

QUEL EST L'IMPACT DU MÉCÉNAT ?

Référencement de projets à fort
impact sociétal soutenus
massivement par le mécénat

SOMMAIRE

PATRIMOINE

- Rénovation des Jardins de la Tour à Castellane (Acta Vista)
- Un #GesteHistorique (Château de Fontainebleau)
- Batterie de la Cride à Sanary-sur-Mer (Acta Vista)
- Restauration du Château de Maisons-Laffitte

CULTURE

- A la découverte de l'orchestre symphonique (Philharmonie de Paris)
- Môm'artre
- Un été au Havre

SANTE

- La Course du Cœur (Trans-forme)
- Soutien au COMEDE (Fondation Sanofi Espoir)
- Autisme et Numérique (Fondation Orange)

SOCIAL / INSERTION

- Sport dans la Ville
- Habitat et Humanisme
- Lulu dans ma rue
- Comme A La Maison (SINGA)
- Kodiko
- La Maison pour Rebondir

EDUCATION

- Dix mois d'école à l'Opéra (Opéra de Paris)
- Parler Bambin
- Défi Jeunesse (United Way L'Alliance)
- Coup de Pouce

EMPLOI / ESS

- Convergences (Emmaüs Défi)
- Territoires Zéro Chômeur
- Ticket for Change
- Refugeeks (Fondation Simplon)

ENVIRONNEMENT

- Initiatives Océanes



PATRIMOINE

Restauration des Jardins de la Tour pour l'accueil d'un projet collectif et la formation aux métiers liés à la restauration.

OBJECTIFS

- Redynamiser le territoire
- Favoriser l'emploi, en particulier dans les secteurs qui recrutent et qui ont besoin de main d'oeuvre qualifiée (bâtiment et patrimoine).

CHIFFRES CLES

- 2 M € de coûts évités pour l'Etat chaque année

ACTIONS MISES EN PLACE

- Formation aux métiers du patrimoine en situation réelle de chantier
- Restauration d'un site historique en restauration du patrimoine

FINANCEMENT ET IMPLICATION DES MÉCÈNES

- Subventions publiques : de la mairie de Castellane et de la Communauté de communes du Moyen Verdon.
- Les mécènes sur le projet : Fondation du Patrimoine, Fondation AG2R, Fondation Eiffage, Amphitheia.
- En plus du mécénat financier, Acta Vista bénéficie largement du mécénat de compétences : Accenture a réalisé une étude sur la définition des métiers qui recrutent dans le bâtiment et dans la définition des outils de communication de l'organisme de formation (2012), le Cabinet de conseil Kea Partner a accompagné en la restructuration interne et l'organisation d'Acta Vista (2013), le Cabinet Mac Kinsey, en 2010, a réalisé une étude d'impact du modèle social d'Acta Vista, Passerelles et compétences apporte son expertise sur la stratégie de communication.
- Rôle de financement, mais aussi d'accompagnement pour une professionnalisation et structuration de l'association, pour un développement sur l'ensemble du territoire.

LES IMPACTS

SOCIAUX

- 2 sorties en CDI / 1 sortie en formation complémentaire (sur 10 participants)
- 7 qualifications au titre professionnel (sur 7 candidats)

SOCIÉTAUX

- Valorisation et restauration du patrimoine
- Aménagement d'un nouveau jardin

INDIRECTS

- Les entreprises de la région peuvent recruter de nouveaux profils.

ÉCONOMIQUES

- Coûts évités pour l'Etat :

Les chantiers Acta Vista permettent, pour chaque personne embauchée et formée, de générer un gain pour la collectivité de 7 à 10 K €, soit plus de 2 M € chaque année. (étude d'impact McKinsey 2010).



LES IMPACTS

Coûts évités

Chaque contrat de réinsertion Acta Vista rapporte aux collectivités de 6,9k€ à 10,5k€, en plus des autres bénéfices à la société.

Bénéfices		Description	Impact pour les collectivités par contrat
INSERTION PROFESSIONNELLE	2a Gain direct net (phase d'insertion)	Gain net pour les collectivités, correspondant à la différence entre : × Coûts : subventions versées × Revenus : taxes/charges perçues et coût évité de l'inactivité	3,5k€
	2b Gain direct net (post phase d'insertion)	Réintégration durable du marché du travail, grâce à un apprentissage volontaire et une formation efficace, à des emplois demandés par les entreprises	3,5-7k€
	Situation sociale	Diminution des problèmes sociaux chez les populations bénéficiaires (santé, criminalité, éducation, problèmes familiaux, etc.)	
AUTRES BÉNÉFICES		Utilisation de techniques de restauration respectueuses de l'environnement Haute qualité de travail grâce à un encadrement de qualité (compagnons), contraintes de temps souples et utilisation de techniques traditionnelles	Non quantifié
		IMPACT TOTAL POUR LES COLLECTIVITÉS, PAR CONTRAT DE RÉINSERTION	7-10,5k€
			ACB
			SROI

Fondation Rexel – (IM)PROVE

Au final entre la phase d'insertion et la phase de post-insertion, l'étude ACB montre que la collectivité peut gagner/ économiser entre 6,9 K€ et 10,5 K€ sur un contrat de réinsertion (sans compter les autres avantages pour la société comme l'impact sur le pouvoir d'achat, le bien-être, la confiance en soi, etc.). Le cabinet d'études a ainsi estimé un ROI de 26%, soit un retour sur investissement en faveur de la collectivité pour un contrat de réinsertion de 1,26 € pour 1€ investi.

Source : Étude d'impact de l'entrepreneuriat social, Kinsey&Company, 2012.

Château de Fontainebleau

Campagne d'appel au dons sous l'égide de la Fondation du Patrimoine pour la restauration de l'escalier en fer-à-cheval du château de Fontainebleau. Réouverture prévue en 2021.

OBJECTIFS

- Préservation d'un des plus grands monuments de France.
- Soutenir l'attractivité touristique en Seine-et-Marne

CHIFFRES CLES

- Projet financé à 100% par le mécénat (2,2 M €)
- 2 000 000 € récoltés en 9 mois
- 250 000 € en mécénat de compétence

ACTIONS MISES EN PLACE

- Travail fondamental d'amélioration de la maîtrise de l'eau, par une action sur les fondations de l'escalier pour en assurer la stabilité, par une purge systématique des matériaux de restauration néfastes et par un travail fin sur les épidermes.
- Le chantier fait intervenir des techniques innovantes pour traiter les matériaux de l'escalier

FINANCEMENT ET IMPLICATION DES MÉCÈNES

- 680 000 € de legs
- 250 000 € de mécénat de compétences (notamment de la société Kärcher)
- 200 000 € Fondation Total.
- dons de collectivités, d'entreprises et de particuliers (1 071 000 €)
- Bornes de dons sans contact, soutien des commerçants, vente aux enchères de sculptures en chocolat, création d'un groupe Facebook "*Tu es de Fontainebleau si...*", organisation d'un concert électro, etc...

Près de 515 000 visiteurs, dont 25 % d'étrangers, sont venus admirer le château de Fontainebleau en 2018. Site au rayonnement international (inscrit au Patrimoine Mondial de l'UNESCO)



Défini comme chantier prioritaire par le Centre des Monuments Nationaux, la restauration du château a été entamée en 2016. Ce travail de grande ampleur a été découpé en plusieurs étapes.

OBJECTIFS

- Supprimer le risque d'effondrement du château
- Restaurer et rendre toute son attractivité à un bâtiment historique,
- Valoriser la richesse du patrimoine bâti francilien

CHIFFRES CLES

- Une restauration estimée à 4 M €
- Près de 40% du budget assuré par le mécénat



Le Château de Maisons-Laffitte a accueilli en 2017 25 350 visiteurs, soit 15 % de plus que l'année précédente.

ACTIONS MISES EN PLACE

- Restauration de la façade du château côté cour d'honneur
 - Restauration de la grille et du portail du château
- En cours et à venir :
- Réaménagement des jardins
 - Rénovation ou pose de murs de soutènement pour les terrasses et les bassins

FINANCEMENT ET IMPLICATION DES MÉCÈNES

1,5 M € de mécénat, soit 37% du total du coût de la restauration.

Mécénat financier

Crédit Agricole Ile-de-France Mécénat, Fondation du Crédit Agricole Pays de France
+ dons des particuliers

Mécénat de compétences

Les entreprises Aurige et sa filiale Lefèvre, engagées pendant 5 ans dans un mécénat de compétences pour la réalisation des études d'exécution et des travaux de restauration du mur de soutènement de la terrasse

Mécénat en nature

Don d'une console en bois doré datant de 1710 par Guillaume et Delphine Fléau, don d'un portrait du marquis de Longueil par la Société des Amis du Château



CULTURE

Le programme « à la découverte de l'orchestre symphonique » a été créé en 2015 par la Philharmonie de Paris en lien avec la Fondation d'entreprise KPMG dans le cadre de son programme « Lycées de la Réussite ». Les bénéficiaires sont 2 classes de 2 lycées professionnels (49 lycéens, âgés de 16 à 19 ans).

OBJECTIFS

- **Démocratisation culturelle** : faire découvrir la musique classique à des jeunes d'établissements secondaires professionnels
- **Développement du "savoir-être"** à travers la pratique collective de la musique, développer la capacité d'écoute, l'intelligence collaborative, la concentration, la mémorisation, la maîtrise de soi, l'épanouissement personnel ainsi que la confiance en soi
- **Cohésion sociale** : susciter et ou renforcer les liens entre les participants du programme à travers la pratique collective de la musique

CHIFFRES CLES

- 57% des élèves déclarent n'être jamais allés dans une bibliothèque / médiathèque au cours des 12 derniers mois.
- 85,3 % des élèves ont plus confiance en eux après avoir suivi le programme
- 82% déclarent s'entraider davantage

ACTIONS MISES EN PLACE

Sensibilisation à la pratique orchestrale à travers 5 ateliers et 3 rassemblements. Le programme consiste en une approche pluridisciplinaire alliant pratique du chant et d'un instrument de musique, une visite du Musée de la musique et la rencontre avec des artistes. Les classes participantes ont également assisté à 2 concerts.

FINANCEMENT ET IMPLICATION DES MÉCÈNES

- La Fondation KPMG est le mécène exclusif du programme. Actuellement, 3 parties prenantes sont impliquées : la Philharmonie, la Fondation KPMG et les lycées.
- Soutien de long-terme (depuis le lancement en 2015).
- Financement, mais aussi accompagnement pour le développement du programme : amélioration de sa performance grâce à l'étude d'impact + augmentation de sa notoriété pour convaincre de nouveaux partenaires.

LES IMPACTS

Etude d'impact mixte réalisée en 2018, au cours de la 3^{ème} édition du programme : un volet quantitatif pour comprendre les bénéficiaires du programme, un volet qualitatif (entretiens et focus groupes avec la direction de la Philharmonie, les intervenants artistiques, les professeurs des lycées, et des élèves), un volet quantitatif pour mesurer les effets du programme.

SOCIAUX

- Des évolutions sur le rapport à la musique classique
 - 84 % ont une meilleure opinion de la musique classique
 - 76,5% des élèves déclarent avoir plus envie d'écouter des concerts de musique, de jouer d'un instrument (73,6 %) et/ou de chanter (76,5%)

- Des capacités d'écoute et de concentration améliorées
 - 94,1 % déclarent avoir amélioré leur capacités d'écoute et de concentration
 - 85,3 % déclarent avoir davantage confiance en eux

- Une confiance améliorée et un sens de l'effort renforcé
 - 85,3 % des élèves ont plus confiance en eux
 - 94,1% déclarent pouvoir désormais aller au bout d'un projet difficile
 - 88,2 % des bénéficiaires se sentent plus autonomes à la fin du programme

INDIRECTS

- Des indices de cohésion sociale en développement
 - 85,3% des élèves déclarent une amélioration des relations avec leur professeur
 - 85% indiquent que l'ambiance de la classe s'est améliorée
 - 82% déclarent s'entraider davantage

A travers la pratique artistique et la découverte culturelle, Môm'artre contribue à révéler les talents des enfants et des adultes, développer le potentiel de chacun, tout en favorisant l'égalité des chances

OBJECTIFS

- Répondre à un besoin humain d'accomplissement : prise d'initiatives, estime de soi, liberté d'expression, ouverture culturelle, curiosité, autonomie
- Créer les conditions d'un vivre-ensemble solidaire : mixité, empathie, citoyenneté, implication, solidarité, vie en société

CHIFFRES CLES

- 14% du budget du programme vient du mécénat
- 217 artistes embauchés
- 2290 enfants au total ont participé aux ateliers
- 1205 enfants de 4 à 11 ans accueillis

ACTIONS MISES EN PLACE

- Mode de garde artistique pour les 4-11 ans, avec des horaires et tarifs adaptés aux contraintes des familles.
- Formations collectives à l'animation et à la pédagogie par les arts auprès des professionnels de l'enfance et de la culture grâce à son organisme de formation.
- Projets artistiques Hors les murs pour démocratiser la pratique artistique
- Lieux de vie de quartier, pour créer du lien social

FINANCEMENT ET IMPLICATION DES MÉCÈNES

Mécénat : 382 K €, soit 14% du budget

Fondation AG2R, Ecole de la Philanthropie, Fondations Edmond de Rothschild, Fondation de France, Fondation Auchan pour la jeunesse, Fondation SNCF, Fondation Saint-Gobain, France Active, Beiersdorf- Nivea, Fondation des Arts et des Autres, Fondation Immochan, CEPAC, Centre National de la Danse, Je pars tu pars il part, BNPParibas

Financement public : 904 K € soit 32% du budget.

Beaucoup de collectivités partenaires (mairies, régions) ; les CAF ; ministère de la Ville, de la Jeunesse et des Sports ; ministère de l'Éducation Nationale ; le Fonds Social Européen, etc...

LES IMPACTS

*Etude d'impact réalisée auprès des personnes ayant participé au programme entre 2016 et 2017.
Méthodologie mixte quanti / quali auprès des familles, des enfants, des artistes, des équipes.*

SOCIAUX

- 80 % des enfants de Môm'artre savent citer des noms de pièces de théâtre, musiciens et techniques artistiques
- 72% des parents déclarent que leur enfant développe son empathie et ses aptitudes à vivre ensemble
- 54h de pratique artistique par enfant et par an

SOCIÉTAUX

- 47 745 heures de garde après 18h30
- Plus de 15 quartiers concernés par le rayonnement des établissements dans 3 régions (IDF, PACA, Pays de la Loire)

INDIRECTS

- 86% des parents déclarent mieux gérer leur vie professionnelle :
 - moins de stress pour concilier les horaires de travail et la vie de famille
 - soutien pour les suivi des devoirs
- Amélioration du dialogue parents / enfants
- Une confiance accrue des enfants (pour 86% des parents)

ÉCONOMIQUES

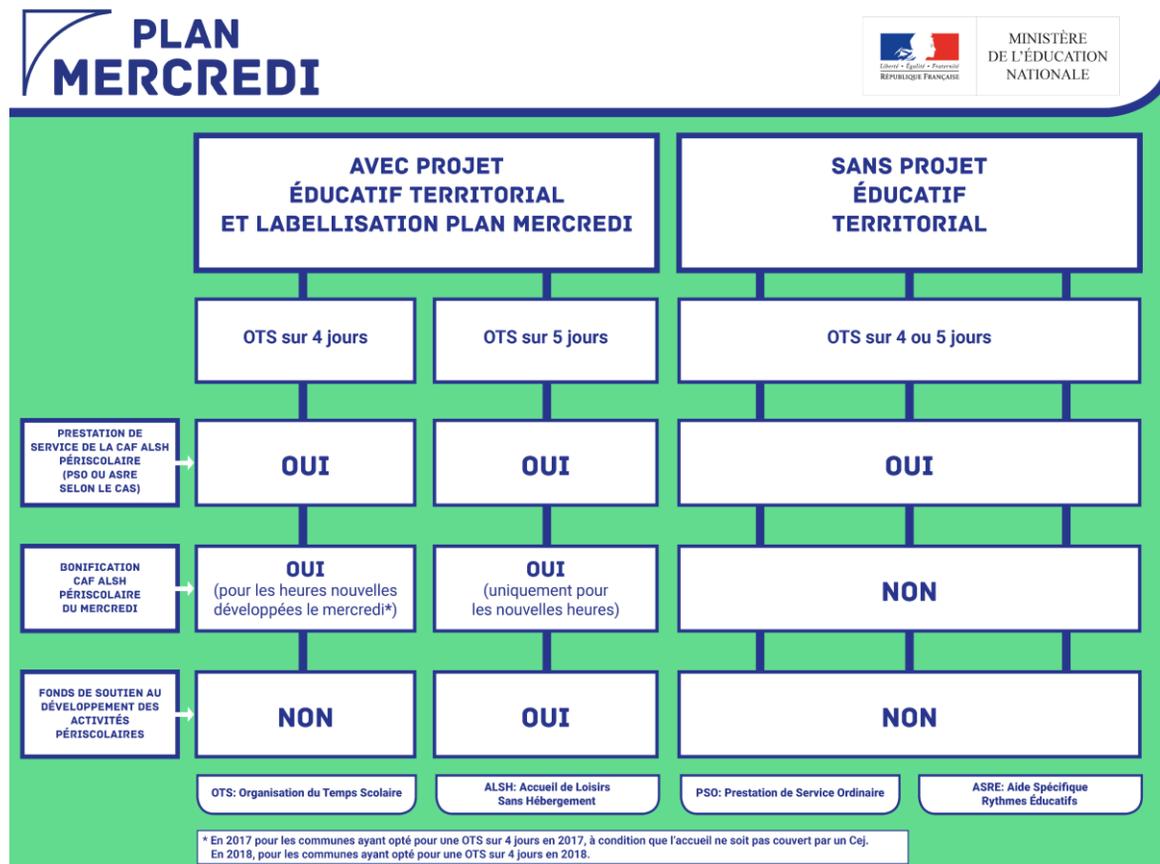
- 217 artistes embauchés depuis la création (dont 96% étaient en situation précaires avant leur embauche)
- Coûts évités : la CAF dépense a minima 0,54 € / h par enfant accueilli en ASLH. Avec 47 745 h prises en charge par le réseau Môm'artre, elle économise 25 782 €.

POLITIQUE PUBLIQUE

La majorité du financement des centres de loisirs (ASHL) est porté par les communes, déjà en difficulté. Il existe de grandes inégalités territoriales : alors qu'en zones urbaines proches des métropoles on trouve un certain nombre d'ASHL dont le budget peut atteindre 1M€ pour les plus grands, d'autres, notamment en zone rurale, ne fonctionnent qu'avec un budget de quelques milliers d'€ et font régulièrement appel à des bénévoles.

→ Le ministère de l'Éducation Nationale a lancé en 2018 le Plan Mercredi qui propose des solutions et des financements pour faciliter l'organisation des accueils de loisirs de qualité.

FINANCEMENT



Les Caf complètent le financement de l'accueil des enfants hors temps scolaire.

La prestation de service ordinaire perçue par les organisateurs des ASHL (collectivités et associations) qui organiseront des activités dans le cadre d'un Plan mercredi pourra être majorée de 0,46€ € par heure et par enfant en plus des actuels 0,54 € par heure → 1 € / enfant.

Le plan insiste aussi sur l'importance des partenariats avec les acteurs culturels, les principales fédérations d'éducation populaire, les associations sportives, des structures qui dépendent déjà du mécénat.

Organisation d'une grande manifestation artistique à l'occasion du 500^{ème} anniversaire de la ville du Havre et de son port.

OBJECTIFS

- Profiter du 500^e anniversaire de la Ville et du Port pour réaffirmer son identité patrimoniale, architecturale, picturale, maritime et portuaire
- Se projeter vers l'avenir en démontrant que cette ville est plus contemporaine que jamais

CHIFFRES CLES

- Budget total de 20 M €, dont 5 M € apportés par les mécènes
- 80 M € de retombées économiques
- 15 000 scolaires impactés par les actions de médiation culturelle
- 2 millions de visiteurs
- 50% du mécénat en compétences

ACTIONS MISES EN PLACE

- 🍷 Construction d'œuvres contemporaines installées dans l'espace public
- 🍷 Création de « Parcours Découverte » pour voir la ville autrement et profiter des oeuvres
- 🍷 Expositions grand public
- 🍷 Rassemblements de grands voiliers
- 🍷 Événements festifs

FINANCEMENT ET IMPLICATION DES MÉCÈNES

Financement privé : 5 M €

- 4 groupes de mécènes : 35 GE au niveau national / 42 filiales de grands groupes et grandes PME implantées sur le territoire, regroupés au sein du LH Club / 128 TPE et PME havraises, regroupées dans le "Club TPE-PME" / 1200 commerçants, artisans, prestataires de services et professions libérales de la ville regroupées sous l'association « Les Ambassadeurs du Commerce ».
- Près de la moitié du mécénat sous forme de mécénat technique / de compétences

Financement public : 15 M €

Le Groupement d'intérêt Public (GIP) "Le Havre 2017" rassemblait l'ensemble des acteurs publics locaux : ville du Havre, communauté d'agglomération Havraise, CODAH, le Port - HAROPA, le département de la Seine-Maritime, la région Normandie, l'Université du Havre et la CCI Seine Estuaire.

→ La bonne structuration de l'action publique ainsi que son investissement initial conséquent a permis une levée de fonds rapide et significative auprès des entreprises.

LES IMPACTS

Etude 2017 menée auprès de 3500 visiteurs, sur les temps forts d'Un Été au Havre, auprès des visiteurs du MuMa et des visiteurs empruntant les parcours.

SOCIÉTAUX

- 17 emplois créés dans le cadre du chantier d'insertion Mediation
- 7 500 élèves de 1er et 2nd degrés accueillis en médiation scolaire autour de la programmation
- Au total, 15 000 scolaires impactés par les actions de médiation jeunes publics
- 3 lycées professionnels impliqués dans la production des oeuvres et des événements
- 22 pignons de logements sociaux revalorisés grâce aux manifestations et installations artistiques

INDIRECTS

- Rayonnement de la ville, plus grande attractivité du territoire
- Le succès de l'édition 2017 a lancé une nouvelle dynamique : l'événement va avoir lieu tous les ans

ÉCONOMIQUES

- Retombées économiques évaluées à 80 M €, soit 4 x plus que le budget total initial
- 2 millions de visiteurs
- Panier moyen quotidien de chacun des visiteurs = 39 €
- La moitié du budget (10 M €) a été investi localement

« Un Été au Havre est un pari magnifiquement gagné. En effet, il s'est agi de promouvoir la culture comme vecteur d'attractivité mais il en ressort surtout une formidable valorisation de l'identité singulière et méconnue de notre territoire. Nous pouvons collectivement en être fiers. Faisons maintenant de cette fierté un atout pour notre développement. »

*Pascal REGHEM, président
de l'Université Le Havre Normandie*

A large crowd of people is gathered outdoors, holding up numerous red heart-shaped balloons. The scene is festive and celebratory, with the balloons floating in the air against a light sky. The crowd is diverse in age and appearance, and many people are looking towards the camera or the balloons. The overall atmosphere is one of joy and community.

SANTÉ



LA COURSE DU CŒUR

DEPUIS 2014

La Course du Coeur est un événement sportif et solidaire, ancré sur la question sociétale majeure du don d'organes, organisée par l'association Trans-forme. Créée en 1989, en compagnie de transplantés et dialysés ainsi que de médecins de la transplantation et du sport, elle a pour but de promouvoir le Don d'Organes par l'image positive que véhicule la pratique sportive des transplantés.

Elle consiste en une course de plus de 700km à travers 200 communes, avec une équipe de communication et de sensibilisation qui fait la promotion du don d'organes tout au long du parcours.

OBJECTIFS

Faire progresser la cause du don d'organes dans les mentalités, en s'adressant au public dans toutes les communes traversées par la course et grâce aux médias qui relaient l'événement.

CHIFFRES CLES

- L'opération est soutenue par 42 mécènes

IMPACTS

ÉCONOMIQUES

Retombées économiques dans les secteurs de la restauration, de l'hébergement, dans les commerces. Augmentation des recettes des parkings de stationnement.

INDIRECTS

Les participants et spectateurs découvrent le territoire. 47% ont la volonté d'y revenir.

Accès aux soins des personnes migrantes en situation précaire, au Centre de santé du Comede (Comité pour la santé des exilés), à l'hôpital de Bicêtre (IDF).

OBJECTIFS

- réduire les inégalités en santé renforcer les capacités locales
- améliorer la santé publique dans les domaines suivants : éducation et prévention, et aux droits à l'accès aux soins, formation / information des professionnels de santé.

CHIFFRES CLES

11 295 consultations effectuées dont :

- 4 355 médicales
- 2 663 d'accueil
- 519 infirmières
- 1 439 socio-juridiques
- 1321 entretiens psychothérapeutiques
- 638 d'éducation thérapeutique
- 299 d'ostéopathie

ACTIONS MISES EN PLACE

- 🔸 Prise en charge globale et pluridisciplinaire : accueil et orientation interne / externe vers les réseaux de soutien, consultations médicales, psychothérapie, ateliers d'expression corporelle, consultations avec interprètes professionnels...
- 🔸 Prise en charge prioritaire des publics les plus vulnérables : femmes et mineurs étrangers isolés, demandeurs d'asile, migrants précaires et/ou malades, etc...
- 🔸 Dépistage des principales pathologies : bilan de santé global, accès aux soins gratuits, vaccination et pharmacie, consultations de gynécologie et santé sexuelle, suivi médical
- 🔸 Formation de professionnels du secteur médico-psycho-social

FINANCEMENT ET IMPLICATION DES MÉCÈNES

Partenaires institutionnels / financiers

DASES (Département et Ville de Paris) ; CRAMIF (Caisse régionale d'assurance maladie IDF) ; Agence Régionale de Santé IDF ; Fonds européens (FAMI Asile), Ministère de l'intérieur ; Fonds privés (Sidaction, Sanofi Espoir ...)

Partenaires opérationnels

- ISM Interprétariat, Réseau Humapharma (pharmacie)
- organismes d'accueil des exilés et de défense des droits humains à l'échelon national et international,
- organismes de lutte contre les discriminations (Médecins du Monde, ACAT, la Ligue des Droits de l'Homme, le Secours Catholique, la Fondation Abbé Pierre, le Samu Social, la Cimade, le réseau SOLIPAM)



600 000 personnes seraient touchées par l'autisme en France. Depuis 2012, la Fondation Orange favorise l'usage du numérique par les personnes avec autisme, en plus de son soutien depuis 1991 à la recherche et à d'autres projets dans le domaine. Avec ce projet, elle accompagne 300 établissements.

OBJECTIFS

- Favoriser l'inclusion des personnes avec autisme, en équipant les établissements et structures dédiées
- Développer les apprentissages et faciliter la communication en équipant les établissements et structures dédiées.

CHIFFRES CLES

- Un budget de 2,3 millions d'€
- Plus de 300 établissements accompagnés
- 51% des établissements utilisent les tablettes au quotidien, 34% plus d'1 fois par semaine

ACTIONS MISES EN PLACE

- 🍷 Mécénat financier pour l'acquisition du matériel, tablettes, tableaux interactifs ...
- 🍷 Accompagnement avec du mécénat de compétences
- 🍷 Soutien au développement d'outils et d'applications numériques gratuits
- 🍷 Soutien à la recherche

FINANCEMENT ET IMPLICATION DES MÉCÈNES

La Fondation ORANGE a créé et finance entièrement le projet.

Budget : 2,3 millions €, dont 850 K € pour 2017/2018

Son soutien est indispensable, puisque très peu de structures se positionnent sur le sujet de l'innovation digitale pour les personnes avec autisme.

Le programme a permis aux professionnels de tester le dispositif avant d'investir pour acquérir de nouvelles tablettes.

POLITIQUE PUBLIQUE

A date, seules l'ARS et les MDPH accordent ponctuellement des fonds sur dossier.

Le nouveau plan autisme 2018-2022 inscrit l'ambition de « soutenir le développement des technologies facilitant l'apprentissage et l'autonomie des personnes autistes » avec un centre expérimental dédié mais sans financements spécifiques. Budget estimé : 397 millions €

LES IMPACTS

Etude KIMSO 2018 mixte : QUALI auprès des professionnels de santé (45 entretiens) et QUANTI (questionnaire auprès de 87 établissements ayant participé au programme.

SOCIAUX

- Gain en autonomie pour des actes de la vie quotidienne
- Facilitation de la communication pour les verbaux et non verbaux
- Expression des émotions
- 74% des établissements utilisent la tablette pour les interactions sociales
- Facilitation de l'entrée en langage et la vocalisation

SOCIÉTAUX

- Pour 42% des établissements, des familles ont prolongé l'expérimentation à la maison (achat et utilisation de tablette)
- Meilleure communication entre les établissements et les familles
- Meilleure communication et apaisement entre les membres de la famille

INDIRECTS

- Gain en transprofessionalité (échanges et partages autour de l'outil entre différents professionnels)
- Prise de consciences de capacités insoupçonnées des personnes avec autisme et meilleure prise en compte de leurs besoins

ÉCONOMIQUES

- Plus de la moitié des établissements ont racheté des tablettes pour toucher de nouveaux bénéficiaires
- 86% des établissements émettent le souhait de déployer de nouveaux projets numériques.

« Ce sont les seuls à financer ça [Fondation Orange]. Sans ça, c'est impossible de financer les outils numériques. » (Responsable de projet)

A photograph of children playing soccer on a grassy field. In the foreground, a girl in a yellow and red jersey is about to kick a soccer ball. Another girl in a red and purple jersey is running towards her. The background shows a chain-link fence and a building with a staircase. The text 'SOCIAL/INSERTION' is overlaid in white on a red background.

SOCIAL/ INSERTION

L'association Sport dans la Ville accompagne les jeunes pour participer activement à leur insertion sociale et professionnelle par le sport.

OBJECTIFS

Intégrer par le sport les valeurs essentielles (respect, esprit d'équipe, assiduité, politesse, investissement personnel) indispensables à l'insertion sociale et professionnelle future.

CHIFFRES CLES

- 82 % des jeunes accompagnés sont en activité
- 69% des jeunes accompagnés atteignent un niveau bac et +
- 78% des parents considèrent que l'association a eu un impact positif sur la vie des jeunes dans les quartiers

ACTIONS MISES EN PLACE

- 🍷 Apprenti'Bus : Ateliers de lecture et d'écriture pour les enfants de 9 à 11 ans
- 🍷 L dans la ville : Accompagnement des jeunes filles
- 🍷 Job dans la ville : Orientation et insertion professionnelle des jeunes à partir de 14 ans
- 🍷 Entrepreneurs dans la ville : Aide à la création d'entreprise, en partenariat avec l'emlyon business school

FINANCEMENT ET IMPLICATION DES MÉCÈNES

- 66% des ressources viennent de partenariats privés, dont le mécénat qui atteint 4 070 374 € (soit 45% du total)
- Subventions : 2 417 096 € (27 %), la majorité de celles-ci assurant les frais de fonctionnement
- Parmi les grands partenaires : 3 institutions publiques (Région Auvergne Rhône-Alpes, Région IDF, Fond social européen) et 16 structures privées. D'autres mécènes apportent des soutiens par projet, et non structurels

LES IMPACTS

SOCIAUX

- 5183 jeunes inscrits aux programmes sportifs
- 1061 jeunes accompagnés dans le programme d'insertion professionnelle Job dans la Ville
- 736 expériences professionnelles réalisées grâce au programme Entrepreneurs dans la Ville

SOCIÉTAUX

- 36 centres de sport implantés
- 409 parrains volontaires, salariés d'entreprises partenaires
- 83% des jeunes atteignent un niveau brevet contre 79% dans les quartiers prioritaires et 89% pour la moyenne française
- 69% des jeunes atteignent un niveau bac et + contre 39% dans les quartiers prioritaires et 55% pour la moyenne nationale
- Evénements sportifs : 107 entreprises ont participé à leurs soirées de gala
- 16% des ressources de SdV ont été générés par le biais de ces manifestations

ÉCONOMIQUES

- 82 % des jeunes accompagnés sont en activité (formation ou emploi) contre 64% dans les quartiers prioritaires et 81% pour la moyenne nationale.
- 51% des jeunes ayant participé à Job dans la Ville ont trouvé un CDI contre 44% pour la moyenne nationale

INDIRECTS

78% des parents considèrent que Sport dans la Ville a eu un impact excellent ou bon sur la vie des jeunes dans les quartiers



Pour répondre à l'exclusion et à l'isolement des personnes en précarité, Habitat et Humanisme agit en faveur du logement, de l'insertion et de la récréation des liens sociaux.

OBJECTIFS

- Apporter des réponses aux personnes particulièrement vulnérables et victimes du mal-logement
- Produire et mobiliser des logements accessibles aux plus pauvres
- Rééquilibrer les territoires pour plus de mixité sociale et urbaine

CHIFFRES CLES

- 7624 logements acquis
- 1730 nouvelles familles en difficulté ont accédé à un logement
- 1 personne sur 2 intégrant un logement H&H est éloignée de l'emploi
- Le mécénat représente 11% du budget.

ACTIONS MISES EN PLACE

- 🍷 Production et mobilisation de logements adaptés : parc de logements individuels situés dans des quartiers équilibrés, pensions de famille, habitats intergénérationnels, EPAHD, etc...
- 🍷 Accompagnement de proximité aux personnes logées, pour favoriser la récréation de liens sociaux, l'insertion et l'autonomie.
- 🍷 Favoriser la recomposition des territoires en privilégiant la localisation des logements dans des « quartiers équilibrés ».
- 🍷 Via l'accompagnement, encourager le lien social avec l'ouverture sur le voisinage et la vie urbaine

FINANCEMENT ET IMPLICATION DES MÉCÈNES

- En 2016, le mécénat représente 1 117 K € soit 11,2% du budget.
- La générosité publique atteint 1 332 K €, soit 13,3% du budget.
- Les subventions constituent 20% du budget, soit 1 972 K €.
- Le programme bénéficie du soutien de 28 partenaires au niveau national (dont de grosses fondations d'entreprises).
- Ce soutien national est complété par un soutien d'entreprises locales, encouragé par le maillage territorial existant (55 associations couvrant 80 départements français)

LES IMPACTS

SOCIAUX

- 1730 nouvelles familles en difficulté ont accédé à un logement.
- 80% des familles prises en charge vivaient sous le seuil de pauvreté (c'est 32% seulement par le parc social)
- 15% des adultes ont moins de 30 ans contre 8% dans le parc social

SOCIÉTAUX

- 337 logements à destination des personnes en difficulté dont 8 résidences intergénérationnelles

INDIRECTS

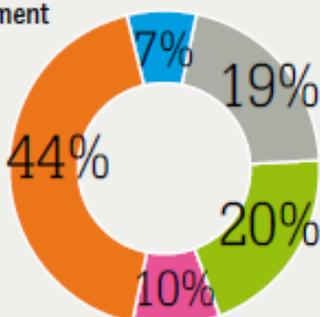
- 4000 bénévoles engagés pour l'équivalent de 320 emplois à temps plein (soit 227 264 heures d'accompagnement)

ÉCONOMIQUES

- 7624 logements acquis (4017 en propre et 3607 confiés par des propriétaires solidaires)

1 personne sur 2 intégrant un logement H&H est éloignée de l'emploi.

- Sans emploi
- Au chômage
- Emploi précaire
- Emploi stable
- Etudiants, retraités



EN FRANCE

Etre sans emploi ou au chômage augmente par **3** le risque d'être en situation "d'effort financier excessif", par rapport au paiement du loyer. ²



LULU DANS MA RUE

Lulu dans ma rue est une conciergerie de quartier qui met en relation les habitants d'un quartier qui ont besoin d'un coup de main au quotidien avec les Lulus, des pros de leur quartier qui réalisent des services assurés et déclarés.

OBJECTIFS

Fédérer le quartier en renforçant le lien social par la création d'activités accessibles à tous, notamment pour les personnes éloignées de l'emploi

CHIFFRES CLES

- 150 000 € de mécénat de la Fondation Veolia en 2015
- 30 salariés et 230 « Lulu » actifs dans Paris
- 50% des Lulus bénéficient de microcrédits

ACTIONS MISES EN PLACE

- 🔪 Mise en place de kiosque pour mettre en relation les riverains avec les Lulus.
- 🔪 Services entre 5 € et 30 € les 30 min (petit bricolage, ménage, assistance informatique, déménagement, etc)
- 🔪 Accompagnement et tutorat (cours particuliers, aide administrative, etc...)
- 🔪 Organisation de rencontres festives dans les quartiers

FINANCEMENT ET IMPLICATION DES MÉCÈNES

Financements privés

- Carrefour, Axa, Société Générale, JCDecaux, Bpi France, PAI Partners, Fondation Carrefour, Fondation Vinci pour la Cité, Fondation Veolia, Fondation ENGIE, JP Morgan, Enedis, Nexity, le BHV Marais
- les petits frères des Pauvres, Emmaüs Défi, Le Carillon, Fondation de France
- Un partenariat avec l'ADIE permet à 50% des Lulus de bénéficier de microcrédits



LES IMPACTS

SOCIAUX

- Depuis mai 2015, 370 micro-entrepreneurs, dits "Lulus", parmi lesquels 170 sont bénéficiaires du RSA, et 15 sont issus du chantier d'insertion d'Emmaüs Défi.
- L'ensemble des Lulus a bénéficié d'un accompagnement socioprofessionnel.

SOCIÉTAUX

- 9 kiosques Lulu dans Paris + 1 Lulu mobile
- Entre 80 et 100 personnes visitent les kiosques quotidiennement

INDIRECTS

Lien social renforcé dans les quartiers avec l'organisation de rencontres festives

ÉCONOMIQUES

- 4 Lulus sur 10 gagnent entre 500 € et 1200 €
- En 2018, 200 commandes quotidiennes
- 15 micro-entrepreneurs ont trouvé un travail salarié après leur passage par "Lulu dans ma rue".
- Depuis 2015, 50 000 commandes ont été réalisées pour 28 000 clientes

Le dispositif d'accueil CALM connecte des personnes réfugiées à la recherche d'un accueil temporaire avec des particuliers disposant d'une chambre pour les accueillir via une plateforme dédiée. Cet accueil peut durer de 3 à 12 mois.

OBJECTIFS

- Créer des opportunités d'engagement et de collaborations entre les personnes réfugiées et leur société d'accueil
- Informer / sensibiliser sur l'asile
- Intéragir et construire une réseau d'échanges de compétences
- Innover et identifier de nouvelles opportunités

CHIFFRES CLES

- 570 personnes accueillies / 2500 accueillants
- 3435 € de coûts journaliers évités grâce à CALM pour les 391 personnes accueillies
- 25% des nouveaux arrivants exercent une activité associative
- 9 antennes de SINGA en France

ACTIONS MISES EN PLACE

- 🍷 Pôle PASSIONS : les *rencontres buddies* pour faire se rencontrer locaux et nouveaux arrivants autour de passions communes et les *événements découvertes* pour participer à des activités culturelles, sportives et sociales.
- 🍷 CALM : connecte des personnes réfugiées à la recherche d'un accueil temporaire avec des particuliers disposant d'une chambre pour les accueillir via une plateforme dédiée
- 🍷 Pôle PROJETS : pour accéder à l'entrepreneuriat, grâce à un accompagnement leur permettant d'être mis en relation avec des experts de la société d'accueil et de suivre des formations spécifiques. Les projets sont incubés au sein de l'incubateur La Fabrique à Paris.

LES IMPACTS

L'impact social mesure concerne toutes les activités de SINGA. La mesure de l'impact économique porte uniquement sur le programme CALM et l'accompagnement des nouveaux arrivants dans leur projet professionnel.

SOCIAUX

- 570 personnes accueillies, 850 cohabitations accompagnées, 2500 accueillants
- SINGA a un rôle positif notable (20% des difficultés rencontrées lors de la recherche d'emploi par les NA sont surmontées grâce à SINGA)

SOCIÉTAUX

- Une majorité du réseau social des nouveaux arrivants (64%) est lié à SINGA, que ce soit directement ou indirectement. >> Permet : un soutien émotionnel, informationnel, instrumental, évaluatif, de compagnonnage.
- Développement de l'engagement social et citoyen des NA : 69% considèrent avoir un rôle actif au sein de SINGA et 25 % exercent une activité associative en-dehors.
- Les accueillants reçoivent aussi les 5 types de soutien.

INDIRECTS

- Sensibilisation à la cause des réfugiés : 60% des accueillants en parlent régulièrement à leurs proches
- Enrichissement culturel de toute la communauté SINGA : 85% des NA ont des personnes d'origine distincte dans leur réseau social / pour les locaux, un réseau comprenant 33 nationalités différentes (vs 17 hors SINGA)
- Evolution de l'image des réfugiés

ÉCONOMIQUES

3435 € de coûts journaliers évités grâce à CALM pour les 391 personnes accueillies via le programme, avec un ROI de 63%.

Accompagnement vers et dans l'emploi de personnes réfugiées statutaires ou bénéficiant de la protection subsidiaire en France.

OBJECTIFS

- Transmettre des codes professionnels et culturels pour s'entendre
- Permettre à la personne réfugiée d'être accueillie en tant que professionnel par un autre professionnel actif en entreprise pouvant lui faire bénéficier de sa connaissance du marché du travail français, d'un secteur d'activité, d'un réseau professionnel.

CHIFFRES CLES

- 250 personnes accompagnées
- 10 entreprises partenaires
- Un taux de sortie positive de 65% après 12 mois d'accompagnement
- 230 000 € de dons pour la 1^{ère} année d'exercice, dont 50% auprès d'un seul groupe français.
- Antennes à Paris, Tours, Orléans

ACTIONS MISES EN PLACE

- Travail personnalisé en binôme entre un professionnel et un réfugié
- Accompagnement collectif d'insertion professionnelle
- Création d'outils pour créer des communautés (réfugiés, salariés, experts) pour une meilleure mixité
- Des programmes de formations et de sensibilisation

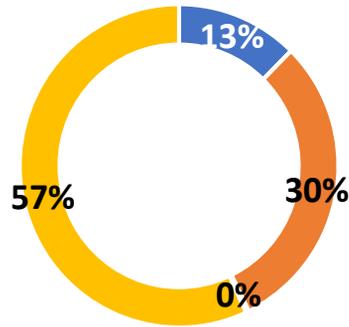
FINANCEMENT ET IMPLICATION DES MÉCÈNES

4 types de partenaires

- **Partenaires prescripteurs** : structures institutionnelles et associatives qui accompagnent les réfugiés au quotidien
- **Partenaires institutionnels** : en cours de développement avec un premier financement obtenu par Pôle Emploi en 2017-2018 dans le cadre de l'essaimage du programme Kodiko en région. + Ville de Paris, département de l'Indre-et-Loire, ministère de l'Intérieur
- **Partenaires consultants** pour perfectionner l'accompagnement et offrir des outils et formations de qualité le long du parcours aux salariés et aux réfugiés
- **10 entreprises ou fondations partenaires** : avec du mécénat de compétences et financier : *BETC, ClubMed, EDF, Sanofi, Société Générale, Total, Vinci Autoroutes, Havas, ManPower, Vinci pour la Cité* qui accompagnent aussi la stratégie de déploiement en régions. + accueil en entreprises des réfugiés une fois formés / accompagnement dans la stratégie de déploiement en régions.

RESSOURCES EN 2018

- Prestations de services
- Subventions
- Dons et cotisations
- Mécénat d'entreprises



*Au total, budget de
373,5 K €*

LES IMPACTS

SOCIAUX

- 250 personnes accompagnées

SOCIÉTAUX

- Une autonomie dans la recherche d'emploi et le développement d'un réseau professionnel
- Plus de 80% ont un premier réseau pro en France ou proche du secteur recherché
- Plus de 60% ont répondu à 1 offre d'emploi dans les 3 derniers mois et 40% ont obtenu un entretien

ÉCONOMIQUES

- Promo #2 : un taux de sortie positive (une opportunité concrète en fin de parcours) de 65% après 12 mois d'accompagnement
- Promo #4 : 57% des bénéficiaires en sortie positive après 6 mois, 80% après 12 mois : 3 stages dans le cadre de formations universitaires, 9 CDI dont 3 temps-plein (ingénieur système, ingénieur informatique, hôte de caisse), 11 formations, 5 contrats en CDD, interim ou alternance.

Avec le programme Maison pour Rebondir, SUEZ accompagne les collectivités pour identifier les initiatives, catalyser l'emploi sur les territoires et faire converger emploi et économie circulaire.

OBJECTIFS

Parcours d'insertion pour garantir le retour à l'emploi durable

- partenariat avec les entrepreneurs sociaux proposant des services environnementaux porteurs d'emploi
- soutien à la création d'entreprises
- recrutement au sein des filiales

CHIFFRES CLES

- 200 nouveaux emplois sur le territoire bordelais
- Accompagnement de 41 entrepreneurs
- Développement du programme sur 2 nouveaux territoires

ACTIONS MISES EN PLACE

- **Insertion professionnelle au sein des filiales de SUEZ**, pour exercer des métiers d'agents de réseau, agents de curage, électromécaniciens, agents de tri ou conducteurs de poids lourds,
- **Programme « J'entreprends », pour accompagner à la création d'entreprise** : programme d'incubation de 8 mois comprenant un coaching individualisé jusqu'à l'immatriculation de la société, une formation de 350 heures dédiée à l'entrepreneuriat, une mise en réseau avec les professionnels du secteur et un accompagnement socio-professionnel.
- **Développer les emplois dans le secteur de l'ESS** : 5 partenariats opérationnels ont été développés : la collecte et la valorisation d'huiles alimentaires avec les Détritivores, la collecte de mégots de cigarettes avec EcoMégot le changement de compteurs d'eau par le chantier d'insertion les Compagnons Bâtisseurs, la valorisation des déchets encombrants avec l'association R3, la lutte contre le gaspillage alimentaire via la fabrication de plats cuisinés à partir des invendus fruits/légumes des supermarchés avec Elixir

FINANCEMENT ET IMPLICATION DES MÉCÈNES

Partenariat de SUEZ avec la Mission locale, le PLIE, les structures de l'insertion par l'activité économique... pour orienter le public vers la Maison pour Rebondir afin de compléter les parcours d'accès à l'emploi

Programme créé et financé par le Fonds SUEZ Initiatives. Après le succès du projet à Bordeaux, déploiement national

LES IMPACTS

SOCIAUX

15 entrepreneurs suivent chaque année, pendant 8 mois, le programme «J'Entreprends» comprenant une formation de 350 heures, un coaching personnalisé une mise en relation avec les professionnels du secteur.

ÉCONOMIQUES

- En 5 ans, la Maison pour Rebondir a contribué à la création de 200 emplois sur le territoire bordelais, notamment via l'intégration de 140 personnes au sein des filiales de SUEZ et de son écosystème.
- Renforcement des liens entre SUEZ et les structures de l'ESS qui vont favoriser leur professionnalisation, leur monter en puissance, l'accès à leur autonomie financière et in fine la création d'emplois pérennes.

Un déploiement national



-  Projets de nouvelles MPR
-  Rebond insertion
-  Val Plus
-  Partenaires insertion
(Vitamine T, ID'ÉES, ARES, Tribord...)

OBJECTIFS

D'ici à 2021 la Maison pour Rebondir s'est fixé des objectifs d'impact social à l'échelle de la France

- 1000 emplois en insertion par an
- 1000 emplois créés via de nouveaux services de l'ESS
- 1000 collaborateurs formés à l'ESS



ÉDUCATION

Pour accompagner les milliers d'élèves éloignés de certaines formes d'art et de culture, et relevant le plus souvent de l'Éducation prioritaire, *Dix Mois d'École et d'Opéra* offre à 33 classes la possibilité de construire durant deux années des projets qui sont autant de parcours singuliers contribuant à la réussite et à l'épanouissement des élèves.

OBJECTIFS

Ouvrir les portes d'une des institutions culturelles les plus prestigieuses à des élèves issus des établissements des REP. Réduction des inégalités d'accès au monde des arts et de la culture, réussite scolaire, prévention du décrochage et épanouissement personnel des élèves.

CHIFFRES CLES

- 33 classes accompagnés
- Un programme étalé sur 2 ans.
- Plus de 25 ans d'existence

ACTIONS MISES EN PLACE

- Accompagnement pendant 2 ans par des équipes pédagogiques engagées dans le champ de l'éducation artistique et de l'action culturelle pour construire des projets artistiques.
- Les classes ont accès à un opéra et à un ballet, en répétition ou en représentation.
- Travaux de recherche menés par les élèves en amont et aval des sorties à l'Opéra.
- Ils rendent compte de leurs émotions mais aussi de leur approche critique du spectacle vivant.
- Ateliers de pratique artistique encadrés par des artistes, dans les établissements scolaires ou dans les structures culturelles de proximité.

FINANCEMENT ET IMPLICATION DES MÉCÈNES

- Partenariat entre les académies de Paris, Versailles, Créteil et l'Opéra National de Paris.
- Financements privés : rôle essentiel de la philanthropie individuelle (Arop, Eloise Susanna Gale Foundation, la Fondation Stavros Niarchos, d'Aimée Dubos Chantemesse, de Barden et Flavia Gale, de Claude et Tuulikki Janssen, de Philippe et Karine Journo / Compagnie de Phalsbourg, de Sabine Masquelier, d'Ursula Naccache, d'Akiko et Tomonori Usui et d'Alex Vannod). + deux fondations d'entreprise : ENGIE (mécène fondateur de l'Académie de l'Opéra) et Total (soutien des programmes d'éducation artistique de l'Académie)

LES IMPACTS

Enquête portant sur plus d'un millier d'élèves de 2003 à 2018 sur le territoire d'Ile-de-France. Etude réalisée dans le cadre d'un partenariat de recherche entre l'Observatoire Sociologique du Changement, Sciences Po - CNRS, et l'Opéra national de Paris. L'évaluation s'appuie sur une collaboration avec les services de la DEPP du Ministère de l'Éducation nationale.

SOCIAUX

- Effets observés relatifs aux compétences sociales, relationnelles, comportementales
- Effets observés sur la motivation des élèves / sur leur confiance en eux

SOCIÉTAUX

- Augmentation globale des notes au brevet et au contrôle continu pour les élèves ayant participé au programme
- L'élève qui a participé au programme a plus de probabilité de s'orienter vers une seconde générale et technologique
- Acquisitions ou développement de compétences transposables dans d'autres domaines scolaires.

INDIRECTS

- Nouvelles aspirations des parents des élèves
- Transformation du regard porté par les enseignants sur les établissements REP
- Amélioration de la créativité des élèves et leurs capacités d'innovation

*« Le jour où mon professeur principal nous a dit que nous étions dans la classe Opéra, j'ai paniqué : je me suis dit que l'Opéra était un endroit très classe, mais qui n'était pas fait pour nous (...) »
Awa, collègue, académie de Versailles, 2007-2009*

*« Savoir que les profs c'était pas des ennemis, mais qu'on pouvait avoir une proximité avec eux, qu'on pouvait les voir sous une autre casquette. »
Melvin, 6e /5e , académie de Versailles, 2009-2010*



La stratégie de Parler Bambin est d'utiliser le réseau d'accueil du jeune enfant et notamment les crèches comme levier pour favoriser l'égalité des chances.

OBJECTIFS

Améliorer les compétences langagières des enfants de 3 à 36 mois pour réduire les risques d'échec scolaire dans les zones à forte densité de populations défavorisées et/ou précarisées.

Donner l'envie et le plaisir de communiquer par la confiance et l'estime de soi.

CHIFFRES CLES

- Un projet initié en 2006
- 96 crèches engagées dans le programme national, réparties dans 27 communes de 7 régions
- Sur 6 ans, 3 000 enfants accompagnés et 1 500 professionnels formés

Fort du succès des premières expérimentations, le programme connaît un nouvel essor avec un déploiement au niveau national lancé en 2016 et orchestré par l'ANSA.

ACTIONS MISES EN PLACE

- Programme de Formation – Action à destination des professionnels de la petite enfance en 3 étapes : sensibilisation, formation de 7 modules sur 4 à 6 mois, soutien post-formation
- Programme de recherche : mesure d'impact des formations, des effets de l'action sur les enfants et auprès des parents

FINANCEMENT ET IMPLICATION DES MÉCÈNES

- Initiative publique (Haut Commissariat aux solidarités actives)
- Lauréat La France S'Engage : le programme a bénéficié d'un soutien de 588 K € et d'un accompagnement sur 3 ans.
- Les mécènes soutiennent le développement du programme et son essaimage au niveau national, pour une expérimentation sociétale d'envergure.
- Partenaires privés : 7, dont la Fondation Total, la Fondation Pierre Bellon et la Fondation Financière de l'Echiquier
- Partenaires institutionnels : le FEJ (Fonds d'Expérimentation pour la Jeunesse) et La France S'engage (financé largement par des mécènes)



LES IMPACTS

SOCIAUX

- 3 000 enfants accompagnés
- meilleur développement du langage mais aussi gain de confiance et d'estime de soi, individualisation de la relation avec l'enfant dans le collectif, appréciation par les parents de l'attention portée au développement de leur enfant..
- Développement d'une véritable stratégie nationale éducative dès la petite enfance pour favoriser l'égalité des chances

SOCIÉTAUX

- les enfants : développement linguistique, profil affectif, développement moteur, développement cognitif
- les parents : implication, pratiques de communication, évolution des attitudes langagières
- Les professionnels de crèches : évolution des pratiques et des postures, interactions individualisées

ÉCONOMIQUES

- 1 500 professionnels de crèche formés



« Défi Jeunesse » est le programme phare de United Way L'Alliance (ex Alliance pour l'éducation), modèle pionnier de mécénat collectif en France.

OBJECTIFS

- Prévenir la sortie prématurée du système scolaire et préparer l'orientation des jeunes des territoires défavorisés en agissant en amont du décrochage
- Accompagnement des élèves de la 6^{ème} à la Terminale

CHIFFRES CLES

- 21 entreprises partenaires
- le décrochage scolaire absorbe 35% des financements publics en faveur des jeunes de 16 à 25 ans.
- 40% des élèves de 3^{ème} ont affiné leur orientation professionnelle

ACTIONS MISES EN PLACE

- 1 programme d'accompagnement individuel au profit des collégiens en risque de décrochage : séances d'accompagnement éducatif ; séances de relaxation ; séjours et sorties bien-être et ouverture sur le monde ; visites d'entreprises, rencontres avec des professionnels, aides à la recherche de stage ; sensibilisation des familles.
- 1 programme d'accompagnement collectif pour tous les jeunes et professeurs des établissements partenaires sur 3 ans : animation dans les classes faisant intervenir des bénévoles d'entreprise et des professeurs ; formation des professeurs aux techniques de relaxation.

FINANCEMENT ET IMPLICATION DES MÉCÈNES

Partenaires publics / institutionnels

Ministère de l'Éducation nationale, Fonds Social Européen, collectivités (Préfecture du Val d'Oise, Ville de Villeneuve Saint-Georges, Ville de Gares, etc)

Partenaires privés

Mécènes : *Fondation Groupe ADP, Fondation CNP Assurances, Fondation Deloitte, Fondation Groupe France Télévisions, Imerys, Fondation Manpower Group, Fondation Groupe RATP, Fondation SNCF, Fondation Total, ...* >> au total, 21 entreprises partenaires

>> Mise en commun de ressources : soutien financier, mobilisation des collaborateurs (accompagnement), mécénat en nature (sorties découvertes), offre de stages.

>> Apport de fonds conséquents et de compétences professionnelles lors de la phase d'amorçage

>> Animation du réseau et coordination des différentes actions pour déléguer la gestion opérationnelle aux acteurs locaux.

LES IMPACTS

Etude 2018 menée auprès de 88 élèves de 6^{ème}, 339 élèves de 3^{ème}, 271 tuteurs ayant participé au programme en 2017

SOCIAUX

- Elèves de 6^{ème}
 - Plus grande confiance en soi (38%) et aisance à l'oral (39%).
 - Intérêt pour leur orientation professionnelle renforcé (pour 55% des élèves)
- Elèves de 3^{ème}
 - 40% déclarent que le programme Défi Jeunesse les a aidés à affiner leur projet d'orientation.
 - Les compétences acquises grâce au programme sont : esprit d'équipe (58%), confiance en soi (60%), sens des responsabilités (56%), autonomie (57%), sens de la communication (54%)

SOCIÉTAUX

- Elèves de 6^{ème}
 - 73% des élèves déclarent que le programme leur a permis d'identifier les compétences qui existent.
 - Evolution significative de la capacité à faire le lien entre une activité et la compétence qu'elle implique. (41% vs 25%)
- Elèves de 3^{ème}
 - Meilleure connaissance des attitudes à adopter en entreprise (75%)

INDIRECTS

- 36 % des participants disent que le programme a permis d'intéresser davantage leurs parents à leur orientation.

COÛTS EVITES

Dans un rapport publié en 2017, le CNESCO (Conseil National d'Evaluation du Système Scolaire) rappelle que le coût du décrochage scolaire à la collectivité pour une personne tout au long de sa vie est estimé à 230 000 € (étude BCG, 2012). D'autre part, selon la Cour des comptes (2015), le décrochage scolaire absorbe 35% des financements publics en faveur des jeunes de 16 à 25 ans.

L'association a pour mission de changer la donne des débuts de scolarité en offrant à chaque enfant, quel que soit son environnement social ou familial et dès son plus jeune âge, les atouts indispensables pour réussir. Elle accompagne les enfants de la 3^{ème} année de maternelle au CE1.

OBJECTIFS

- Intervenir durant les années d'apprentissage des savoirs fondamentaux
- Agir sur le temps périscolaire
- Associer tous les parents
- Mobiliser tous les acteurs

CHIFFRES CLES

- 3 M € de mécénat sur le budget total de 15 M € (20%)
- 11 750 enfants et leurs parents accompagnés
- 87% des parents pensent pouvoir aider leurs enfants

ACTIONS MISES EN PLACE

- 🍷 Programme CLA (3^{ème} section de maternelle) : ateliers de langage
- 🍷 Programme CLE (CP) : ateliers de lecture et d'écriture, Prix « Coup de Pouce des Premières Lectures » pour transmettre le goût du livre
- 🍷 Programme CLEM (CE1) : ateliers de lecture, écriture et mathématiques, Prix « Coup de Pouce des Petits Jeux Mathématiques »
- 🍷 Implication des parents : cérémonies d'ouverture et de clôture des clubs, sorties médiathèque, goûters littéraires, circulation de supports d'activité entre les clubs et la maison
- 🍷 Formation des animateurs des programmes

FINANCEMENT ET IMPLICATION DES MÉCÈNES

Ressources en 2017 : 5,5 M € des municipalités, 5,5 M € de l'Etat, 3 M € des mécènes et donateurs privés, 1 M € de la CAF et autres

Partenaires publics / institutionnels

CGET, Fonds Investissement d'Avenir, ministère de l'Education nationale

+ 254 villes partenaires, 1390 écoles engagées dont 60% en Réseau d'Education Prioritaire.

> L'engagement des municipalités est la 1^{ère} condition de déploiement du programme.

Partenaires privés

Partenaires stratégiques : *Fondation Bettencourt Schueller, Fondation AlphaOmega, Fondation FDI, Fondation Groupe ADP, Fondation Batigere, Bridgepoint.*

+ 22 autres partenaires financiers pour le déploiement des programmes + 6 entreprises proposant du mécénat de compétences + 12 autres partenaires financiers.

LES IMPACTS

Données issues du rapport d'activité 2017-2018

SOCIAUX

- Plus grande motivation pour les activités scolaires (85% avec CLA)
- Amélioration de la confiance en soi (86% pour CLE, 92% pour CLA)
- Intérêt pour les livres renforcé (87% pour CLE)

SOCIÉTAUX

- 11 750 enfants accompagnés (875 pour CLA / 9175 pour CLE / 1700 pour CLEM)
- Amélioration du niveau de lecture (79% pour CLE)
- Amélioration du niveau de langage (79 % pour CLA)
- 66% des élèves du programme CLEM progressent en mathématiques par rapport au reste de la classe
- 75% progressent dans leurs attitudes scolaires (CLEM)
- 32 délégués territoriaux ont formé 8 500 accompagnateurs / 3 551 heures de formation cumulées / 1 500 sessions de formation

INDIRECTS

87% des parents pensent pouvoir aider leurs enfants les années suivantes

UNE HISTOIRE REVELATRICE D'UN PARTENARIAT PUBLIC-PRIVE VERTUEUX

1989 : La Fondation Bettencourt Schueller soutient largement le développement du projet « Coup de Pouce » >> Donne les fonds d'amorçage

2002 : Luc Ferry appelle à une accélération du programme > le ministère de l'Education nationale apporte les premiers soutiens publics importants

2005 : suite aux émeutes, l'Etat demande une évaluation du dispositif. Son efficacité est prouvée, et Jean-Louis Borloo retient Coup de Pouce comme une action phare du volet réussite éducative de son plan de cohésion sociale >> le partenariat public-privé ne cessera plus de se développer



EMPLOI/ ESS

Les salariés en insertion d'Emmaüs Défi présentent en moyenne 6 ou 7 freins à la réinsertion et sont souvent accompagnés par plusieurs référents sociaux. Pour plus d'efficacité, le programme Convergence développe un accompagnement concerté.

OBJECTIFS

Sortir durablement les personnes de la rue en les plaçant au cœur du dispositif d'accompagnement.

CHIFFRES CLES

- Après 2 ans, les coûts évités dépassent le financement public du programme (300 K€/an)

ACTIONS MISES EN PLACE

- Parcours d'insertion par le travail pouvant aller jusqu'à 5 ans
- Renforcement des chantiers existants avec des moyens spécifiques, adaptés au public
- Accompagnement concerté et prolongé après l'accès à l'emploi et/ou logement durable
- La construction d'un réseau d'acteurs au niveau du territoire parisien sur les questions de l'emploi, de l'hébergement et de la santé

FINANCEMENT ET IMPLICATION DES MÉCÈNES

Financement public : *Fond social européen, Direction Générale de la Cohésion – Sociale, Ville de Paris, Direction Départementale de la Cohésion Sociale, DIRECCTE, Agence Régionale de Santé 75*

La phase expérimentale a été lancée par l'Etat en partenariat avec Emmaüs Défi.

Mécènes : *Fondation Vinci pour la cité, Fondation Sanofi Espoir, Nexity, PAI Community, Bouygues Telecom.*

Les mécènes participent au renforcement du dispositif d'accompagnement déjà existant, à l'ajout de ressources supplémentaires de coordination et d'accompagnement, et à l'extension de la durée des prises en charge

→ En soutenant le développement du programme et son essaimage, le mécénat génère un mécanisme multiplicateur de son impact.

La pérennisation de Convergence sur le territoire parisien et son essaimage sur 6 villes en France font partie de la stratégie de prévention et de lutte contre la pauvreté mise en place par le gouvernement.

LES IMPACTS

BUDGET 2016 DU PROGRAMME

	2016	
Grande Cause Emmaüs Défi	85 000	16%
Grande Cause Aurore	15 000	3%
ARS	43 000	8%
SANOFI	47 200	9%
DIRECCTE	120 000	23%
FSE (Ville de Paris)	105 000	20%
DGCS	60 000	11%
DDCS-CGET (BOP 147)	20 000	4%
DDCS BOP 177	30 000	6%
Total financements externes	525 200	100%

+ 150 K € annuels apportés sur ses autres ressources par Emmaüs Défi pour la prise en charge des repas méridiens des bénéficiaires

Dans cet ensemble :

- le Département de Paris (y compris le FSE pour lequel il est autorité de gestion) et la DIRECCTE sont ensemble les principaux contributeurs avec un peu plus de 60% des financements externes à eux deux ;
- les Ministères « sociaux » représentent en cumulé 21% des ressources ;
- l'Etat, tous contributeurs confondus, représente 44% du budget ;
- les financements privés (Fondation Sanofi Espoir) contribuent à hauteur de 10%.

Le budget consolidé de CONVERGENCE est de l'ordre de 675 K € par an pour environ 220 bénéficiaires.

LES IMPACTS

L'étude a été réalisée sur les résultats de l'année 2017, pour 212 salariés accompagnés sur les chantiers Emmaüs Défi et Prélude-Aurore. La démarche d'évaluation a cherché à caractériser les publics concernés par l'action de CONVERGENCE puis à mesurer les effets du dispositif.

ÉCONOMIQUES

- Analyse coûts-bénéfices du dispositif Convergence → les coûts publics évités dépassent le financement public spécifique du programme (300K/an) dès la fin de la 2^{ème} année
« Convergence investit plus sur une période plus longue pour produire une meilleure situation de sortie, moins coûteuse socialement. Ces gains en sortie produisent un délai de retour sur investissement social de 22 mois ».
- Emploi : augmentation des taux de sorties dynamiques (47% en 2017 vs 14% en 2012) ; les situations restent stables 6 mois après la sortie

SOCIAUX

- Santé : meilleure prise en charge santé pour 3 bénéficiaires sur 4
- Accès aux droits : mobilisation des droits pour ¾ des salariés
- Logement : accès au logement pérenne pour 50 % des salariés sortis ; les situations restent stables 6 mois après la sortie

RÉSEAU DES PARTENAIRES CONVERGENCE

2018

EMPLOI

- Carrefour
- Vinci
- Bio C Bon
- Sodexo
- Tediber
- Kéolis
- Traiteur Chapelin
- Noros Restaurant
- ...
- DIRRECTE
- AAEV
- Ville de Paris
- ARES
- Régies de quartier
- Humando
- Espaces
- Optim Emploi
- Clair & Net
- APF/APAJH/AFASER
- ...
- Pôle Emploi

FORMATION

- Paroles Voyageuses
- Dassyn
- AFPA
- AFB (Emmaüs Solidarité)
- ...
- FLES de Paris



SANTÉ

- Maison de Santé Michelet
- CPAM DEPS
- Cité de la santé
- Maison des femmes
- CRAMIF
- EPOC
- Psys du coeur
- CSAPA
- Espace Marcel Oliver
- STANE Sophrologie
- ...
- MDPH
- ARS

LOGEMENT

- Emmaüs Solidarité
- Efidis
- Armée du Salut
- Paris Habitat
- Ville de Paris
- ...
- DLH
- SIAO

A partir d'une première expérimentation territoriale contre le chômage de longue durée, la structure TZCLD agit pour répliquer le programme sur différents territoires habilités.

OBJECTIFS

Démontrer que l'exclusion sociale due à la "privation d'emploi", vécue depuis des décennies par la majorité des chômeurs de longue durée, n'est pas inéluctable.

- Soutenir les territoires habilités, capitaliser et tirer les enseignements de la première expérimentation pour améliorer la méthode
- Accompagner les territoires volontaires pour entrer dans la démarche et participer à une deuxième expérimentation
- Favoriser la diffusion du projet pour obtenir, à terme, la création d'un droit d'option par la loi.

CHIFFRES CLES

- 622 salariés embauchés + 680 emplois créés
- L'activité générée par les EBE a permis la création de valeur à hauteur de plus de 630000 €.
- Le chômage de longue durée coûte chaque année à l'Etat et collectivités 43 Md €.

ACTIONS MISES EN PLACE

- 🔪 Recherche des territoires expérimentaux
- 🔪 Consensus des élus et de la population
- 🔪 Recrutement de demandeurs d'emplois volontaires
- 🔪 Recensement des travaux utiles sur le territoire
- 🔪 Ouverture d'une ou plusieurs EBE (entreprise à but d'emploi) pour la mise en lien entre les ressources et les emplois attendus
- 🔪 Essaimage du projet sur 10 territoires

FINANCEMENT ET IMPLICATION DES MÉCÈNES

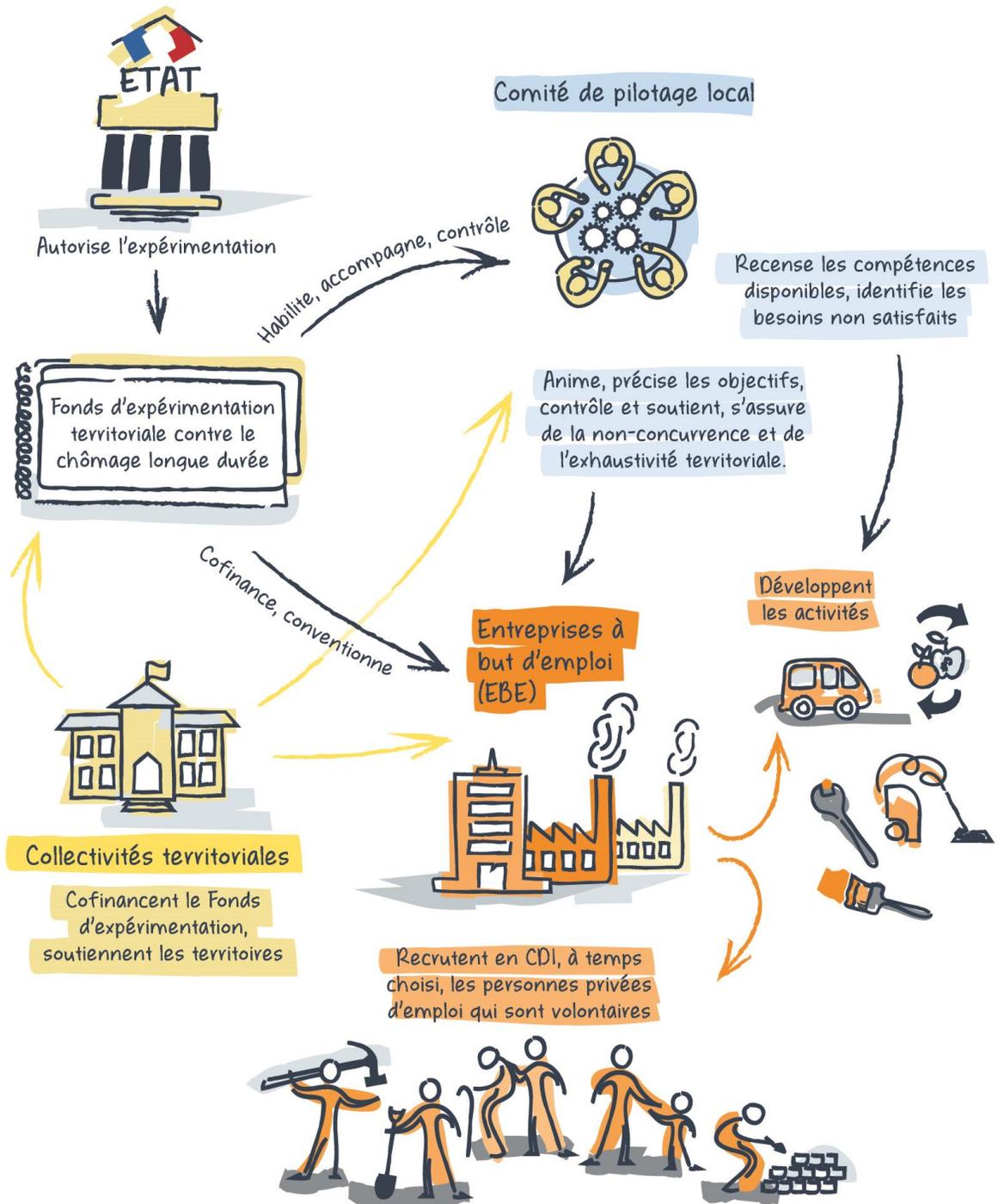
Financements privés

Mécènes : *Fondation de France, AG2R La Mondiale, Carrefour, Crédit Agricole, Macif, Fondation Crédit Coopératif, Rte, Fondation AMIPI, Fonds de dotation Après Demain, Fondation Avril, Eiffage, Fonds de dotation Green Link, Accenture.*

Financements publics : *Collectivités territoriales, Sécurité sociale, Pôle Emploi.*

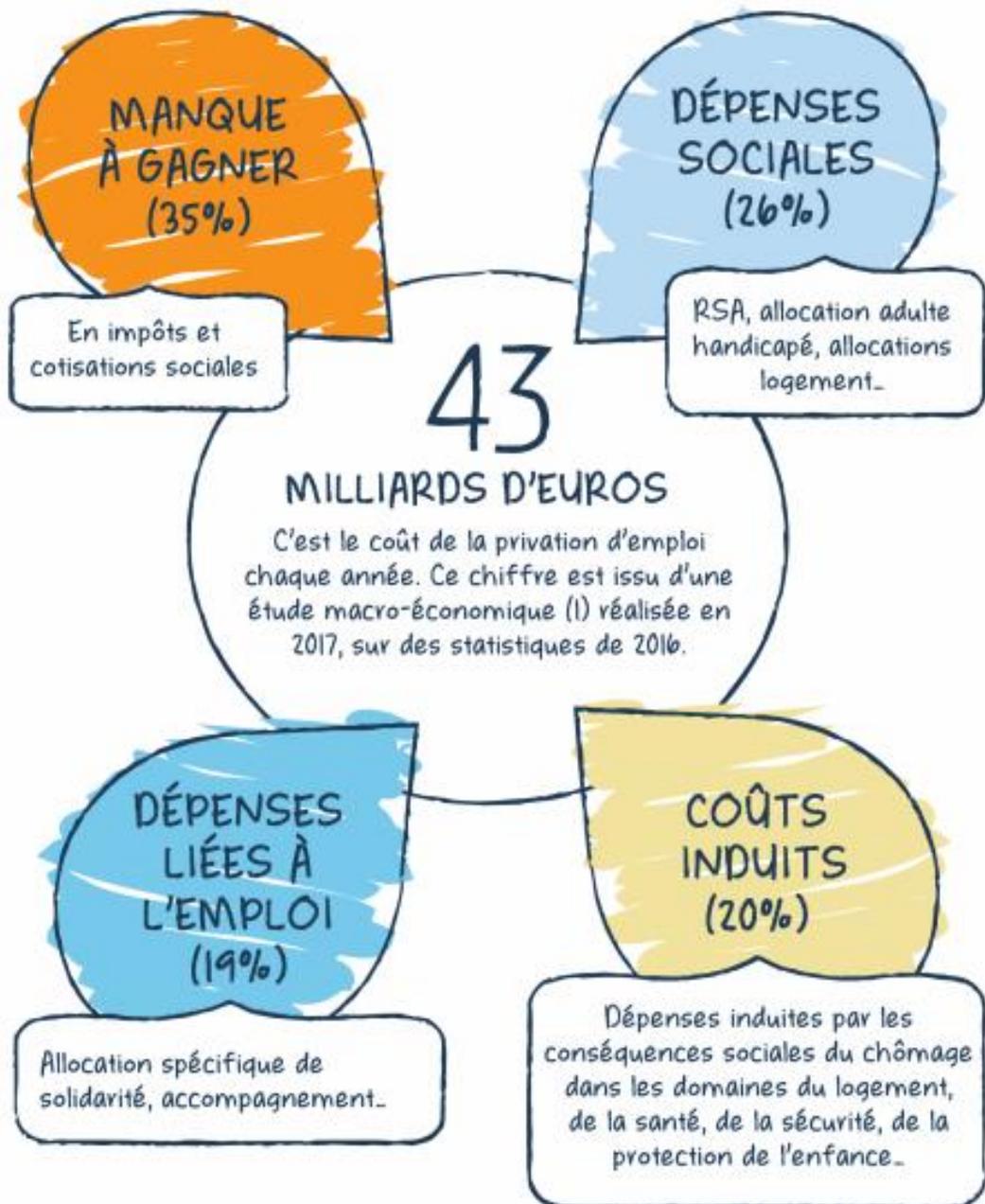
L'Etat autorise l'expérimentation et participe à la sélection des territoires. Objectif : promulguer une loi. Il existe déjà un comité de soutien parlementaire et un comité de soutien des élus locaux.

Organisation de l'expérimentation



>> Chaque institution bénéficiaire de la suppression de la privation d'emploi apporte sa part au financement de la production d'emplois supplémentaires nécessaire à la population.

Coût de la privation d'emploi par an



LES IMPACTS

Calculs des coûts évités sur des chiffres de 2017

SOCIAUX

- Permet aux acteurs de se rencontrer et de faire ensemble au service du territoire
- Source d'innovation et d'incubation de nouvelles activités car les EBE complètent l'offre locale
- Facilite l'accès à la formation : les EBE constituent un lieu d'apprentissage
- Développement de la transition écologique : ces activités se développent moins bien dans les entreprises traditionnelles car elles ne sont pas encore très rentables => opportunité de l'innovation

SOCIÉTAUX

- Au 30 septembre 2018, 622 salariés étaient embauchés sur les 10 territoires d'expérimentation et 680 emplois ont été créés
- Augmentation du pouvoir d'achat des salariés embauchés en EBE : les salariés ont augmenté leur consommation de près de 870 000 €

INDIRECTS

- Augmentation de la consommation des EBE : les achats réalisés par les entreprises ont permis d'alimenter les territoires de plus d'un millions d'euros
- L'activité générée par les EBE a permis la création de valeur à hauteur de plus de 630000 €.

ÉCONOMIQUES

- **Coût individuel de 3260 € par an de dépenses évitées** par la suppression de la privation d'emploi
- Accélération de la mise en œuvre des politiques publiques
- Développement économique local

L'emploi d'une personne au chômage longue durée permet de faire une économie équivalente à celle réalisée pour l'embauche d'un salarié conventionné soit 5782 € / 183 personnes embauchées soit plus d'1 millions d'euros d'économie (43 milliards d'euros c'est ce que coût chaque année à l'Etat et aux collectivités locales le chômage de longue durée)



Activer les talents de chacun contribue à résoudre nos défis de société par son travail.

OBJECTIFS

Contribuer à résoudre les grands problèmes sociaux et environnementaux en :

- Accélérant la transition écologique
- Eradiquant toutes les formes d'exclusion sociale
- Développer les capacités de chacun

CHIFFRES CLES

- 1,8 millions investis entre 2014 et 2016
- 3 460 bénéficiaires sont devenus entrepreneurs
- 1 260 emplois créés
- 40 mécènes

ACTIONS MISES EN PLACE

- 🍷 Inspirer : événements et ateliers de sensibilisation sur l'ensemble de la France, activation des grands médias, podcasts vécus et l'ENVOL
- 🍷 Révéler le potentiel : MOOC Devenir entrepreneur du changement avec HEC Paris, formation l'Exploration (48h pour découvrir sa voie d'acteur de changement), livre « Activez vos talents, ils peuvent changer le monde »
- 🍷 Passez à l'action : parcours entrepreneur et communauté Alumni

FINANCEMENT ET IMPLICATION DES MÉCÈNES

Mécénat : 32 mécènes financiers et 8 en mécénat de compétences.

- Partenaire fondateur : le Fonds de dotation Entreprendre &+, qui est un FDD constitué par une alliance de 14 entrepreneur(e)s philanthropes. Chaque projet bénéficie pendant 3 ans d'un soutien pour déclencher, accélérer et pérenniser son impact social.
- *Principaux mécènes financiers : Schneider Electric, Harmonie Mutuelle, Google, Groupe Renault, Coca-Cola, Groupe Rocher, Carrefour, Fondation d'Entreprise Bouygues Immobilier, Veolia, La Banque Postale, Accenture*
- Partenaire institutionnel : le French Impact Pionnier
- + d'autres partenaires de l'écosystème, dont Ashoka, qui accompagne TFC dans sa stratégie de changement d'échelle.

LES IMPACTS

L'étude porte sur 3 programmes, le parcours Entrepreneur, le MOOC et les soirées de sensibilisation, sur la période 2014-2016. Évaluation qualitative (entretiens téléphoniques avec des membres de l'équipe de Ticket for Change ainsi que des bénéficiaires) et quantitative (données collectées entre mai et juillet 2017 via un sondage auto-administré en ligne).

SOCIAUX

- 46 298 participants
- 34 724 sont passés à l'action

SOCIÉTAUX

- 3 460 bénéficiaires sont devenus entrepreneurs
- 1 396 entreprises sociales émergentes
- 1 260 emplois créés

ÉCONOMIQUES

- 1 827 218 € investis entre 2014 et 2018 (Mix de mécénat privé, autofinancement et subventions publiques)
- SROI : Avec 10 000 € investis dans TFC, on permet la création de : 8 entreprises sociales + 7 emplois + 100 talents activés



« Ticket est un sac-à-dos rempli d'outils utiles, dont on se sert encore aujourd'hui. »



Voir l'enquête complète

Le numérique, levier pour l'inclusion et l'*empowerment* des personnes réfugiées.

OBJECTIFS

- Participer à l'accueil en France de personnes réfugiées
- Leur permettre d'accéder à un métier en tension et à haute valeur ajoutée en leur proposant une formation adaptée à leurs besoins.

CHIFFRES CLES

- Le soutien à la formation de 100 personnes réfugiées aux métiers techniques du numérique
- 22 nationalités différentes dans les formations soutenues
- 15 apprenant.e.s en contrat de professionnalisation.

ACTIONS MISES EN PLACE

- Des formations qualifiantes aux différents métiers techniques du numérique (développement web, data, data IA, Technicien Supérieur Systèmes et Réseaux) et des formations courtes aux compétences numériques de base (150 personnes réfugiées à former entre 2019 et 2021).
- Un accompagnement spécifique pour les apprenant.e.s réfugié.e.s : cours de français, accompagnement social, accompagnement accru vers l'emploi avec des entreprises partenaires.

FINANCEMENT ET IMPLICATION DES MÉCÈNES

Partenaires publics

Le Ministère de l'Intérieur, la DDCS (Direction Départementale de la Cohésion Sociale) de Seine-Saint-Denis + financements européens avec le programme AMIF (Fond pour l'asile, la migration et l'intégration).

Partenaires privés

La Fondation BNP Paribas à hauteur de 600 000€, la Fondation Total à hauteur de 600 000€ et beaucoup d'autres tels que le Crédit Coopératif à travers sa Contribution Volontaire sur les Transactions de Change (CVTC), Accenture, la Fondation Valentin Ribet, le Fonds d'Action et d'Innovation des Réfugiés Entrepreneurs (FAIRE) et le Centre de Formation de la Profession Bancaire (CFPB).

Implication des mécènes à tous les niveaux du programme : soutien financier, participation aux comités de pilotage, embauches d'apprenant.e.s en sortie de formation.

LES IMPACTS

SOCIAUX

- 100 personnes réfugiées formées aux métiers numériques.
- 64 personnes ont suivi des cours de français lors de leur formation (jusqu'à 270 heures).
- L'inclusion sociale des apprenant.e.s qui entrent en formation mixte.

SOCIÉTAUX

- Participer au plaidoyer visant à agir pour l'accueil des personnes réfugiées en France.
- Promouvoir la diversité dans les entreprises numériques.
- Participation à une dynamique fédératrice des différentes initiatives autour de l'intégration des populations réfugiées.

INDIRECTS

- Réplication du modèle : une fois l'impact social du modèle mis en place validé, il est plus facile de trouver des financements pour multiplier sa portée en formant et en accompagnant les autres structures du réseau Simplon qui accompagnent elles-mêmes des personnes réfugiées.

ÉCONOMIQUES

- 70% de sorties positives, soit 70% des apprenant.e.s qui ont terminé la formation et ont trouvé un emploi ou une formation à l'issue de leur formation.
- La formation de personnes dans un secteur d'emploi en tension : selon France Stratégie et la DARES, entre 170 000 et 212 000 postes seront à pourvoir dans le numérique en France en 2022.



ENVIRON- NEMENT

Les Initiatives Océanes consistent en des nettoyages de plages, lacs, rivières et fonds marins organisés par des bénévoles grâce à l'accompagnement de Surfrider Europe.

OBJECTIFS

- Encourager les gens à agir
- Sensibiliser le plus grand nombre
- Endiguer le problème à sa source en contribuant à la recherche sur la pollution et en influençant le cadre réglementaire

CHIFFRES CLES

- 17 847 sacs de déchets récoltés dans le monde
- Pour 62%, des organisateurs (niveau monde), les déchets sont liés à des incivilités

ACTIONS MISES EN PLACE

- Mise à disposition de kits avec des outils pédagogiques de sensibilisation, et des clés pour organiser un nettoyage en toute autonomie
- Réalisation d'un état-des-lieux du milieu aquatique
- Etude sur la pollution des cours d'eau par les biomédias
- Préconisations auprès des professionnels
- Actions de plaidoyer auprès des pouvoirs publics

FINANCEMENT ET IMPLICATION DES MÉCÈNES

- La Fondation bénéficie du soutien de 16 partenaires institutionnels et établissements publics
- Au niveau monde, 4 types de partenariat privés : partenaires projets (22), partenaires donateurs (12), reversion sur chiffre d'affaires (33), bénévolat de compétences (18)
- Uniquement sur le projet IO : 6 partenaires institutionnels, 16 partenaires financiers, 6 partenaires de communication, 7 partenaires opérationnels

LES IMPACTS

REGION MANCHE ET MER DU NORD

SOCIAUX

Forte mobilisation et sensibilisation des jeunes : 4524 participants dont 26% sont des scolaires

SOCIÉTAUX

2 298 sacs de déchets collectés & 140 m³ de déchets ramassés

ÉCONOMIQUES

Plus grande attractivité de l'espace naturel :

- 98 km de côtes, berges, lacs et rivières nettoyés
- 90% des plages nettoyées sont des plages à forte fréquentation touristique
- 90% des plages nettoyées sont à proximité immédiate d'un centre urbain

GOLFE DE GASCOGNE

SOCIAUX

16 884 participants sensibilisés dont 46% sont des scolaires

SOCIÉTAUX

6 336 sacs de déchets collectés & 430 m³ de déchets

ÉCONOMIQUES

405 km de côtes, berges, lac et rivière ont été nettoyés
77% des plages nettoyées sont touristiques
85% des lieux de collectes se situent à proximité d'une ville ou d'un village

MEDITERRANEE OCCIDENTALE

SOCIAUX

9781 participants sensibilisés dont 24% sont des scolaires

SOCIÉTAUX

6 029 sacs de déchets collectés & 481 m³ de déchets

ÉCONOMIQUES

- 235 km de côtes, berges, lacs et rivières nettoyés
- 95% des plages sont à forte fréquentation touristique
- 86% des plages sont situées à proximité d'un centre urbain

MERS CELTIQUES

SOCIAUX

1365 participants sensibilisés dont 34% de scolaires

SOCIÉTAUX

654 sacs de déchets collectés & 28m³ de déchets

ÉCONOMIQUES

235 km de plages nettoyés, dont 82% sont des zones d'activités nautiques

LES IMPACTS

SOCIÉTAUX

- Evolution de la réglementation pour lutter contre la prolifération des déchets marins
 - La Commission européenne s'est dotée d'une stratégie européenne sur les matières plastiques
 - Elle est accompagnée d'une nouvelle législation sur le plastique à usage unique
- Prise de conscience de la responsabilité environnementale de chacun
 - Pour 62%, des organisateurs (niveau monde), les déchets retrouvés sont liés à des incivilités

ÉCONOMIQUES

Les coûts évités sont difficilement mesurables. Mais il est certain que le nettoyage des littoraux représente des coûts élevés pour l'Etat et les collectivités, et que de telles initiatives citoyennes représentent une réelle valeur ajoutée.

L'EXEMPLE DU LITTORAL LANDAIS

