

Togeth'art, cabinet spécialisé dans la dynamique humaine	3
<i>Togeth'art : "l'art d'évoluer ensemble"</i>	3
<i>Togeth'art : designer de changement</i>	3
<i>Togeth'art : "l'art au service du devenir ensemble"</i>	4
<i>La genèse de Togeth'art</i>	4
Les missions de Togeth'art	5
<i>Les niveaux d'intervention de Togeth'art</i>	5
<i>Quelques belles histoires de dynamique humaine</i>	5
=> Le coup de baguette magique de l'art chez 1001 listes	5
=> L'identité de Paris RE, fruit de l'intelligence collective de l'entreprise	6
Zoom sur l'enquête Handicap	7
<i>Le contexte</i>	7
<i>La démarche</i>	7
<i>Les chiffres clés</i>	7
<i>Une enquête pour faire progresser</i>	8
<i>Une utilisation concrète chez Société Générale</i>	8

Togeth'art : « l'art d'évoluer ensemble »

Togeth'art est une entreprise de conseil dont la vocation est de permettre à ses clients de tirer profit de leur dynamique humaine pour mener des changements à forts enjeux.

La mission de Togeth'art consiste à comprendre et faciliter les changements de comportements.

Ses interventions en entreprise aident les personnes qui travaillent ensemble à faire évoluer leurs comportements, que ce soit pour des raisons économiques, réglementaires, environnementales ou éthiques. Un besoin qui devient toujours plus aigu, en particulier dans le contexte de la crise actuelle. Cette dernière est en effet multiforme, simultanément financière, économique, environnementale et morale. Plus que jamais, les entreprises doivent revoir leurs modes de fonctionnement pour s'adapter.

La démarche de Togeth'art s'appuie sur l'expérientiel.

L'idée : partir du vécu des personnes pour mieux comprendre la réalité et l'origine des comportements. Puis, leur faire vivre des scénarii de changement pour les amener à expérimenter et accueillir une évolution. Cette approche expérientielle conduit à des changements négociés et acceptés en toute liberté.

Togeth'art : designer de changement

La dynamique humaine représente la pierre angulaire dans l'approche de Togeth'art pour designer le changement.

La dynamique humaine est à l'œuvre dans le lien entre l'individu et le collectif. La qualité de conscience que les acteurs ont de ce lien est déterminante pour la satisfaction de l'individu comme pour la résussite du collectif. Un bon niveau de dynamique humaine révèle les énergies propices au changement.

Travailler au niveau de la dynamique humaine implique une ouverture à d'autres dimensions que celle de la rationalité. Ainsi, dans toute relation interpersonnelle, plus de 80% des interactions se situent à un autre niveau que celui des échanges rationnels. Les mécanismes non directement conscients, très liés aux émotions (motivations, préjugés, peurs, projections...) sont la source réelle des incompréhensions. Ce sont eux que l'approche de Togeth'art vient révéler, pour une évolution bénéfique.

Révéler une identité collective, améliorer la performance du travail en groupe, intégrer des profils spécifiques, développer liens et solidarité au sein d'une équipe, renforcer le leadership des managers...

Togeth'art a mis au point des savoir-faire originaux pour accompagner les collaborateurs de ses clients dans la compréhension et la mobilisation de leur dynamique humaine. Par différentes activités et mises en situation, ils peuvent s'approprier les évolutions désirées. ...

La dynamique humaine du changement en quelques clés :

1. Il est plus important de multiplier les expériences que d'accroître les connaissances
2. Il est plus stimulant de partir de ce qui marche que de résoudre des problèmes
3. Il est plus profitable d'échanger à plusieurs rapidement que de réfléchir seul longtemps
4. Il est plus efficace de proposer le changement par petites touches régulières que tout d'un seul coup
5. Il est plus rentable sur le long terme de laisser une personne libre de choisir plutôt que de chercher à influencer son choix

Togeth'art : « l'art au service du devenir ensemble »

L'art, et plus généralement la culture, tiennent une place primordiale dans la méthodologie de Togeth'art. Ces domaines, qui mobilisent la dimension émotionnelle de la personne, permettent une prise de distance par rapport à l'approche rationnelle limitante lorsqu'elle est le seul angle de vue.

C'est pourquoi Togeth'art utilise de nombreuses ressources artistiques et culturelles dans ses interventions en entreprise. Togeth'art travaille avec toutes sortes de spécialistes et/ou d'artistes. Parmi ses partenaires figurent un ludologue pour créer des jeux de rôles, un ethnologue pour des programmes sur l'interculturalité, une troupe spécialisée dans le débat théâtral pour tester de nouveaux comportements, une réalisatrice vidéo, un chef de chœur, des œnologues, improvisateurs, etc.

La genèse de Togeth'art

Hélène Wintenberger, Olivier Piazza et Laurent Ryckelynck ont créé Togeth'art pour faire bénéficier d'autres personnes de leurs propres expériences d'ouverture à des dimensions autres que la seule rationalité.

Convaincus que des changements de comportement significatifs s'imposent dans de nombreux domaines - travail, consommation, vie personnelle, vie collective... - ils ont mis au point un savoir-faire

pour designer des programmes de changement bénéfiques pour les personnes et les organisations.

« Nous avons fondé Togeth'art car nous avons des affinités. Nous sommes tous de grands rationnels qui avons découvert avec délices au cours de notre vie une dimension supplémentaire : celle de l'émotionnel, du sensible ... Nous voulions en faire profiter d'autres personnes et les organisations. »

Laurent Ryckelynck, associé de Togeth'art

Olivier Piazza, vétérinaire de formation, s'est rapidement orienté vers le marketing en relation avec les animaux et la santé. Il a ainsi travaillé chez Mars, en agence de publicité puis dans le monde de l'édition chez Médimédia, leader français de l'édition santé. Il s'est en parallèle consacré pendant 10 ans au développement personnel : l'occasion d'effectuer un important travail de synthèse l'amenant au leadership et à la dynamique humaine. Olivier anime également le blog Selfway.fr, dédié au développement personnel.

Laurent Ryckelynck a débuté sa carrière comme contrôleur de gestion puis responsable de la gestion d'une usine chez Danone. Il s'est ensuite intéressé au marketing et à la création d'entreprise, d'abord à la Centrale des Particuliers puis au sein de cabinets de courtage d'assurance et en tant que business angel auprès de plusieurs porteurs de projet. Parallèlement, il s'est pris de passion pour l'art et crée ses propres œuvres sous le nom d'artiste L.C. Riclin. Il crée en 2003 la méthode « Un autre regard » qui s'appuie sur la contemplation d'œuvres pour amener à une découverte personnelle. Il adapte la méthode au monde de l'entreprise en créant Togeth'art.

Hélène Wintenberger vient du monde de l'expertise comptable et de la gestion financière. Forte d'une expérience chez Ernst&Young, à la Midland Bank puis à la société de bourse Oppenheim Pierson Melendes à Paris, elle a entre autres acquis de solides compétences d'animation d'équipes. Passionnée par les projets d'entreprise, Hélène a également aidé plusieurs start-up à se lancer, en tant que business angel. Pianiste à ses heures, elle est également passionnée d'arts plastiques et suit des cours d'histoire de l'art au musée du Jeu de Paume.

Les niveaux d'intervention de Togeth'art

- **Au niveau des dirigeants et managers :** accroître leur leadership en développant leurs capacités à déployer, pour eux et pour leur équipe, une dynamique humaine. Le leadership doit évoluer du seul savoir-faire technique au savoir-faire humain.
- **Au niveau des programmes de formation :** renforcer leur pouvoir de transformation grâce à l'optimisation de la dynamique humaine du programme. La formation tend à rester trop théorique et coupée de l'opérationnel. Il importe d'y renforcer la dimension expérientielle et de mieux intégrer apprentissages et opérationnel.
- **Au niveau des équipes ou au sein de l'entité complète :** trouver de nouveaux comportements collectifs performants, au-delà des aspects organisationnels : travail en contexte de multi-culturalité, adopter des comportements gagnants en équipes projet, trouver une identité fédératrice au projet collectif. Cette démarche peut être menée au niveau d'une entité ou de toute l'organisation.
- **Au niveau des comportements citoyens liés à la responsabilité sociale de l'entreprise (RSE) :** développer des programmes qui permettent aux collaborateurs de s'impliquer. Dans le domaine de la responsabilité sociale, tout le monde doit affiner ou changer ses comportements. Réussir l'intégration de populations spécifiques (personnes handicapées, issues de la diversité, jeunes collaborateurs, seniors) adopter des éco-gestes, faire un usage sain des NTIC, etc. est une affaire d'engagement personnel et de dynamique collective.

Quelques belles histoires de dynamique humaine

Le coup de baguette magique de l'art chez 1001 listes

Après quelques années d'existence, l'entreprise de listes de mariage et de cadeaux comptait une centaine de personnes. L'esprit de start-up des débuts avait diminué. Il fallait à l'équipe un nouveau credo autour duquel se rassembler.

Togeth'art a proposé de « ré-enchanter » le métier en revenant tout simplement à ses racines : la fête, le cadeau, le souvenir... Pour ce faire, Togeth'art a conçu un programme basé sur des peintures classiques représentant ces thèmes. Les équipes se sont réunies chaque mois autour de l'une des thématiques pour s'ouvrir à toutes les évocations.

Au total, près de 400 idées ont été remontées. Parmi ces dernières, des pratiques ancestrales ont été retrouvées puis proposées aux clients de 1001 listes. La démarche a connu un véritable engouement : chaque mois, une centaine de personnes attendait de découvrir une œuvre pour s'en inspirer et récolter de nouvelles idées. Cet outil de réflexion sur le métier de l'entreprise a été baptisé « le bus » : une véritable ballade en groupe vers une destination de plaisir. ...

L'identité de Paris RE, fruit de l'intelligence collective de l'entreprise

« Dans cette mission, à chaque étape du processus, 60 à 70% des collaborateurs ont participé. Il est probable que quasiment tous les collaborateurs ont participé à un moment ou à un autre. C'est essentiel pour que la synthèse du collectif s'appuie sur une acceptation de chacun »
Laurent Ryckelynck, associé de Togeth'art

PARIS RE, compagnie de réassurance, fait travailler des équipes sur trois continents : Europe, Amérique et Asie. A cette dimension interculturelle s'est ajoutée l'entrée en bourse de l'entreprise en 2007. Le comité de direction a souhaité mettre 2008 à profit pour définir l'identité de PARIS RE autour d'un programme stimulant.

Togeth'art est entré en scène pour que les collaborateurs de PARIS RE puissent révéler la spécificité de leur entreprise et mettre à jour les comportements gagnants spécifiques de PARIS RE. Au final, cela a permis d'aider les équipes à développer la fierté et le sentiment d'appartenance.

Togeth'art a collaboré avec les équipes pour les associer à la construction de leur identité. Pour ce faire, Togeth'art a désigné un programme étalé sur huit mois, au terme duquel sept comportements gagnants ont émergé, que l'ensemble de l'équipe a pu s'approprier. Pour incarner ces comportements gagnants a été créé le jeu de cartes « *PARIS RE-les 7 comportements gagnants* » en collaboration avec Patrice Zana, ludologue. Cet outil a permis aux collaborateurs de « vivre » les comportements gagnants. Patrice Zana explique : « *Le jeu, par essence convivial, permet la diffusion d'une grande quantité de messages. Les messages « annoncés » que sont l'amusement et la pédagogie, et le « subliminal » qui est la mémorisation des comportements gagnants.* »

Basé sur 120 situations métier référencées chez PARIS RE, le jeu a donné l'occasion aux participants de mimer la réalité pour mieux s'en imprégner.

Pour pérenniser l'action conçue et réalisée par Togeth'art, PARIS RE a organisé le tournoi The winning Behaviors' Cup dans l'ensemble des bureaux du Groupe. A Singapour, à Paris, au Canada, aux USA et en Suisse, les collaborateurs de PARIS RE ont pu ainsi échanger et travailler de façon ludique sur leurs comportements gagnants.

Zoom sur l'enquête expérientielle sur le Handicap

En avril 2008, Togeth'art a mené une enquête expérientielle destinée à mieux comprendre la relation entre personnes valides et personnes handicapées dans le monde du travail. L'enquête, conduite en partenariat avec six grandes entreprises, IPSOS et le magazine ETRE Handicap Information, a permis de mettre en lumière la façon dont les personnes valides se positionnent face à des collègues ou des clients handicapés et leurs capacités à les accueillir.

Le contexte

Chaque entreprise de plus de 20 personnes doit atteindre une proportion de 6% de travailleurs handicapés dans ses effectifs. Jusqu'à présent, les efforts ont pour l'essentiel porté sur l'adaptation du poste de travail de la personne handicapée et sur la communication autour de l'importance de son accueil.

Pourtant, les personnes valides sont un facteur crucial d'une bonne intégration de la personne handicapée dans l'entreprise. Il manquait à l'évidence une connaissance sur la dynamique humaine en jeu dans ce domaine.

La démarche

Togeth'art a tout d'abord contacté Anne Voileau, directrice de la revue ETRE Handicap Information. En parallèle, Togeth'art a appelé un certain nombre de responsables de missions handicap, en visant les entreprises les plus engagées en faveur du handicap.

L'enquête a été menée entre le 4 et le 14 avril 2008 auprès d'un échantillon représentatif de la population active française de 1010 personnes. Crédit Agricole S.A., ST Microelectronics, PPR, Société Générale, Sanofi Aventis et Air France ont répondu à l'appel et participé à l'étude.

Les chiffres clés

- Les handicaps qui ont fait réagir les salariés interrogés sont dans l'ordre le handicap physique (56 %), suivi du handicap psychique (17 %), puis des handicaps visuels (16 %) et auditifs (13 %).
- 58 % des salariés se sont sentis « très à l'aise » (30 %) ou « assez à l'aise » (28 %) dans leur relation. Une sensation qu'ils évaluent en moyenne à 6,9 sur une échelle de 1 à 10.
- Plus d'un salarié sur deux (57 %) estiment « important » ou « très important » de pouvoir progresser dans leurs « capacités de contact avec les personnes handicapées ».
- « L'envie de vivre en bonne intelligence » (4,7/6) et « l'envie d'entraider » (4/6) demeurent les premières motivations des salariés pour progresser dans leurs capacités de contact avec les personnes handicapées. Vient ensuite le désir de contribuer à « son propre développement personnel » (3,4).
- Les personnes interrogées sont en demande d'expérience et de relations directes avec les personnes handicapées. Les actions les mieux notées sont les « échanges et partages d'expériences avec les personnes handicapées » (4.5/6) et « les expériences qui permettent de se rendre compte de ce que vit une personne handicapée » (4/6).

Il ressort de l'enquête que les salariés tiennent à apprendre à vivre mieux avec les personnes handicapées, sans forcément savoir comment s'y prendre. L'entreprise a donc un rôle majeur à jouer pour les accompagner dans cette démarche. ...

Une enquête pour faire progresser

Togeth'art entend utiliser les résultats de cette enquête pour permettre à ses clients de progresser. L'idée : créer un baromètre qui permet une mesure régulière de leurs progrès et de leur positionnement par rapport à la statistique nationale.

L'enquête en elle-même est en premier lieu destinée aux décideurs. Elle leur permet de comprendre comment leurs actions sont métabolisées par les salariés sous forme d'une amélioration de leur vécu relationnel avec les personnes handicapées.

En second lieu, les témoignages issus de l'enquête sont utilisés à l'occasion de programmes de sensibilisation des salariés. Véritable mine d'expériences diverses, difficiles ou réussies, ils sont autant d'incitations à essayer le changement.

« Pour ce qui est du résultat, il est parfois très spectaculaire. Lorsque nous avons créé le baromètre handicap d'une grande entreprise, nous avons invité les collaborateurs à témoigner du vécu de leur relation avec les personnes handicapées. Il y a eu des centaines de témoignages, dont une bonne part très détaillés. Dans une autre entreprise où nous avons pu mesurer la préparation à l'accueil de collaborateurs handicapés avant et après le programme de sensibilisation basé sur l'expérience, nous avons observé un doublement des managers qui s'estiment suffisamment préparés ou totalement préparés. »
Laurent Ryckelynck, associé de Togeth'art

Une utilisation concrète chez Société Générale

Société Générale s'engage fortement aux côtés des personnes handicapées. En témoignent ses diverses initiatives en la matière : implication dans des associations, partenariat historique avec l'UNAPEI, l'APF et la fédération française Handisport.

En janvier 2008, Société Générale crée une mission handicap qui vise à recruter des collaborateurs handicapés, à favoriser leur intégration et à maintenir leur emploi.

Pour affiner ses politiques d'intégration, la banque confie à Togeth'Art la mise en place d'un baromètre interne sur l'état d'esprit des collaborateurs vis-à-vis du handicap.

Togeth'art a ainsi adapté l'enquête nationale à la banque. L'objectif : établir une mesure objective des phénomènes subjectifs se jouant entre personnes handicapées et personnes valides et créer le baromètre handicap de Société Générale.

Il ressort de l'enquête que les équipes de Société Générale ont une bonne connaissance de l'importance qu'accorde leur employeur à la cause du handicap, (89 % contre 65 % en moyenne dans les grandes entreprises françaises). Par contre, 38 % des collaborateurs ne s'estiment pas du tout ou pas tout à fait préparés à accueillir une personne handicapée dans leur service.

Sur ces premières conclusions, Togeth'Art a mis en place un programme de sensibilisation dans les services pour enclencher un désir de progrès au niveau de la banque. L'entreprise de conseil a ainsi réalisé Partages d'expériences, un document reprenant de nombreux témoignages et les chiffres principaux de l'enquête pour les partager avec tous les collaborateurs. Elle a également créé un programme mêlant e-experiencing sur Internet avec une animation théâtrale fondée sur les expériences des collaborateurs.

Sur le plus long terme, le baromètre va permettre de constater l'évolution de l'état d'esprit en interne sur le handicap dans le cadre de la mission handicap.