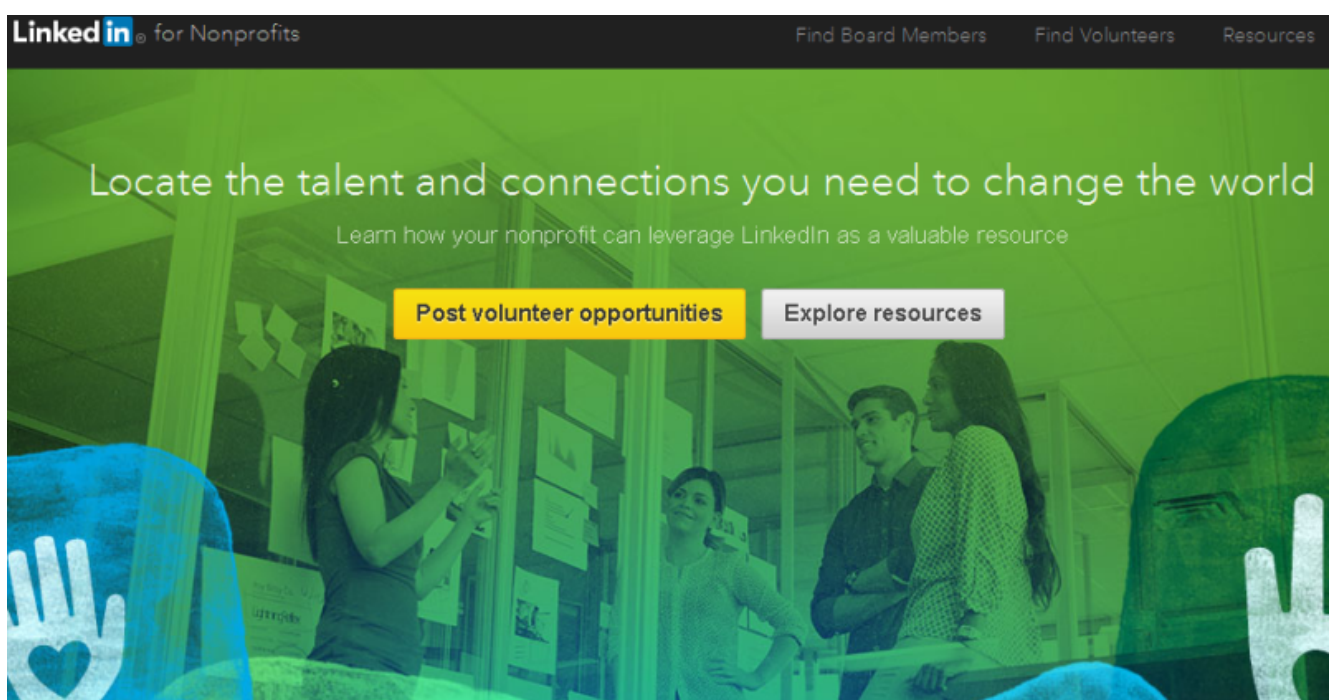


Linkedin propose une offre pour le recrutement de bénévoles

Tout comme [Google](#), [Salesforce](#), et d'autres, LinkedIn propose une offre et un support dédiée aux ONG via son site [LinkedIn for nonprofits](#).



Partant du constat que:

- 82% des membres de LinkedIn expriment un intérêt pour le volontariat ;
- 20% des employeurs révèlent avoir embauché un candidat en raison de son expérience de bénévole ;
- 41% des membres de LinkedIn estiment qu'une expérience de bénévole valorise une carrière autant qu'une expérience rémunérée ;

les membres du réseau sont encouragés à présenter leurs engagements bénévoles dans leur profil, et les ONG à proposer des offres sur leurs pages.

Ceci représente pour LinkedIn une extension naturelle dans son rôle d'intermédiaire dans les processus de recrutement, et lui permet par ailleurs d'élargir sa cible d'utilisateurs à un public plus jeune (étudiants entrant dans la vie professionnelle) ou motivé par d'autres préoccupations qu'une activité rémunérée.

Cela représente également pour cette plateforme la possibilité de répondre à un véritable besoin de recrutement de la part des ONG. Le dépôt d'une annonce n'est d'ailleurs pas gratuit : 14€ pour une parution de 30 jours, soit une réduction de 90% par rapport au tarif de base.

Le site propose une série de conseils et de bonnes pratiques pour :

- [créer la page de l'ONG](#)
- [créer un groupe](#)
- [poster une annonce pertinente](#)
- [etc.](#)

vous avez aimé le SDF sur Iphone, vous adorerez le QR code SDF ... ou pas

Le SDF tagamochi sur Iphone, c'était [ici](#) (appli iHobo développé pour l'association dePaul UK)

L'association Simon on the Street, qui agit auprès des SDF dans le Yorkshire, a mené (en décembre 2011) une opération de

street marketing basée sur les QR Codes.



Cette opération a consisté à placer dans la rue des cartons sur lesquels était imprimé un QR code, environné d'objets associés en général aux SDF, tels qu'une couverture, des bouteilles vides, des sacs de course.

Le passant pouvait alors flasher le QR code, et se trouvait dirigé vers une page de don en faveur de l'association.

Les résultats de l'opération restent en dessous des objectifs :



Simon on the Streets (with a little help from Propaganda)

Page owner
[Propaganda Agency](#)



71%

1.770,26 €
raised of 2.467,26 € target

22
donations

Donate

(sur les 1 700€ récoltés, 1 200 l'ont été via un don de l'agence en charge de l'opération, et seuls 21 dons en ligne ont été recensés).

Une toute autre façon d'aborder la question, par l'association [Life Vest Inside](#). Cette association oeuvre pour le développement des bonnes actions au quotidien. Le film Kindness Bommerang montre une succession d'actes concrets de bonté. Gentil.

[iframe <http://www.youtube.com/embed/nwAYpLVyeFU> 560 315]

petites annonces humanitaires à Lyon (HumanIServe) : bénévolat et don



voir le site
[humanIServ](#)

- Cette initiative de 3 étudiants lyonnais n'est actuellement opérationnelle que sur la région de Lyon, mais a vocation à

s'étendre sur d'autres villes.

Il s'agit d'une plateforme de petites annonces en ligne (développée sous WordPress par [l'agence adeoDesign](#)), dont la particularité est que la rétribution du service rendu consiste en un don effectué par le bénéficiaire à une association choisie par la personne qui rend le service en question (« l'humani-membre »).

Une fois inscrit sur le site, il est possible de déposer une annonce ou de consulter les annonces enregistrées.

Les annonces peuvent être consultées par thèmes, allant de l'aide administrative au soutien scolaire en passant par les services aux personnes âgées ou la mécanique.

● Une fois arrivé sur la page d'une annonce (exemple ci-dessous), il est possible de **répondre à l'annonce**, de **noter l'annonceur**, de **partager l'annonce via des réseaux sociaux** ou des sites de partages de liens.

Le détail de l'annonce précise quelle est l'association bénéficiaire, ainsi que le montant de don demandé.



● Les associations actuellement bénéficiaires sont à ce jour les suivantes :

- Habitat et Humanisme
- Fondation MVE
- LACIM
- ECIDEC
- Elevage sans frontières
- Source vive

- Sans douter des intentions de ce site, une plus grande transparence pourrait être affichée sur le modèle économique du site et le coût éventuel pour les associations.

De même, pourraient être affichés en ligne les résultats obtenus par chaque association (nombre de bénévoles, nombre d'actions, volume des dons recueillis). Sans doute pour la prochaine version !

All for good : le bénévolat 2.0

Le contexte et l'organisation du projet

Dans le cadre du projet OBAMA United we serve, dont un des aspects consiste à mobiliser les bonnes volontés aux états-unis durant 81 jours, du 22 juin au 11 septembre.

- Un site officiel supporte la communication de ce projet.



- Son lancement a été appuyé par une campagne d'emailing, destinée en particulier aux supporters d'OBAMA, et portant sur un événement spécifique (journée nationale du 27 juin pour le [National Health Care day of service](#))



- Dans ce contexte, un portail a été lancé par un groupe composé de divers acteurs du web (Google, Facebook, LinkedIn, Craigslist, Iedalist, the Huffington Post) mais aussi par des partenaires tels que l'UCLA et MTV.

Diverses associations, dont certaines sont parti prenantes au projet, alimentent le portail et mettent en ligne leurs besoins en ressource bénévole.

Le fonctionnement du portail



- Il est possible d'utiliser le portail de façon anonyme, ou en étant identifié (récupération de son profil Google ou Facebook).

- Différentes fonctions permettent de rechercher des offres par secteur géographique, domaine.

- Une fois arrivé sur la page de recherche, il est possible de signaler que l'on AIME une annonce, ou que l'on souhaite la PARTAGER, ou la signaler à ses AMIS.



- Il est également possible de cliquer sur un lien pour avoir le détail de l'annonce sur le site de l'association



Partenariats entreprises / associations

- On retrouvera avec intérêt sur ce thème le [rapport de synthèse \(novembre 2007\) de la table ronde organisée en juin 2007 par l'association le RAMEAU](#) :

Le bilan des partenariats

- 334 partenariats recensés, impliquant principalement les grands acteurs
- les actions sont diverses, et ne consistent pas seulement en le versement d'un chèque (financement de programmes, don en nature ou en prestation, apport de compétences, sensibilisation en entreprise)
- l'implication des salariés est un facteur essentiel, souvent à l'origine d'un partenariat
- Pour les associations, le poids financier est faible (2,5% du budget) mais en augmentation.
- Pour les entreprises, une moyenne de 0,2% du chiffre d'affaires (à comparer à 2% aux Etats-Unis). Mais cet effort reste concentré sur quelques entreprises.
- La relation entreprise/association ne va pas de soi :
 - Certaines associations sont dans une posture d'opposition
 - Les modes de gouvernance et de fonctionnement sont différents
 - peu de passerelles existent entre les « deux mondes »
- La relation reste à construire :
 - du point de vue de l'entreprise, si la notion de Responsabilité Sociale devient progressivement acquise dans son principe, les modalités de sa mise en oeuvre en sont à leur balbutiement
 - Les associations doivent trouver quelle peut être leur valeur ajoutée dans un projet de partenariat

Les enjeux pour les associations

- Le poids du secteur associatif augmente (budget, impact social)
- De ce fait, la pression sur les associations augmente et nécessite de leur part encore plus de transparence, de professionnalisme, ainsi qu'une visibilité à long terme
- La crise par ailleurs fragilise les ressources habituelles (dons privés, subventions), ce qui justifie la recherche de nouvelles formes de financement des

actions

Les enjeux pour les entreprises

- La pression des consommateurs, des actionnaires et des marchés financiers, des futurs recrutés, sensibles à l'engagement des marques
- Les collaborateurs impliqués dans les associations seraient plus productifs que leurs collègues *[sur les facteurs de productivité : à rapprocher d'une récente étude australienne montrant que l'utilisation de Facebook sur son lieu de travail augmente la productivité de 9% !!]*
- Les projets menés permettent de tisser des liens avec le tissu local, de retirer des pratiques innovantes

On retrouvera à ce sujet [sur le site de l'ORSE le rapport de 2005, toujours d'actualité, sur l'analyse des partenariats stratégiques ONG – Entreprises](#)

Les facteurs de succès

Chaque partenariat est unique, et sera un succès si certaines conditions sont remplies :

- Il doit correspondre à un enjeu réciproque
- Le projet doit être clairement identifié
- La transparence et la compréhension mutuelle doivent être privilégiées
- Les processus de gestion mis en oeuvre doivent être maîtrisés
- Les engagements doivent être formalisés
- Les actions doivent être suivies et évaluées

● Le contexte actuel amène à cet égard à une situation contradictoire : Autant la nécessité d'une plus grande responsabilité sociale des entreprises apparaît chaque jour plus nécessaire, autant la crise limite les marges de manoeuvre et les moyens qui peuvent être dégagés pour mettre

en oeuvre cette responsabilité dans la réalité.

On retrouvera les [résultats de l'enquête ADMICAL-CSA de février 2009, sur le mécénat face à la crise](#), dont un enseignement important est que si le mécénat dans la durée n'est pas remis en cause, on constate une évolution des pratiques :

- Développement du mécénat de compétences
- Sont privilégiés des secteurs tels que la solidarité ou la recherche au détriment de la culture et du sport

[question de vocabulaire : peut-on assimiler le mécénat au partenariat évoqué plus haut ?]

● Après avoir interrogé les citoyens et les entreprises dans le cadre de l'[observatoire des partenariats](#), Le troisième volet de l'étude ARPEA est en cours, et les associations peuvent répondre jusqu'au 24 avril à un questionnaire en ligne sur le site de la CPCA

● Une des questions à suivre sera l'impact des fonds de dotation :

- Seront-ils considérés comme un pur outil de défiscalisation ?
 - Faciliteront-ils la mise en oeuvre de partenariats tels qu'ils ont été évoqués ?
-

L'utilisation d'internet par les associations humanitaires

A lire sur le journal du net, un dossier sur l'utilisation d'internet par les associations humanitaires

Différents exemples sont donnés

- le site de [Charitic](#)
- le site de [Babyloan](#) (micro crédit)
- le don d'objets ([donnons.org](#))
- ainsi qu'un lien sur un [article ancien sur le thème du surf solidaire](#)

militantisme sur internet : un bien durable ?

La moitié des citoyens ayant milité sur Internet pendant les élections américaines pour le nouveau président annoncent qu'ils continueront à montrer leur soutien pendant l'année à venir, mais dans le monde « réel » cette fois. Voilà l'une des conclusions de l'enquête téléphonique menée par le Pew Internet. [Plus de détails dans l'article publié par l'atelier](#)

Sur le site de ce même cabinet, une intéressante rétrospective concernant la campagne Internet d'Obama

Les français s'engagent malgré la crise

Don d'argent (cf. les résultats du dernier téléthon), ou *don de temps* ?

Il semble que la crise n'ait pas affecté la générosité des français. Néanmoins, des changements de tendance apparaissent :

- préférence aux causes de proximité
- un plus grand nombre de plus de petits dons
- des dons en nature en augmentation (cf. banque alimentaire, et étude du réseau [Recherches et Solidarités](#))
- et la crainte de la baisse des subventions, pour les organismes concernés par ces ressources..

Premiers éléments de réponses dans ce article du Journal du Dimanche (28/12/2008) disponible ici en téléchargement

Voir, ou revoir également un article du Figaro, plus ancien, sur la même question

ainsi qu'un [article du Monde, du 25 décembre](#)