

Financement participatif interne : un levier d'engagement des équipes

Parmi les derniers arrivés dans le vaste panel des solutions susceptibles d'accroître l'engagement des collaborateurs et collaboratrices en entreprise, le financement participatif interne commence à prendre sa place. Décryptage.

D'un côté, la tendance du financement participatif bat son plein. Le crowdfunding a dépassé en 2020 le milliard d'euros collectés. De l'autre, le constat d'équipes en manque d'engagement. Le baromètre Gallup 2020 révèle ainsi que seulement 20% des collaborateurs et collaboratrices se considèrent « engagé·e·s » au travail.

Rendre les collaborateurs plus acteurs

La place de l'individu au sein de son entreprise est sans conteste l'une des thématiques de ressources humaines les plus en vogue du moment. Comment fédérer les équipes, les motiver, leur donner les moyens de s'accomplir, de s'épanouir, de se réaliser dans le cadre professionnel ? Autant de questions et autant de pistes d'améliorations qui ont vu le jour, succédant aux baromètres et études de tous types. Directeur Général de la Banque Populaire Auvergne

Rhône-Alpes, Daniel Karyotis en a identifié un majeur : « *Notre ambition était très simple, mais c'était un véritable cheval de bataille : rendre les collaborateurs plus acteurs.* » C'est en ce sens que la Banque Populaire Auvergne Rhône-Alpes a décidé d'utiliser Teamstarter, récent lauréat du 1er prix du concours Next Innov, qui propose à chaque membre d'une entreprise de financer des projets via une cagnotte individuelle.

En créant, à l'aide de la startup fondée par Ségolène Mouterde, une plateforme de financement participatif en interne, la banque souhaite encourager la prise d'initiative auprès de l'ensemble de ses effectifs. Un levier d'action aussi essentiel pourtant loin de l'ADN des grandes entreprises, souvent habituées à des projets au temps long et aux enjeux financiers majeurs. Les équipes elles-mêmes sont parfois réticentes vis-à-vis de ces nouvelles méthodes. Une frilosité compréhensible pour Daniel Karyotis : « *Quand ils ne l'ont jamais vécu, certains collaborateurs peuvent être méfiants, voire défiants, se demander la raison d'être de projets à 200 euros quand ils sont habitués à travailler sur des projets à plusieurs millions.* ». Pourtant, poursuit-il, c'est « *autour des petits projets, des petites idées, que se rythme la vie d'une entreprise.* » Comme toute nouvelle implémentation, la phase d'acculturation a donc été primordiale, la pédagogie fondamentale. Une fois les barrières tombées, les commentaires ont été enjoués, se souvient Daniel Karyotis : « *Le fait que l'outil Teamstarter soit si ludique, facile d'utilisation, concret, a accéléré sa prise en main par les équipes. C'est vite devenu un facteur de cohésion sociale.* »

Donner du sens à l'engagement

Le principe ? Chaque collaborateur ou collaboratrice qui le souhaite peut soumettre un projet. Accompagné·e·s par une équipe dédiée composée de membres de l'entreprise et de Teamstarter, les porteurs et porteuses de projet peuvent ainsi évaluer l'objectif de financement. Parallèlement, l'ensemble des membres de l'entreprise dispose d'une enveloppe prédéfinie attribuable librement, totalement ou partiellement, à un ou plusieurs projets. Les projets déposés sur la plateforme qui atteignent leur objectif de financement peuvent ainsi voir le jour en ayant dès leur lancement une notoriété certaine. Plus facile, dans ce contexte, de susciter l'adhésion, et donc, l'engagement des équipes qui y participent.

À lire aussi

[Teamstarter remporte le Prix Next Innov porté par Banque Populaire et Maddyness](#)

Pour Daniel Karyotis, plus qu'un outil supplémentaire, l'implémentation de cette plateforme a permis de faire le lien entre la culture d'entreprise et sa stratégie d'innovation : « *La Banque Populaire a une appétence particulière pour la culture entrepreneuriale. Le financement des entreprises a toujours été notre cœur de métier. Permettre à chaque collaborateur d'incarner cette culture en leur donnant la possibilité d'imaginer des nouveaux projets, mais aussi d'investir dans ceux qui ont leurs faveurs était pour nous une bonne manière de matérialiser cette appétence collective dans le quotidien des équipes.* »

Au cœur des projets les plus souvent cités par les clients de la startup, les notions de bien-être au travail, de RSE ou plus généralement d'impact. Une suite logique aux tendances que l'on observe dans le monde du travail. En décentralisant le circuit de décision et en permettant à chacun et chacune d'être moteur du changement, [Teamstarter](#) reconnecte l'entreprise à la réalité de ses salarié·e·s.

Dernier exemple en date : en pleine pandémie de la Covid-19, de nombreux utilisateurs de la plateforme l'ont utilisée pour lever des fonds à destination de la fondation AP-HP ou du Samu Social, entre autres projets solidaires.

Maddyness, partenaire média de Banque Populaire