

1. IDENTIFICATION

❖ IDENTITÉ DE L'ASSOCIATION

■ **Nom de l'association : AFBF (Association des Familles du Personnel de la Banque de France)**

Adresse complète du siège social : AFBF - SOA-1663 - 75049 PARIS Cedex 01 _____

Tel : 01 42 92 30 18 _____

Courriel : 1663-ut@banque-france.fr _____

Site internet : <https://www.afbf.fr> _____

❖ RESPONSABLE DE L'ASSOCIATION ET DE L'ACTION PRÉSENTÉE

■ **Nom du Président de l'association : Jean-Pierre TAUPIAC** _____

Courriel : jeanpierrettaupiac@gmail.fr _____

■ **Nom de la personne en charge du dossier présenté (si autre) : Sylvie Degré** _____

Fonction : Coordinatrice _____

Tel : 01 42 92 30 18 _____

Courriel : 1663-ut@banque-france.fr _____

❖ PRÉSENTATION DE L'ASSOCIATION

■ **Précisez brièvement les activités principales de l'association, le public concerné, le territoire d'intervention et les moyens humains et financiers dont dispose l'association :**

Public concerné : agents de la Banque de France.

La plupart des services proposés par l'Association des Familles sont destinés à ses adhérents : dons et aides, lettre trimestrielle, avocate spécialisée en droit de la famille, groupes de paroles, documentation et informations.

Certains services sont toutefois accessibles à l'ensemble des collaborateurs titulaires de l'entreprise, tels les conférences et événements, les dons dans le cadre d'un legs ou la Médaille de l'Enfance et des Familles.

Périmètre : national.

Moyens humains : un collaborateur détaché ; un Bureau de 7 administrateurs bénévoles, en activité et retraités ; un Conseil d'administration de 21 membres bénévoles, en activité et retraités ; des adhérents bénévoles, en activité ou retraités, selon les besoins (informatique, comptabilité, actions et événements).

Ressources : budget annuel de fonctionnement octroyé par la Banque de France ; subventions de l'UNAF et de l'UDAF75 ; cotisations des adhérents.

2. PRÉSENTATION DE L'ACTION

❖ TITRE DE L'ACTION

Déplacements sur les sites du territoire national.

❖ CATÉGORIE DU PRIX

- ☐ **Communication**
- ☐ Mobilisation des adhérents
- ☐ Service proposé aux familles

❖ DATE/PÉRIODE DE MISE EN ŒUVRE

Entre 1h30 et 4 h par rencontre sur plusieurs périodes depuis la rentrée scolaire 2024.

❖ RÉSUMÉ RAPIDE DE L'ACTION

■ En quelques mots, décrivez le contenu et les objectifs de votre action :

En 2024, l'Association des Familles a considéré comme important d'aller à la rencontre du Personnel de la Banque de France à Paris et dans les succursales de province afin d'échanger avec ses adhérents et d'en accueillir de nouveaux.

Elle a ainsi tenu plusieurs stands à la rentrée scolaire 2024. D'autres déplacements sont prévus à la rentrée de septembre de cette année et doivent avoir lieu l'année prochaine.

L'Association des Familles a également, à la suite d'échanges ou sur invitation, participé à des événements organisés par d'autres Directions, telles la Direction de la Communication (Goûter de Noël et Journée des Enfants proposant des activités aux enfants accompagnés de leurs parents) et la Direction de la Formation (accueil des nouveaux collaborateurs).

❖ ÉLÉMENTS DE CONTEXTE

■ Contexte et historique de l'action :

(Quels sont les éléments ayant permis de déclencher cette action (circonstances particulières, constats, identification de besoins, etc.) ?

Lors de la création de l'Association des Familles, les personnes nouvellement recrutées à la Banque de France étaient automatiquement informées par leur secrétariat, notamment, de l'existence des associations existant au sein de l'entreprise (sportive, artistique, des familles, ...).

Or, tel n'est plus le cas. En effet, l'Association des Familles est désormais principalement connue par le bouche-à-oreilles ou par les actions qu'elle organise, conférences ou événements.

Par ailleurs, outre cette absence d'information, l'Association des Familles a perdu de nombreux adhérents, soit en raison des demandes de résiliation ou des décès d'adhérents ; soit à la suite de problèmes informatiques liés à un changement de logiciel ; soit du fait de coordonnées bancaires erronées sans possibilité de contacter l'adhérent(e) autrement que par le courrier postal.

Pour y remédier et être encore plus visible, l'Association des Familles a refondu et actualisé son site internet, créé une communauté sur l'intranet de l'entreprise (« En famille ! »), revu ses flyers et dynamisé sa lettre trimestrielle. Et elle a décidé d'être encore plus visible en se déplaçant sur différents sites afin de rencontrer directement les collaborateurs de la Banque de France, de s'en faire connaître et d'échanger avec eux sur ses missions, les services qu'elle peut leur proposer, leurs besoins et leurs attentes.

❖ DESCRIPTION DE L'ACTION

■ Organisation de l'action et déroulement :

(Précisez les grandes étapes ou phases du projet et le planning de réalisation).

Plusieurs réunions préparatoires ont été organisées par la coordinatrice et des membres du Bureau. Elles ont permis de déterminer les lieux cibles, les dates et le contenu des actions (kakemonos, affiches, information sur le site internet, flyers, lettres trimestrielles, récapitulatif des conférences, friandises, ...), ainsi que les acteurs concernés.

Des contacts ont été pris avec les services RH et les directeurs de succursale afin d'obtenir leur accord et de s'assurer de leur participation, ainsi que de leur préciser les besoins en matériel (table, chaise, affichage, ...), le matériel apporté (kakemonos, documentation) et l'identité des représentants de l'Association.

Les administrateurs ont été sollicités sur la nature de l'action, sa période et leurs disponibilités pour participer à l'événement et en assurer la promotion autour d'eux.

Un mèl d'information a été envoyé aux adhérents environ un mois avant l'événement, puis 15 jours avant la venue de l'Association.

Les collaborateurs des succursales concernées en ont quant à eux été informés localement par le service des Ressources humaines et/ou par le Comité social et économique (CSE).

Selon le lieu et le moment de la journée, la tenue de ces stands impliquait de trois à une dizaine de représentants de l'AFBF, pour une présence allant de 1h30 à 4 h (avec, dans ce cas, des roulements par plage horaire).

■ Public cible de l'action :

(Décrivez le nombre de personnes concernées, leurs spécificités et l'implication des actions).

La tenue de ces stands est destinée à l'ensemble des collaborateurs de la Banque de France, qu'ils soient ou non adhérents à l'Association des Familles.

■ Implication des familles :

(Décrivez comment les familles ont pu être mobilisées ou touchées par l'action)

Les collaborateurs, en découvrant l'existence de l'Association des Familles, ont été étonnés des nombreux services que cette dernière peut leur apporter dans l'éducation, la compréhension et l'accompagnement de leurs enfants (voire de leurs propres parents) et d'eux-mêmes en tant que parents.

Ils ont aussi découvert les aides financières et les services de spécialistes dont l'Association des Familles peut les faire bénéficier (avocate spécialisée en droit de la famille, conseillers ou organismes d'orientation, contacts), ainsi que de toutes les informations qu'elle peut leur communiquer.

Les parents apprécient ainsi de pouvoir bénéficier d'outils, de moyens et de conseils qui leurs permettent de se sentir soutenus et reconnus et les aident à concilier leur vie familiale et leur vie professionnelle.

Les collaborateurs que nous avons rencontrés et qui ne connaissaient pas l'Association ont été étonnés et heureux de découvrir l'existence d'une Association consacrée aux familles au sein de l'institution, association familiale qui fêtera ses 90 ans en 2026.

Ils ont été très sensibles au fait que l'Association des Familles vienne à eux.

Ces actions montrent aussi toute l'attention que l'entreprise porte à la responsabilité sociétale qui est la sienne, notamment dans le cadre du bien-être au travail.

■ Acteurs impliqués dans la conception ou la réalisation de l'action ?

(Ces acteurs peuvent être des structures partenaires ou les parties prenantes de l'action...).

La coordinatrice de l'Association, des administrateurs et des adhérents bénévoles, ainsi que différentes Directions de la Banque de France permettent la réalisation de ces actions.

■ Moyens et nature des financements alloués à l'action.

L'information a été diffusée par mèl aux adhérents et sur le site internet de l'Association.

L'achat de quelques chocolats et friandises a été financé sur le budget de l'Association.

Les kakemonos avaient déjà été achetés.

Au total : moins de 200 €.

❖ Autres points que vous souhaiteriez exposer :

Néant.

3. ÉVALUATION

❖ DESCRIPTION DE L'ACTION BILAN DE L'ACTION

■ Points positifs et impacts de l'action :

Une meilleure visibilité et la possibilité et le plaisir d'échanger en direct avec les collaborateurs pour les informer de ce que l'Association peut leur apporter.

L'opportunité de connaître leurs besoins et leurs attentes.

De nouvelles adhésions et un rappel ou un complément d'informations auprès de ceux qui sont déjà adhérents, qui peuvent aussi être nos ambassadeurs auprès de leurs collègues.

La représentation de l'Association des Familles au sein de l'UNAF et de l'UDAF de Paris permet des échanges d'informations essentiels pour nourrir la réflexion et proposer des actions et des ateliers à thèmes.

■ Points négatifs ou difficultés rencontrées :

Les contraintes professionnelles des responsables des unités peuvent jouer sur leur disponibilité, d'où la nécessité de s'y prendre suffisamment en amont.

L'invitation tardive à participer à un événement exige de connaître en amont les moyens humains, matériels et financiers dont dispose l'Association afin de pouvoir réagir rapidement aux opportunités qui se présentent.

❖ **Pensez-vous que votre action soit reproductible par une autre association ?**

Oui

☐

Non

☐

Pourquoi ?

Proposer une action ou un événement d'information ne demande pas forcément de grands moyens financiers mais seulement une anticipation suffisante en amont afin de s'organiser pour savoir sur qui s'appuyer, de quels moyens disposer et quoi préparer.

❖ **En quoi estimez-vous que cette expérience est réussie et mérite d'être valorisée ?**

C'est une expérience qui permet de faire connaître l'Association, de rencontrer des adhérents actuels ou futurs et d'assurer ainsi le dynamisme et la pérennité de l'Association.

DATE LIMITE DE DÉPÔT : vendredi 16 septembre 2025

udaf75@udaf75.fr

28, place Saint-Georges – 75009 Paris