

SENSIBILISATION ET INTÉGRATION DE LA MALADIE AU TRAVAIL.

Company name : ATOZ TAX ADVISERS LUXEMBOURG

Activity sector : Activités financières et d'assurance

Company category : PME

Description of the action

Tous les ans, ATOZ Tax Advisers soutient des associations et réalise des actions au sein de l'entreprise afin de récolter des fonds et de sensibiliser les employés aux combats menés par celles-ci. C'est le cas notamment pour l'action « Pink@Work » (soutien contre le cancer du sein) et l'association Cancer@Work (soutien du cancer et de la maladie au travail).

Context

Depuis plusieurs années, durant plusieurs périodes clé, nous illuminions notre bâtiment en couleur en soutien à certaines causes. Par exemple, en octobre nous l'allumions en rose pour le cancer du sein, en novembre et en avril en bleu pour le cancer de la prostate et la sensibilisation à l'autisme. La nouveauté de cette année est que nous avons remplacé les lumières par des drapeaux de couleur afin que cela soit plus visible. Nous sommes également signataires, depuis 2023, de la charte Cancer@Work afin de sensibiliser nos collaborateurs sur l'intégration de la maladie au travail et d'aider nos employés qui sont malades. Nous réalisons également des actions comme celle de Pink@Work qui consiste à se vêtir de rose en soutien au cancer du sein.

Objectives

Le but de ces actions est de sensibiliser les membres sur les actions caritatives, de les informer sur les institutions disponibles proches de chez nous et surtout à aider à combattre ces disparités. Il est, également, important de montrer qu'au sein de notre société, nous ne recherchons que l'inclusion et non l'inverse.

Approach

Nous débutons des recherches sur des associations où leurs actions sont en adéquation avec les idées d'ATOZ Tax Advisers. Après avoir sélectionné et échangé avec l'association, nous mettons en place l'action dans la société en effectuant des communications d'information aux membres par le biais de mailings et d'affichage.

Impact

Par le biais de ces actions, ATOZ fait passer un message fort de soutien et de conscience sur l'environnement qui l'entoure, car nous sommes une société sensible aux actions caritatives. En effet, nous souhaitons que le panel d'intervention soit le plus large spectre possible afin de toucher et d'intégrer le plus de monde.

« To do »

- Mettre un cadre à l'action en échangeant au mieux avec l'association.

- Communiquer avec détails aux membres (action, récolte, ...).

« Not to do »

- Ne pas faire de communication « cliché », rester authentique.
- Ne pas faire appel aux membres à outrance sans but quelconque.
- Ne pas se renseigner sur l'association.