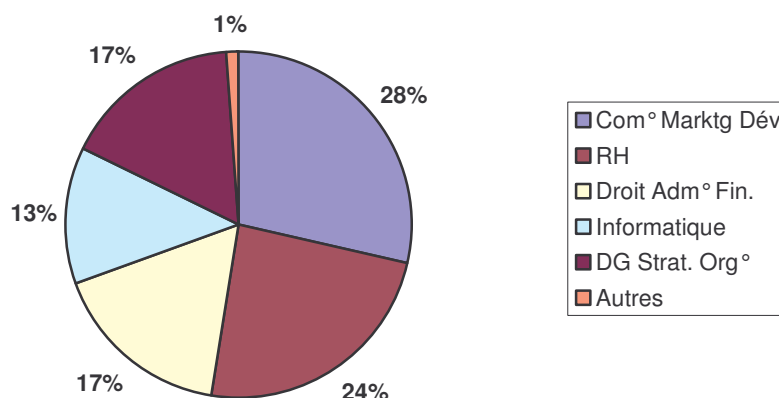
A propos de *Passerelles & Compétences*

Passerelles & Compétences a pour vocation de **promouvoir le bénévolat de missions, une nouvelle forme de solidarité au service des associations.**

Depuis 5 ans, *Passerelles & Compétences* fédère des bénévoles offrant gracieusement leurs compétences aux associations de solidarité dans le cadre de missions ponctuelles à **Paris, Lyon** et depuis fin 2006, dans la **région de Nord Picardie et Poitou-Charentes.**

- ❖ **1 000** bénévoles
- ❖ **380** missions réalisées
- ❖ **200** associations partenaires
- ❖ **180** relais
- ❖ **4** implantations locales : **Paris, Lyon, Nord Picardie et Poitou-Charentes**

Compétences recherchées par type de fonction



54% des bénévoles impliqués dans le bénévolat de compétences sont des **hommes**

Pour toute demande d'informations ou d'interviews, contacter Patricia LAVAUD
T : 06 11 73 99 36 – email : plavaud@passerellesetcompetences.org