



LA PROBLÉMATIQUE DES BÉNÉVOLES

Guillaume HELLOCO,
AU SERVICE DES ASSOCIATIONS SPORTIVES

Pendant 16 ans, il a travaillé en tant que dirigeant salarié à des missions de réorganisation d'entreprises. Depuis 5 ans, ce spécialiste du management des équipes est consultant et coach de managers d'entreprises. Il y a quelques mois, il a créé Duonivo avec son frère Gauthier, une structure qui leur permet de mettre leurs expertises professionnelles respectives au service du monde du sport professionnel et amateur. Surtout, il a poussé la réflexion sur le monde associatif et notamment la gestion des bénévoles. Un sujet qui préoccupe nombre de clubs...

D'après vous, pourquoi certains clubs de foot manquent-ils cruellement de bénévoles ? Est-ce un problème d'organisation ou un fait de société ?

Les deux. Il y a au départ un fait de société, c'est évident. On vit dans une société où les notions de responsabilisation et d'engagement se sont un peu délitées

au fil des années. Le contexte aussi a changé : nous sommes dans une société de loisirs, les gens ont plus d'activités et par conséquent moins de temps à consacrer aux autres. Il y a également un manque d'organisation clair de la part des associations et un manque de communication du besoin du bénévole ou, si cette communication existe, elle est souvent assez peu structurée. C'est donc la conjonction d'une tendance sociétale et d'une organisation déficiente qui fait que ce sujet est devenu un problème quasiment dans toutes les associations sportives et, entre autres, de foot.

Comment peut-on valoriser le bénévolat au sein de ces clubs ?

Quand on cherche des bénévoles, il faut les motiver et la motivation passe par la valorisation. Cela peut consister à dire qu'on est satisfait de leur présence, de leur investissement, des actions qu'ils ont pu produire. Il faut leur dire merci et aller plus loin. Je pense, en effet, qu'il est important de considérer les bénévoles comme une équipe et de les fédérer de la même manière qu'une équipe de joueurs qui a un maillot, une identité, un capitaine... Et puis, il faut les récompenser, par exemple avec une fête annuelle spécialement organisée pour eux.

SE PRÉPARER AVANT D'ALLER CHERCHER DES BÉNÉVOLES

Inciter des bénévoles à s'impliquer au sein d'un club de football, est-ce que cela nécessite forcément la mise en place d'un plan d'actions ?

Oui, complètement. Il y a un vrai besoin de structurer. Tout d'abord, ce qui est primordial, c'est de bien s'organiser en interne. J'ai rencontré de nombreux bénévoles dans mon parcours sportif et beaucoup m'ont dit des choses telles que : « Moi, je veux bien participer mais quand j'y suis, personne ne m'écoute » ou « J'ai été mobilisé 4h pour cet événement alors que je n'ai vraiment été utile que 2h ». Il y a donc un vrai intérêt pour les clubs à se préparer avant d'aller chercher des bénévoles. Il faut bien écouter ces derniers, bien utiliser leurs idées et faire en sorte que les heures d'intervention prévues soient vraiment utiles. Ensuite, il faut structurer la communication vers ces personnes disponibles, ce qui fait souvent défaut aux clubs de football. Il y a trois grands moments de communication qui me semblent incontournables : le moment des licences, le moment des vœux de nouvelle année et le moment des assemblées générales. Il faut identifier et formaliser les besoins puis



structurer une communication extrêmement précise autour de questions comme : de qui a-t-on besoin (de personnes pour faire la comptabilité, d'autres pour faire des gâteaux pendant les matchs, d'autres encore qui peuvent aider dans la recherche de sponsors... ?), pendant combien de temps avons-nous besoin de ces personnes... ? Ensuite, on diffuse au maximum ces invitations très officielles par mail, sur les réseaux sociaux, sur les sites internet, par système d'affichage au club et on demande aux personnes de répondre en précisant leurs disponibilités et leurs compétences.

Lorsque vous intervenez en tant qu'expert en management, de quels outils dotez-vous les présidents de clubs ?

Pour l'instant, je donne des conseils de manière orale lorsque je rencontre les personnes, mais je suis en train de réfléchir avec mon frère à comment proposer aux clubs de foot des outils simplifiés et pratiques, appréhendables par tous. Ces outils permettraient de répondre à l'ensemble de la problématique : motiver des bénévoles, communiquer vers eux et les fédérer autour d'un projet.

FAIRE SAVOIR QU'IL Y A DES SOLUTIONS

Un bénévole qui a une activité professionnelle par ailleurs a besoin d'une motivation précise pour s'impliquer dans une association, vous parlez de « don / contre-don », qu'est-ce que cela signifie ?

Le grand sujet c'est : comment motiver des bénévoles ? Il y a des axes de motivations que l'on retrouve avec des analogies sur le monde de l'entreprise. On motive quelqu'un parce qu'il va trouver du plaisir à s'investir en tant que bénévole, on peut aussi lui présenter le gain et l'utilité qu'il a à s'investir et donc le motiver par rapport à une performance à laquelle il va participer. Ce sont des motivations classiquement conscientes. Toutefois, après une réflexion sur l'humain qui a guidé tout mon parcours professionnel, je pense qu'il est important d'acter les motivations inconscientes des bénévoles. C'est là qu'intervient la notion de « don contre don ». Pour moi, le mot bénévole n'est pas tout à fait pur dans le sens où, lorsqu'on s'investit, dans un club de foot, on vient toujours le faire pour quelque chose qui nous concerne. Prenons l'exemple d'un papa qui va accompagner son fils à un déplacement pour aller jouer dans un club voisin. Sur ce temps de trajet, il est avec son fils, il l'écoute, il partage un moment avec lui, puis il le regarde jouer sur le terrain et ensuite il pourra débriefer avec lui. Au final, il a donné une demi-

journée pour accompagner l'équipe de son fils mais il a aussi passé du temps avec lui. Ce temps de relation père-fils, c'est un moment qui a de la valeur, c'est le contre-don, c'est ce que le père reçoit en retour du temps investi en tant que bénévole. Cette notion de « don / contre-don » est assez souvent inconsciente et il appartient aux clubs de la formaliser, d'en faire prendre conscience.

En quoi consiste votre démarche aujourd'hui ?

J'ai été président d'un club de basket pendant 3 ans et j'ai discuté avec beaucoup de mes homologues. J'ai donc pu toucher du doigt le problème. On est tous d'accord sur le fait que les associations, et même les associations culturelles, manquent de plus en plus de bénévoles, mais très peu d'entre nous proposent des solutions. Du coup, j'ai fait un travail de réflexion et de solutions. Qu'est-ce qu'on doit changer et comment doit-on aborder cet humain bénévole ? Je me suis donc connecté à mon expérience professionnelle de coaching de l'humain pour l'adapter au secteur très spécifique de l'association afin de trouver des solutions qui fonctionnent. La mise en place de ces solutions s'avère très simple, même lorsqu'on aborde le champ de la motivation inconsciente. Il s'agit de proposer un plan d'actions rapidement opérationnel et qui fait preuve de bon sens. Ma démarche aujourd'hui consiste à faire savoir qu'il y a des solutions et je suis en train de voir avec mon frère comment on pourrait les partager le plus facilement possible. Nous avons créé Duonivo d'abord pour nous faire plaisir, car nous sommes passionnés de sport mais aussi parce que nous pensons que nous avons de la valeur à apporter au monde sportif professionnel et enfin, pour rendre au sport amateur, à travers cette réflexion sur le monde associatif, ce qu'il nous a donné au niveau éducatif. Sur ce dernier sujet, nous sommes bénévoles et souhaitons diffuser gratuitement les outils que nous avons développés auprès des associations.

UN PLAN D' ACTIONS EN TROIS PHASES :

