

CARE FRANCE

- ONG humanitaire membre du réseau CARE International, présent dans 70 pays : solidarité, urgence & développement en faveur des populations les plus vulnérables
- Chiffres clés : créée en 1983, 82 projets (2011) dans 25 pays, 35 salariés et une vingtaine de bénévoles en France, 21M€ de budget dont 60% de fonds publics et 40% de fonds privés.

SOCIETE GENERALE

- Un des premiers groupes européens de services financiers : banque de détail, de financement et d'investissement (SGCIB), et de gestion de titres.
- Chiffres clés : 25,6Mds€ (PNB 2011), 122 000 collaborateurs monde dont 12 500 pour SGCIB.

LE PARTENARIAT CARE – SOCIETE GENERALE

Enjeu d'intérêt général : Insertion par l'éducation dans les pays du Sud

75 millions d'enfants dans le monde ne fréquentent pas l'école, dont 55% de filles.

L'UNESCO estime à 11 Mds \$ par an les besoins d'aide extérieure pour atteindre l'objectif d'éducation pour tous.

(*Source : Ministère des affaires étrangères et européennes, Direction générale de la Mondialisation, du développement et des partenariats, rapport sur l'action extérieure de la France pour l'éducation dans les pays en développement 2010-2015, page 3)

Depuis 2008

Via la **Fondation Société Générale pour la Solidarité**, La branche banque de financement et d'investissement de la Société Générale (SGCIB) soutient l'association CARE dans le cadre de 5 projets d'insertion via l'éducation (Pérou, Bangladesh, Mali, Bénin et Maroc). Il s'agit de financements de projets d'accès à l'éducation pour des enfants défavorisés. Les projets, dont 3 d'entre eux ont été choisis par les collaborateurs, bénéficient d'une dotation sur 3 ans, à laquelle s'ajoutent des actions de mobilisation des collaborateurs pour des campagnes ponctuelles de levées de fonds.



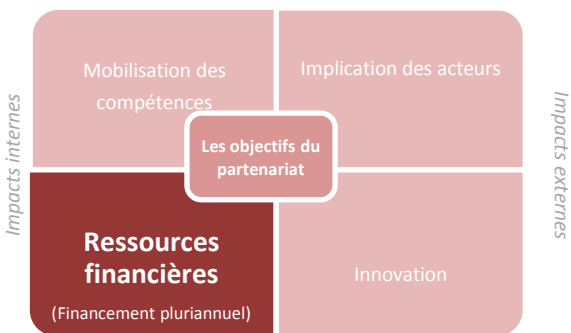
Périmètre géographique

OBJECTIFS DU PARTENARIAT

CARE FRANCE

Collecter des fonds, sensibiliser et mobiliser les collaborateurs de l'entreprise pour soutenir des projets d'accès à l'éducation

Enjeux de mobilisation

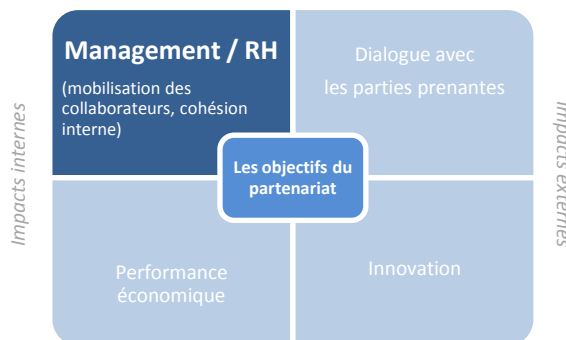


Enjeux de performance

SOCIETE GENERALE

Fédérer l'ensemble des salariés, sur le plan international, solidarité et concrétiser l'engagement citoyen de l'entreprise

Enjeux de mobilisation



Enjeux de performance

CATEGORIE DU PARTENARIAT

MECENAT

Soutiens variés de l'entreprise au projet associatif ou à un projet précis

INNOVATION SOCIETALE

Création de solutions innovantes pour répondre à des fragilités

COOPERATION ECONOMIQUE

Contribution de chacun à l'élaboration d'une offre commune

PRATIQUES RESPONSABLES

Contribution de l'association à l'évolution des pratiques de l'entreprise

Mécénat

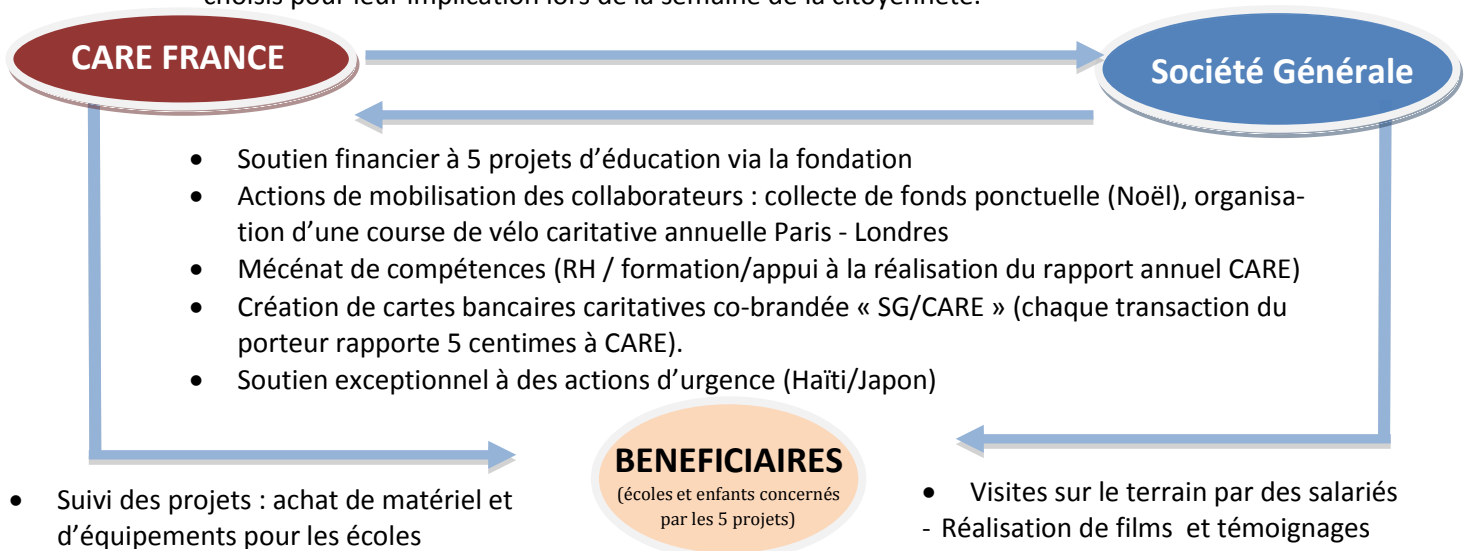
L'entreprise soutient financièrement les projets de l'association et mobilise ses collaborateurs. Le partenariat avec l'association favorise l'implication et la cohésion de l'ensemble des salariés de l'entreprise et lui permet une traduction concrète de son engagement citoyen

GENESE

- En août 2007, la branche **banque de financement et d'investissement de la Société Générale (SGCIB)** sélectionne une ONG partenaire, dans le cadre de sa stratégie citoyenneté. Les critères de sélection sont précis : couverture géographique (monde), réputation, professionnalisme, capacité à traiter les problématiques d'insertion par l'éducation dans les pays du Sud, répartition des projets sur plusieurs continents permettant ainsi d'impliquer les salariés au niveau mondial.
- Sur la base d'une première sélection, un appel à projets est organisé et Care est choisi.
- 6 mois sont nécessaires pour finaliser le projet de partenariat. Début 2008 une convention est signée pour une durée de 3 ans. Elle a été renouvelée en 2010.

ACTIONS ENGAGEES

- Proposition adaptée à l'entreprise de 5 projets de développement : Pérou, Bangladesh, Mali, Bénin et Maroc.
- Sensibilisation des salariés à l'accès à l'éducation : conférences, expositions photos...
- En 2008, organisation d'un « challenge » lors de la « Semaine de la citoyenneté » organisée par l'entreprise (ex : quizz sur CARE ou sur l'éducation dans le monde)
- Accompagnement sur les sites des programmes de 3 gagnants du challenge et de 3 ambassadeurs choisis pour leur implication lors de la semaine de la citoyenneté.



MOYENS MIS EN ŒUVRE

MOYENS	CARE FRANCE	SOCIETE GENERALE
HUMAINS	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Un responsable du partenariat (à tiers temps), des responsables de suivi de programme et la directrice des partenariats (supervision) ✓ Implications des équipes financières et communication et du terrain en fonction des besoins 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Un responsable du projet ✓ Mécénat de compétences (1 à 2 personnes) ✓ Implication de la Fondation Société Générale pour la Solidarité ✓ Implication ponctuelle des ambassadeurs de la citoyenneté dans chaque entité.
TECHNIQUES	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Gestion & suivi de projets humanitaires ✓ Reporting ✓ Organisation des activités liées à l'implication des salariés et communication interne 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Techniques de communication ✓ Levées de fonds
FINANCIERS		<ul style="list-style-type: none"> ✓ 2,5 Millions € (1 M € entre 2008 et 2010 et 1,5 M € pour la période 2011-2013) ✓ Prise en charge des visites terrain des salariés (6 personnes) et de l'organisation de la course de vélo Paris-Londres ✓ 100k€ en abondement sur les montants versés par les salariés pour Haïti (130 k€)

✓ **Convention de partenariat**

- Signature avec la Fondation de la SG de deux conventions triennales pour la période 2008-2010 (: la première encadre le volet « dons aux projets », la seconde, l'implication des salariés. Un cahier des charges est établi, définissant en amont les modalités de financement, la communication, le reporting...
- Renouvellement des accords pour la période 2011/2013, auxquels s'ajoutent deux autres projets de développement (Maroc et Bénin) pour un montant total de 1,5 M €.

✓ **Suivi et pilotage**

- Reporting trimestriel de CARE à l'entreprise : avancement des projets sur le terrain et bilan budgétaire pour chaque programme de développement.
- Chaque début d'année, CARE formalise un plan d'action et un plan de développement du partenariat partagé avec l'entreprise.
- Des rencontres régulières, formelles ou informelles, animent le partenariat en continu.

✓ **Communication**

	CARE FRANCE	SOCIETE GENERALE
<input checked="" type="checkbox"/> Cibles internes	<ul style="list-style-type: none"> • Réseau CARE International, via le site interne • Salariés Care France 	<ul style="list-style-type: none"> • Salariés du groupe (une page de l'intranet est dédiée à la RSE, conférences, expositions, témoignages vidéo)
<input checked="" type="checkbox"/> Cibles externes	<ul style="list-style-type: none"> • Autres ONG du secteur, • Entreprises partenaires : petit déjeuner sur la mobilisation des salariés avec intervention de la SG, e-newsletter (3x/an à plus de 1000 contacts) 	<ul style="list-style-type: none"> • Grand public : blogs de salariés pour la course, communiqués de presse, site Internet • Quelques communiqués de presse sur sites (ex Le parisien)

✓ **Evaluation**

- Suivi du nombre de personnes aidées grâce au dispositif.
- Une fois par an, l'évaluation globale du partenariat est formalisée par écrit par CARE.

CARACTERISTIQUES DU PARTENARIAT

- Une démarche de partenariat à l'initiative de l'entreprise.
- Une implication des salariés dans le choix de certains programmes de développement sous la forme d'un vote.
- Une gestion mixte du partenariat : le financement est assuré via la Fondation Société Générale pour la Solidarité ; le suivi et le pilotage opérationnel est assuré par SG CIB.
- Des programmes aujourd'hui financés à 100% par l'entreprise.
- La mise en place d'un produit-partage sous forme de carte bancaire co-brandée.
- Un partenariat pérenne, grâce à son ancrage parmi les collaborateurs et la relation impliquant les structures car au-delà des engagements personnels de chacun.
- Un cadrage minutieux en amont sur les éléments de mise en œuvre du partenariat : communication, reporting, évaluation... et sur la faisabilité des projets : « on s'est engagé à faire des choses qu'on pouvait faire parce qu'on peut être tenté de promettre des choses qu'on ne peut pas faire ».
- De la pédagogie : « il y a un gros travail de traduction des programmes terrain en langage entreprise ».
- Pour l'association, un ratio investissement / bénéfices très positif.

RESULTATS DU PARTENARIAT

- Passage de 3 à 5 projets d'accès à l'éducation soutenus
- Plus de 10 000 enfants aidés dans leur accès à l'éducation grâce au partenariat
- Plus de 3M€ mobilisés depuis 2008 pour les projets de développement, dont 300 000 € en 2011 grâce à la course de vélo Paris-Londres.

RESULTATS POUR LES PARTENAIRES

Rappel objectifs



CARE FRANCE

Innovation :

Ressources Financières :

- 2,5 M€ dans le cadre des 2 conventions
- + 700k€ (salariés monde)
- + 500k€ pour Haïti (salariés + SG 2010)
- Plus de 2000 porteurs de la carte bancaire caritative CARE

Mobilisation de compétences :

- Mobilisation ponctuelle de près de 300 salariés pour la course de vélo depuis 2008
- Mécénat de compétences : RH/formation/ appui à la réalisation du rapport annuel de l'ONG

Implication des acteurs :

- Sensibilisation des salariés de l'entreprise à la thématique
- Mise en place d'autres partenariats locaux entre les différentes entités de Care International et les filiales SG CIB (ex : soutien financier à Care Cambodge)
- Nouveau soutien de 20 filiales de la Société Générale au réseau CARE.
- Une nouvelle entreprise partenaire pour les opérations d'urgence grâce la mobilisation de SGCIB sur Haïti.

Rappel objectifs



SOCIETE GENERALE

Innovation

Performance économiques :

Management / RH :

- Forte mobilisation des salariés : 30% de taux de participation dans le choix des programmes de CARE, + de 900K€ collectés au total depuis 2007
- Passage de 50 à 90 puis à 250 participants à la course annuelle à vélo Paris / Londres
- Plus d'une vingtaine de pays du groupe soutiennent le partenariat CARE (lancement de la course de vélo en Chine et en Pologne)
- Fierté d'appartenance des collaborateurs et cohésion renforcée au niveau international.

Dialogue avec les parties prenantes :

- Clients : produit-partage
- Secteur banque : témoignage de l'entreprise sur l'implication des collaborateurs
- Pouvoirs publics, opinion publique : engagements RSE concrets

EVOLUTION DU PARTENARIAT

Pistes d'évolution: ouverture du partenariat à d'autres branches de la Société Générale, développement du mécénat de compétences, intégration de l'association aux bénéficiaires des fonds solidaires de l'entreprise, projet de microfinance pour les populations vulnérables, évaluation de l'impact du partenariat sur la base de nouvelles grilles

IMPACTS SUR L'INTERET GENERAL

Contribution à l'objectif 2 du Millénaire : assurer l'éducation primaire pour tous

POUR ALLER PLUS LOIN

www.carefrance.org

www.societegenerale.fr

Guide Pratique des partenariats stratégiques ONG - entreprises, ORSE, éditions 2012 - www.orse.org