

LE JOURNAL GRATUIT DU MONDE ASSOCIATIF ET DU MÉCÉNAT

Frédérique Bel, marraine de l'association AMFE

- p. 4

© Yves Bottalico

PORTRAIT D'UN ENGAGEMENT

Marine: « Le rire, c'est vital ! » - p. 6

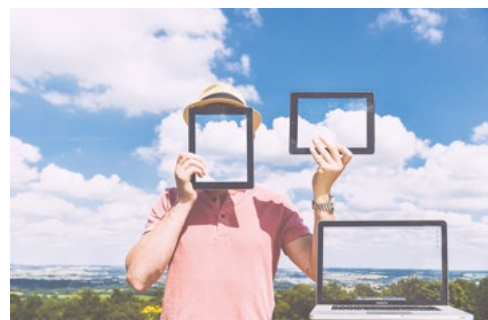
DÉCOUVERTE

Environnement et COP21 - p. 22

DOSSIER

Don et innovation

- p. 10



© Pexels

GRAND ANGLE ASSO

Bibliothèques Sans Frontières

- p. 14



© BSF

CAS MÉCÉNAT

La Fondation Colas

- p. 16



© Colas - Hervé Fabre

D'AILLEURS

Syrie : trois mois d'enfance

- p. 18

FONDATION SNCF, AU RENDEZ-VOUS DU VIVRE ENSEMBLE

ACTEUR MAJEUR DE LA MOBILITÉ AU CŒUR
DES RÉGIONS, SNCF EST AUSSI UN PARTENAIRE
CLÉ DE LEURS ENJEUX ÉDUCATIFS, CULTURELS
ET SOCIAUX AVEC SA FONDATION.

Plus de 800 projets associatifs soutenus en 2015
et déjà 1 000 salariés SNCF engagés dans le cadre
du mécénat de compétences.

FONDATION 



Horreur. Espoir.

Nous bouclons ce journal le 16 novembre 2015. La France se réveille avec la gueule cassée, orpheline de 130 victimes tuées par des barbares. Impossible de trouver les mots justes. Difficile de se concentrer. Toutes nos pensées vont aux victimes et à leurs proches.

Dans ce contexte pesant, notre chance chez Carenews est d'œuvrer au développement de l'intérêt général. Le secteur bouge! Il progresse à grands pas. Il progresse car il change. Il change car il s'exprime. De plus en plus souvent nous rencontrons des entreprises qui souhaitent mettre en valeur leurs associations partenaires, leurs collaborateurs engagés, leurs actions sociétales.

Un nouvel état d'esprit souffle sur le mécénat et le monde associatif: plus moderne, plus jeune ... décomplexé.

Carenews Journal et carenews.com sont là pour porter ce changement.



Bonne lecture et heureuse année !

Guillaume BRAULT

Fondateur de CarenewsGroup

La personnalité solidaire

Frédérique Bel

4

Portrait d'un engagement

Marine: « Le rire, c'est vital ! »

6

Dossier

Don et innovation

10

Grand angle asso

Bibliothèques Sans Frontières

14

Cas mécénat

La Fondation Colas

16

D'ailleurs

Syrie: trois mois d'enfance

18

La philanthropie expliquée aux enfants

20

À la découverte d'initiatives originales

Environnement et COP21

22

Où trouver Carenews Journal ?

MAIRIE DE PARIS



Carenews Journal n°3, édité par Univercast, SARL au capital de 88 000 euros, RCS Versailles B 788 999 977 - 7 bis rue de Lorraine, 78100 Saint-Germain-en-Laye - Tél : 09 72 42 00 43
 Directeur de la publication : Guillaume BRAULT - guillaume.brault@carenews.com - Directrice commerciale : Sophie BARNIAUD - sophie.barniaud@carenews.com - Directrice de la rédaction :
 Flavie DEPREZ - flavie.deprez@carenews.com - Direction artistique : Prune Communication - studio@prune-communication.com.
 Impression : Imprimerie Léonce Deprez - ZI « Le Moulin » - 62620 RUITZ (©) Carenews Journal, 2015 - Dépôt légal : Septembre 2015 - Parution : Hiver 2015/2016



Frédérique Bel, une marraine de proximité

Frédérique Bel porte bien son nom. Assez loin de l'image délurée de *La Minute Blonde*, ce qui frappe surtout quand on la rencontre, ce sont ses yeux de chat, qui se posent sur vous avec intensité. Si on se base sur le personnage de Dorothy Doll, on peut en effet s'attendre à quelqu'un de léger, dans le sens négatif du terme ; c'est tout le contraire. Frédérique Bel n'est pas superficielle, elle est éthérée. Elle alterne des propos assez forts, dit croire au destin et être « assez bouddhiste », en parlant de son engagement auprès de l'association AMFE (Association Maladies Foie Enfants). Et la seconde d'après, elle vous tutoie et prononce le mot « caca » 10 fois par phrase. Elle se décrit comme une « marraine de proximité ».

C'est le décès de la fille de sa voisine et

pharmacienne qui a tout déclenché. Comment ne pas culpabiliser de ne pas avoir réussi à guérir sa fille alors que l'on est de profession médicale ? C'est de ce drame qu'est née l'association AMFE. Toutes les mamans ne reçoivent pas de bons conseils, ou du moins les conseils adéquats, notamment en ce qui concerne le dépistage des maladies du foie par l'examen des selles. Le thème et la méthode n'aident pas à la médiatisation du problème. Selon Frédérique Bel, nous vivons dans

« J'ai l'impression d'avoir servi à quelque chose, la vie est courte. »

une société qui a le « syndrome de la couche propre », un « monde aseptisé ». Au moyen-âge, point de tabou. On parlait de la couleur des selles. Frédérique insiste.

Le moment clé de la collaboration entre l'actrice et l'association, c'est justement la réalisation du spot pour sensibiliser les parents à l'examen des selles de leur bébé. Frédérique a choisi l'humour pour aborder cette question plus grave qu'il n'y paraît. Comme elle a beaucoup d'autodérision, elle a accepté de « se ridiculiser ». Les campagnes de santé qui dénotent, il y en a peu. Une chance donc, pour l'association, que cette actrice n'ait « pas trop d'ego ». Frédérique dit même que l'association est tombée sur « la meilleure personne pour ça » : elle adore se ridiculiser. Ridicule, peut-être pas. Quand on regarde le spot, on est forcément marqué et comme on s'en souvient bien, on se dit qu'on peut sans doute la qualifier d'efficace, plutôt que de ridicule, cette marraine qui n'hésite pas à prendre la pose couverte d'excréments. Frédérique Bel a ressorti, 7 ans après *La Minute Blonde* sur Canal +, son uniforme d'infirmière et se remet dans la peau de Dorothy Doll. « Pour savoir si votre bébé est malade du foie, il suffit de regarder son caca » : simple, mais redoutable. Le spot, réalisé bénévolement par l'équipe de *La Minute Blonde*, a gagné plusieurs prix de communication.

Le *timing* est parfait : il coïncide avec le succès de *Qu'est-ce qu'on a fait au Bon Dieu* ? Elle utilise cette notoriété pour faire dire aux journalistes qu'elle rencontre : « Moi non plus, je ne savais pas », pour que la culpabilité des mamans s'allège et qu'elles réalisent qu'elles ne sont pas seules. Les mamans « ont déjà beaucoup à porter ». Il faut dire qu'il reste de la marge en terme de sensibilisation, 85 % des parents ne seraient en effet

Les mamans « ont déjà beaucoup à porter ».

pas alertés devant des selles décolorées (enquête AMFE, 2010). Frédérique elle-même l'avoue : « Je n'ai pas d'enfants, mais si j'en avais eu un, j'en aurais été incapable. »

Pour cette campagne, il n'y avait pas d'attaché de presse, Frédérique décroche son téléphone. Avec l'aide de ses *fans* Facebook et *followers* Twitter, elle lance un jeu pour harceler les journalistes et les médias afin que le spot soit diffusé. Elle met des bébés en plastique dans les bras de Drucker, Bern, sur le plateau du Grand 8... Certaines émissions ont refusé d'aborder le sujet pour ne « pas tomber dans le *pathos* ». Qu'à cela ne tienne, Frédérique ne s'arrête pas là. En effet, dans cette « émulation positive », elle a rencontré des gens « un peu *rock and roll*, un peu *punk* », comme Xavier Niel qui lui offre deux mois de bannières publicitaires sur le site de Free. Cinq couturiers ont refusé de l'habiller à Cannes, la « marraine caca », ce n'est pas glamour.

Elle ne regrette rien : « J'ai l'impression d'avoir servi à quelque chose, la vie est courte. »

En dehors de l'AMFE pour laquelle elle est très présente, Frédérique Bel s'investit ponctuellement pour d'autres causes. Cela lui prend beaucoup de temps, et c'est « émotionnellement très prenant ». Mais c'est un fait, c'est toute une partie de sa vie qui est consacrée à ses engagements caritatifs. Et son engagement paie. L'AMFE est passée d'association de quartier à cause nationale. Un bébé par jour meurt d'une maladie du foie. En 2016, la couleur des selles sera un indice inscrit dans les carnets de santé. Et tout ça, à partir d'une *Minute Blonde* qui parlait de « caca ».

Flavie Deprez

AMFE



L'association AMFE, Association Maladies Foie Enfants, a été créée en octobre 2009 par des parents d'enfants atteints de maladies du foie. L'association a pour missions : d'informer les familles et de les mettre en relation avec le personnel de santé compétent ; la création d'un fonds de recherche afin d'aider médecins et chirurgiens dans leurs différents programmes d'études ; une campagne d'action nationale de dépistage précoce des cholestases néonatales ; un volet solidaire avec la création d'un fonds social pour aider les familles dans leur quotidien à l'hôpital.

 Retrouvez l'AMFE sur carenews.com



© Crédit réservé AMFE

« Il faut surveiller la couleur des selles des bébés pour dépister les cholestases néonatales. Si les selles sont pâles, c'est une urgence médicale ! »

L'alerte jaune, médiatisée par le spot *La Minute blonde* de Frédérique Bel

- **1 enfant sur 2 500** est concerné par une cholestase néonatale.
- La prise en charge précoce permet **d'éviter 10% de greffes du foie** pédiatriques et retarde l'âge de la greffe du foie afin d'éviter les complications.
- **Les greffes du foie pédiatriques représentent 50% des greffes** chez l'enfant.

65 % des maladies rares sont graves et invalidantes.

À ce jour, on estime qu'il existe entre **5 000 et 8 000** maladies rares.

80 % de ces pathologies sont d'origine génétique.

Source : maladiesraresinfoservices

Le nombre de personnes touchées par ces maladies rares dépasse celui de ceux atteints de cancers.

Marine Watel:

« Le rire, c'est vital ! »

© Bruno Demelin



Marine, 29 ans
Responsable communication
Bénévole chez Clowns Z'hôpitaux
depuis 4 ans



Professionnelle de la communication, Marine Watel apporte à Clowns Z'hôpitaux ses compétences lors des différentes manifestations. Rencontre avec une jeune femme énergique à l'emploi du temps bien chargé.

Pour Marine Watel, l'humour n'est pas franchement la politesse du désespoir. C'est plutôt un pied de nez fait à la maladie. Et si les effets du rire sur la santé sont connus de tous, elle va plus loin : « Le rire, c'est vital ! Quand vous allez dans un hôpital, c'est triste et glauque. Devant un spectacle, les enfants et les personnes âgées se sentent comme les autres et ils ne sont pas pris pour des idiots. Si l'humour ne les guérit pas, ça les aide à y croire un peu plus », avance cette jeune chargée de projets en communication. Crinière brune, accoudée et jambes croisées à la table d'une brasserie jouxtant la gare Saint-Lazare, Marine Watel s'excuserait presque d'avoir adhéré à Clowns Z'hôpitaux il y a seulement un an. « Pas assez drôle pour être clown, pas du tout la formation... », mais énergique et pétillante, elle apporte depuis son soutien dans l'organisation des

« Je me sens utile
quand j'aide sur des
événements. »

événements comme La Course des Héros ou des campagnes de micro-dons.

Loin des planches et du spectacle dans sa vie professionnelle, Marine Watel voit dans cet engagement associatif une manière de se rendre utile socialement. Même si personne dans son entourage n'est atteint par la maladie, elle se dit « très sensible au sort des enfants malades : ça [lui] déchire le cœur », confie-t-elle avant d'avertir qu'elle n'a « pas besoin d'en connaître pour être touchée ». Et si la franchise de ses propos n'a d'égal que l'ardeur avec laquelle elle défend Clowns Z'hôpitaux, c'est tout simplement parce qu'elle est en phase avec celle-ci : « C'est une petite structure avec une éthique très forte. Ça me ressemble. » Elle regrette parfois de ne pas être plus proche des enfants et des personnes âgées comme

les clowns, mais elle sait que ses compétences professionnelles sont d'une grande utilité au fonctionnement de l'association.

Elle regrette également de ne pas pouvoir les aider plus souvent, mais avec des horaires de bureau très variables en fonction de ses projets, il lui est difficile de s'impliquer plus. « L'action ponctuelle peut avoir du sens : je me sens utile quand j'aide sur des événements en particulier comme la Course des Héros. Je m'adapte à leurs besoins en fonction du temps dont je dispose. »

Marine Watel a plusieurs vies associatives derrière elle. Étudiante, elle effectue un stage chez IDEAS en œuvrant notamment pour une plus grande transparence des associations sur les donations qui leur sont faites, « pour savoir où l'argent va », précise-t-elle. Et pour parachever le tout, elle se propose à l'emballage des cadeaux en période de fêtes. Rien que ça.

C'est parce qu'elle a adhéré à plusieurs associations et que son engagement ne date pas d'hier que Marine Watel a pris ses distances avec les associations qui ont pignon sur rue comme Médecins

du Monde ou Les Restos du Cœur. Celles-ci en demandent souvent trop à leurs adhérents. « On s'engage sur une période d'un an à donner tel jour une heure de son temps », mais pour elle qui « termine parfois sa journée à 23h00, c'est un engagement impossible à tenir ». Selon elle, les associations gagneraient en adhésion et en mobilisation si elles étaient plus « flexibles » et acceptaient l'aide ponctuelle. « Ce qui freine les gens à s'investir dans le monde associatif c'est leur manque de temps. Ces associations importantes font peur car elles ne sont pas flexibles », tranche-t-elle.

À l'entendre, être adhérent d'une association c'est autant un don de soi qu'un équilibre de vie. Comme si donner de son temps à des enfants malades ou des personnes âgées apportait équilibre et bonheur... étrange idée dans un monde où la

recherche d'un profit immédiat et quantifiable est le maître étalon ! Mais pour Marine Watel, c'est une évidence

« On ne pousse
jamais la porte d'une
association par
hasard... »

et la société tirerait de grands bénéfices à gommer les frontières entre la vie personnelle et professionnelle pour laisser une place à la vie associative. « En école de commerce ou de communication, les valeurs véhiculées par le monde associatif comme l'entraide et l'écoute ne sont pas vraiment mises en avant », déplore-t-elle. Profondément optimiste, Marine Watel martèle qu'une entreprise a tout

à gagner à s'investir dans une cause associative. En remplissant un autre rôle que celui qu'ils ont au quotidien, les employés sortent de leur simple relation de travail, « Ils ne sont plus seulement collègues, car ils partagent un moment fort et cela crée un beau souvenir. »

C'est peut-être cela la clé pour Marine Watel : se créer des beaux souvenirs. Loin d'être une rêveuse, cette jeune femme à poigne qui étreint son verre pour mieux appuyer ses propos pense « qu'on ne pousse jamais la porte d'une association par hasard ». Mais l'enfer étant pavé de bonnes intentions, elle conseille à quiconque veut adhérer de se demander ce qu'il peut apporter. Un savoir-faire, de l'énergie, de la bonne humeur, qu'importe, il faut être utile pour trouver sa place. Mais une chose est sûre pour elle : « On ne s'investit pas pour faire passer le temps. »

Philippe Gomont



©Clown Z'hôpitaux

Clowns Z'hôpitaux

Clowns Z'hôpitaux est une association qui organise des rencontres entre des clowns et des enfants et adultes en souffrance. Organisé dans le cadre hospitalier, le « spectacle » se veut complémentaire des soins en créant un moment de joie, de partage et d'écoute.

www.clown-hopital.com/

Associations, fondations, entreprises mécènes ...
Soyez visibles, inscrivez-vous sur

 carenews
.com

200 000 pages vues / mois, 500 organisations inscrites, 4 000 influenceurs
le média n°1 du secteur



label de référence du secteur associatif

IDEAS accompagne durablement
les acteurs de la solidarité pour
une gouvernance de **qualité**, une
transparence financière, une
action **efficace**

42 LABELLISÉES - 60 ASSOCIATIONS ET FONDATIONS ACCOMPAGNÉES



(c) Coup de Pouce



(c) Helen Keller



www.ideas.asso.fr/



LE SAVIEZ-VOUS?

La campagne <http://www.donnerfaitdubien.org/> (France Générosités) nous apprend des choses étonnantes !



Saviez-vous que donner offre jusqu'à 9 ans
d'espérance de vie en plus ?
(Institute of HeartMarth)



54% des donateurs sont des donatrices
(Baromètre TNS-Sofres – France Générosités)



AGENDA

Des événements
à ne pas manquer!

DÉCEMBRE 2015

- 1. Journée mondiale du S.I.D.A. (VIH)
- 3. Journée internationale des personnes handicapées
- 4 ET 5. Téléthon 2015
- 8. Journée internationale du climat
- 10. Communiquer et collecter pour une cause difficile. Mission impossible ? (Paris, Association française des fundraisers)
- Journée internationale des droits de l'homme
- JUSQU'AU 11/12. COP 21
- 20. Journée internationale de la solidarité humaine

JANVIER 2016

- 1. Journée internationale de la paix
- 20 - 21/01. Les Enfoirés (AccorHôtels Arena, Paris)
- 25. Journée mondiale des lépreux
- 28. Dîner de la mode Sidaction

FÉVRIER 2016

- 4. Journée mondiale contre le cancer
- Le cadre juridique et fiscal du fundraising en France (Paris, Association française des fundraisers)
- 14. Journée de sensibilisation aux cardiopathies congénitales
- 28. Journée internationale des maladies rares

MARS 2016

- 4. Journée mondiale de lutte contre l'exploitation sexuelle
- 8. Journée internationale des femmes
- 11-12. Collecte nationale des Restos du Cœur



BRUITS DE MÉCÉNAT

« L'État ou les collectivités locales n'ont plus les moyens de financer l'art et en particulier l'art de rue, alors que les entreprises, via le mécénat, le peuvent. Dans ces conditions, autant chercher à coopérer. Hélas, le monde de la culture a souvent eu tendance à mépriser l'entreprise. À tort. Je pense au contraire qu'il est indispensable d'installer un dialogue entre ces deux mondes. »

Gad Weil - *L'Opinion*, article de Cyrille Lachevre (05/10/15)

« L'avenir me semble radieux pour le mécénat et la philanthropie. »

Vincent Godebout, délégué général de Solidarités Nouvelles face au Chômage

 Retrouvez l'entretien complet (24/09/15) sur carenews.com

« La solidarité est une valeur qui est en plein essor, est une valeur qui est en train de s'universaliser. » Richard Beninger, secrétaire national du Secours Populaire - *À but non lucratif* (11/10/15)

« Nos campagnes marchent car les gens voient que c'est du concret. »

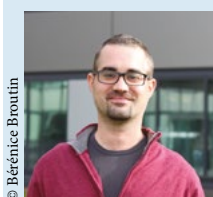
Jacques Bailet, président de la fédération française des Banques Alimentaires

 Retrouvez l'entretien complet (25/06/15) sur carenews.com



Chaque jour, l'Association Petits Princes réalise le rêve d'un enfant gravement malade.

Créée en 1987, l'Association Petits Princes collabore avec 150 services hospitaliers en France pour accompagner des enfants et adolescents tout au long de leur maladie. C'est la seule association à suivre les enfants sur le long terme et à organiser plusieurs rêves pour un même enfant en fonction de ses traitements et hospitalisations.



© Bérénice Broutin

« J'ai tout de suite été sensible à la mission de l'association : réaliser le rêve d'un enfant n'a pas de prix, cela va au-delà de toute maladie. Les collaborateurs Bouygues Telecom se mobilisent chaque année lors de la journée « Rêves de Noël ». En tant que volontaire, je passe dans les bureaux pour encourager mes collègues à participer aux challenges solidaires et donner de la visibilité à l'association. Nos plus grandes victoires sont les sourires des enfants et de leurs proches lorsque leur rêve se réalise. »

Marc Mausset, collaborateur Bouygues Telecom, volontaire de la Fondation



© Manuelle Toussaint

« Nous sommes très touchés que la Fondation Bouygues Telecom soit à nos côtés depuis 8 ans. Chaque année, nous sommes heureux de constater l'enthousiasme renouvelé des collaborateurs de l'entreprise. Grâce à eux, de nombreux rêves d'enfants malades sont réalisés. Leur soutien nous est précieux, bravo et merci infiniment à toutes les équipes ! ».

Dominique Bayle, Cofondatrice et Directrice Générale de l'Association Petits Princes


240 rêves réalisés

grâce au soutien de la Fondation Bouygues Telecom
et à l'implication des collaborateurs de l'entreprise.


5600 rêves réalisés pour

2700 enfants et adolescents

grâce au travail des 20 salariés et 78 bénévoles de l'Association



Parce qu'un enfant malade qui réalise un rêve trouve une énergie supplémentaire pour se projeter dans l'avenir, la Fondation Bouygues Telecom est aux côtés de l'Association Petits Princes depuis 2007.

Don et innovation, l'ère de la philanthropie moderne



Finie la quête dans un panier, fini le tronc en boîte de conserve, finies les vieilles chemises qui partent aux bonnes œuvres le dimanche. Enfin fini, pas si sûr... Disons que le don et surtout les manières de donner ont changé complètement de visage cette dernière décennie.

Les formes de générosité ne cessent de se recréer. Le cadre professionnel et juridique, qui supporte aujourd'hui les activités du secteur non lucratif en France, commence à s'inspirer d'autres domaines et d'autres pays et à innover sérieusement. L'évolution des mœurs et les progrès technologiques ont fait de la philanthropie un terrain de jeu pour la French Tech et pour l'entrepreneuriat, de plus en plus en quête de sens. Cette évolution en fait aussi un espace où

les porteurs de projets doivent se montrer créatifs, voire innovants, car la concurrence est rude quand il s'agit de toucher les donateurs. L'efficacité en philanthropie n'est plus un vilain mot. Et c'est tant mieux !

Beaucoup de ces méthodes sont sous la coupe de ce que l'on appelle la générosité embarquée.

La générosité embarquée, concept importé des pays anglo-saxons où elle est connue sous le nom de *embedded giving*, est une action de don qui est mêlée à une autre (d'achat, généralement). Le don, souvent minime, est incrusté dans une tout autre étape et permet d'être régulier, car souvent automatisé. Il a pour caractéristique d'être presque « indolore » car les montants sont

petits et l'action de don est « noyée » dans une autre action (une action liée à la technologie comme le paiement par carte bancaire ou sur internet).

**L'efficacité en
philanthropie n'est
plus un vilain mot.
Et c'est tant mieux !**

Et au-delà de la technologie, de façon plus générale, on voit éclore différentes manières de donner, comme si les bonnes actions s'inscrivaient profondément dans notre quotidien. Jusqu'à devenir une normalité ?

Le don par téléphone



On consulte son téléphone 221 fois par jour en moyenne (étude de Tecmark), on vit la main dessus et certains dorment même avec. Manger, courir, écrire... et donner ! En surfant, vous pouvez en quelques secondes faire un don pour des fondations et des associations.

Le don par SMS, une version revisitée de la quête ? Il trouve ses origines dans les coups de fil du Téléthon à la différence qu'aujourd'hui, en quelques échanges de SMS, vous pouvez soutenir une association de votre choix. C'est un procédé marketing très développé dans les pays anglo-saxons et surtout dans une quinzaine de pays européens où il est particulièrement utilisé dans les transports en commun à grand renfort de campagnes publicitaires. Le monde associatif français et les ONG se sont mobilisés en octobre dernier en faveur du don par SMS. À l'origine du débat, l'article 27 du projet de loi pour une République numérique d'Axelle Lemaire qui était en cours de discussion avec les internautes. Suite à la consultation sur republique-numerique, l'article a été validé. De justesse (51,6% de votes favorables). Aujourd'hui, le don par SMS est toléré lors de catastrophes (Tsunami, Haïti, Népal...) mais manque d'encadrement et surtout, n'est pas d'usage quotidien ni même usuel.

 Retrouvez l'article complet « Dis Flavie, c'est quoi le don par SMS ? » sur carenews.com.

Autre outil téléphonique, le *flashcode* qui est utilisé pour transmettre les informations et accélérer le processus du shopping en ligne. Les associations se sont emparées de cet outil pour inciter les visiteurs de musées ou de monuments et les lecteurs au don, en quelques clics.

Le don avec carte sans contact



En mars 2015, l'opération « Une jonquille pour Curie » a innové !

Grâce à la technologie développée par Ingenico Group et Média Transports, des écrans publicitaires de la gare Montparnasse permettaient de faire un don de 2 euros en passant simplement sa carte bancaire devant.

 Retrouvez l'article sur l'opération « Une jonquille pour Curie » sur carenews.com.

Chez nos voisins

Royaume-Uni

Faire un don en prenant le métro

Si vous avez déjà voyagé à Londres, vous avez dû utiliser la fameuse Oyster. La carte de transport londonienne est en train de se faire détrôner par un système introduit il y a peu, le paiement sans contact. L'ambition londonienne est de profiter de ce virage pour développer Penny for London, un programme de micro-dons municipal. On imagine les possibilités immenses offertes si chaque voyageur se transforme en donateur dès qu'il utilise les transports en commun !



États-Unis

Initier les enfants à la philanthropie connectée : « Get active. Save lives. »

L'Unicef a lancé un bracelet connecté, le Kid Power Band. Il permet de lutter contre l'inactivité des enfants américains tout en les sensibilisant à la problématique de la faim dans le monde. Les enfants doivent gagner des points lors d'activités ou de missions qui leur sont confiées. Ces points sont ensuite transformés (par les parents, les entreprises mécènes ou les donateurs particuliers) en colis alimentaires pour les enfants souffrant de malnutrition.





L'arrondi



L'arrondi appartient au domaine du micro-don. C'est l'équivalent des tirelires placées sur les comptoirs et près des caisses. Un don minime, facile et qu'on ne sent pas passer. La bonne idée, c'est que le donneur n'a aucun effort à faire, le don lui est suggéré et on automatise le processus d'encaissement. Initié dans les supermarchés, on le retrouve aujourd'hui dans divers domaines : courses, bulletin de salaire, achats en ligne...

Ce qui est connu sous le concept d'arrondi, c'est le fait d'arrondir son ticket de caisse en faisant un don à une association partenaire de l'enseigne. L'arrondi de microDON est proposé dans plusieurs enseignes : Franprix, Nature & Découvertes, Casino et Adidas.

Chez nos voisins britanniques, l'arrondi est ancré dans les mœurs et existe depuis des dizaines d'années. Le *payroll giving* permet de collecter chaque année un total de 100 millions de livres auprès de 800 000 salariés (source : <http://www.payrollgiving.co.uk>). Pierre-Emmanuel Grange, fondateur de microDON, explique : « De surcroît, [les entreprises] participent au financement des associations puisqu'elles ont la possibilité de doubler les dons de leurs salariés quand l'arrondi sur salaire est installé. »

On peut également faire ses courses en ligne et pratiquer l'arrondi avec MesDépanneurs.fr, AlloResto ou encore Les Dessous Chics.

Une goutte d'eau dans l'océan ? Pas tant que ça, l'arrondi estime sa récolte entre 5 à 10 millions d'euros par an !

Les cartes bancaires



Depuis cinq ans, les cartes caritatives se multiplient dans les portefeuilles des Français.

BPE

Avec la carte Altruïs, vous choisissez le montant au départ (50 centimes, 1 ou 2 euros) et les sommes sont versées à l'Institut Pasteur.

Société Générale

Pour chaque paiement réalisé avec ses cartes solidaires, Société Générale verse 0,05 euros à l'organisme partenaire choisi.

Crédit Coopératif

Un don de 3 euros est offert à la souscription d'une carte Agir puis à chaque retrait, la banque fait un don (0,12 euro pour un distributeur de la banque, 0,06 pour les autres) que le client peut abonder.

Crédit Mutuel

La carte Pour les autres permet au client de choisir un montant d'achat qui déclenche un don dont le montant, modulable (jusqu'à 5 euros), est versé à des associations.

Les réseaux sociaux et les applications : vers le don ludique



Le don dit ludique commence lui aussi à se généraliser. Donner en jouant, donner en courant, donner en regardant des vidéos...

Depuis quelques années, les sites de dons par des biais originaux se multiplient. Charity Miles permet aux sportifs de lever des fonds grâce à des entreprises mécènes qui font des dons à chaque kilomètre parcouru. Ce don est d'autant plus populaire qu'il ne coûte rien à l'individu qui le déclenche : ce sont des entreprises qui sont généreuses, mais l'individu qui offre. Un don gratuit et amusant !

 L'article sur Charity Miles est disponible sur carenews.com

Anona, c'est un site et une application qui permettent, en visionnant deux publicités par jour, de soutenir divers organismes sans but lucratif. Pour chaque pub visionnée, c'est le publicitaire qui finance le « don gratuit » ! Une excellente façon de mettre à profit les « temps morts » quotidiens (transports, files d'attente...) pour faire une bonne action... gratuitement !

Dans l'esprit du don ludique, on peut également s'inspirer de la campagne mise en place par Publicis Conseil pour l'UNICEF en mars 2015 : le H2O Challenge. Un site scannait les tweets de généreux internautes et en extrayait les caractères symboliques H, 2 et O. Les lettres assemblées en molécules d'eau potable étaient ensuite transformées en don par le donateur, afin de permettre l'achat de pastilles purificatrices.



VOUS PRÉSENTE SON PARTENARIAT AVEC



Depuis 2012, Société Générale est partenaire de SPEAR (Société Pour une Epargne Activement Responsable), première plateforme française de crowdfunding qui permet à des épargnants de **choisir la destination de leur épargne** parmi une sélection de **projets à fort impact social, environnemental ou culturel**.

Pour Société Générale, ce partenariat innovant vient compléter **sa gamme de produits et services solidaires**, en phase avec **sa stratégie RSE**, et renforcer son rôle dans le financement de l'**Economie Sociale et Solidaire**.

SPEAR a collecté, depuis sa création en 2012, près de **4 000 000 €** et soutenu une **trentaine de projets** avec l'aide de **500 épargnants** - WWW.SPEAR.FR

LES AVANTAGES POUR L'ÉPARGNANT



SIMPLICITÉ
du process



DONNER DU SENS
à son épargne



SÉCURITÉ
la banque
porte les risques



**RÉDUCTIONS
D'IMPÔT**
18 % sur l'IR
50 % sur l'ISF

LES AVANTAGES POUR LE PORTEUR DE PROJET



ACCOMPAGNEMENT
dans la mise au point
de son projet



ACCÈS
au crédit via
les partenaires



**CONDITIONS
PRÉFÉRENTIELLES**
pour le prêt bancaire



VISIBILITÉ
grâce à la
plateforme web

Bibliothèque Sans Frontières

De la culture en kit accessible à tous

Depuis 2012, l'ONG a lancé un concept révolutionnaire pour amener la culture là où les populations en sont privées. Ideas Box est une médiathèque en kit transportable facilement dans les zones les plus difficiles d'accès ou dans les quartiers des villes françaises déficitaires en offre culturelle.

De simples caissons, deux palettes et un véritable trésor pour des centaines de milliers de personnes privées d'un accès à la culture. Depuis 2007, l'organisation non gouvernementale Bibliothèques Sans Frontières (BSF) a eu pour principale ambition de rendre accessible les livres, l'information ou l'éducation à ceux qui en sont démunis. Cinq ans après s'être lancée, Bibliothèques Sans Frontières a réussi l'un de ses défis : créer une médiathèque du XXI^e siècle transportable aux quatre coins du monde, Ideas Box. « L'idée est née en 2010 après le tremblement de terre en Haïti, raconte Jérémy Lachal, le directeur général de BSF. Les bibliothèques sont vite devenues un point de repère pour les populations. » Les rescapés y venaient pour se mettre à l'abri ou pour chercher de l'information.

« Rapidement les autres ONG sur place nous ont dit que notre rôle était hyper important car ce sont des missions qu'elles ne savent pas faire », poursuit Jérémy Lachal, détaillant l'ennui, quand le temps moyen d'un réfugié dans un camp est de 17 ans, mais aussi la dépréciation sociale dont peuvent souffrir ces personnes.

Un appel, « L'urgence de lire », est alors lancé pour plaider en faveur d'une prise en compte de la dimension intellectuelle dans les missions humanitaires. Une dizaine de prix



Nobel y répondent favorablement tout comme le secrétariat général de l'ONU. Mais là où d'autres apportent des médicaments ou des vêtements, l'enjeu pour Bibliothèque Sans Frontières était d'apporter livres et moyens de communication dans des terrains difficiles d'accès.

Vient alors l'idée de démarcher Philippe Starck, célèbre architecte français, pour dessiner mais surtout faire rentrer un important stock de connaissances dans des camions de l'aide humanitaire. « L'Ideas Box ne ressemblerait pas à ce qu'elle est si un génie comme lui ne l'avait pas conçu », se félicite le directeur de BSF. Au-delà de l'aspect pratique et esthétique, Jérémy Lachal explique l'importance d'aller chercher un créateur de renom pour ce projet : « C'est un message important que nous souhaitons faire passer. Ce n'est pas parce que ce sont des réfugiés qu'il faut faire des projets à minima. »

« Quand quelqu'un a tout perdu et qu'il ne lui reste rien, la seule chose qu'on ne peut lui enlever c'est sa capacité à rêver. »
Philippe Stark

Le résultat final est une réussite : une médiathèque en kit de 400 m² qui tient seulement sur deux palettes avec à la fois les traditionnels livres, des activités artistiques, des jeux mais aussi un concentré de technologie comme des tablettes, des ordinateurs ou même des caméras. Le tout est mis en place sur le terrain par les partenaires de BSF et le notamment le Haut Commissariat des Nations Unies aux réfugiés.

Aujourd'hui 10 Ideas Box ont été déployées à travers le monde : dans la région des Grands Lacs, où trois Ideas Box ont été déployées dans des camps



de réfugiés congolais au Burundi, dans les camps de réfugiés syriens en Jordanie mais aussi en Australie pour les populations isolées de ce vaste territoire et désormais en France (voir encadré). Fin 2016, une trentaine de kits devrait être mis à la disposition des populations.

Et le succès est immédiat. En à peine trois mois, les deux premières Ideas Box mises en place ont reçu plus de 24 000 visites. Certains réfugiés deviennent des animateurs. Ainsi, au Burundi, des jeunes ont réalisé un film sur le sort qui leur a été réservé au Congo, les violences qu'ils ont subies. « C'est une manière pour eux de libérer leur parole », se réjouit Jérémy Lachal.

Le projet, lauréat de La France s'engage au Printemps dernier est aujourd'hui récompensé par un prix au Google Impact Challenge, qui soutient et promeut des projets innovants qui ont un impact positif sur le monde.

Justine Chevalier

Des bibliothèques dans nos frontières

Imaginée pour accompagner des projets de création de bibliothèques à travers le monde, Bibliothèques Sans Frontières est aussi présente en France. « C'est extrêmement important d'apporter la culture auprès de la population », constate Jérémy Lachal, le directeur général de BSF. Lui fait le constat que peu de gens ont finalement accès à ces lieux de savoir et de connaissances. « Il y a encore quelque chose d'effrayant, beaucoup de jeunes ne sont jamais allés dans une bibliothèque », assure-t-il.

Aujourd'hui encore, près de 20% des ménages français ne disposent pas d'un accès à internet à leur domicile. Pour certains étudiants, c'est le manque d'espace chez eux qui les empêche de pouvoir étudier dans les meilleures conditions. Autant de situations qui ont poussé Bibliothèques Sans Frontières à s'engager à faire sortir la culture « hors des murs » et à la rendre accessible.

Quand une sortie cinéma en famille peut se révéler être un coût, aller se détendre dans un centre culturel serait une alternative. Pour cela, sous l'impulsion de son président, l'historien Patrick Weil, BSF a lancé en 2014 une pétition pour rendre l'accès à ces lieux de culture plus facile avec des plages d'ouverture plus larges.

« Elles sont un rempart pour défendre la laïcité et l'égalité au droit à l'information et à la culture », abonde le directeur de BSF. Face à ce texte, François Hollande a annoncé fin septembre qu'il allait demander au gouvernement qu'un projet de loi, portant sur le soutien de l'État aux villes qui ouvriraient leur médiathèque le dimanche, soit présenté rapidement.

L'impact de BSF France ne s'arrête pas là puisque deux villes vont se doter d'Ideas Box. La première à tenter l'expérience a été Calais dans le Pas-de-Calais.



Réseaux sociaux Référencement naturel
Identité visuelle Création de site web
Gestion des dons Cartes de visite
Brochures Newsletter Vidéo



Depuis 2010, Prune communication accompagne les associations dans leur communication.

prune
communication
agence digitale & print

@ julie@prune-communication.com ☎ 01 84 73 05 81 🌐 <http://www.prune-communication.com>

ET POURQUOI PAS VOUS? ↗

La Fondation Colas

se consacre exclusivement aux artistes pour magnifier la route

Si l'idée est originale, elle n'est pas nouvelle. Voilà plus de vingt ans que la Fondation Colas, sous l'impulsion du président directeur général d'alors Alain Dupont, fait la promotion de la peinture contemporaine. Comment ? En sélectionnant chaque année quinze artistes peintres à qui elle commande une œuvre. Mais pas n'importe laquelle.

Car le groupe Colas, spécialisé dans la construction et l'entretien des routes, veut magnifier son métier à travers sa fondation. De sorte que le sujet imposé aux candidats est celui de la route, thème qui à travers l'œil et l'imagination d'un artiste prend toutefois des aspects très divers. Et il est d'autant plus riche que les artistes peuvent s'ils le souhaitent rencontrer les salariés du groupe et aller sur un chantier pour en comprendre le fonctionnement.

Comment ça marche ?

L'appel à candidatures est lancé mi-novembre. Il circule avec l'aide des galeries - qui proposent aux artistes exposés chez elles de se présenter - et d'un bouche-à-oreille très dynamique. Il se fait aussi via les collaborateurs de l'entreprise qui s'intéressent à la peinture contemporaine. L'implantation de Colas dans une cinquantaine de pays permet d'ouvrir facilement le concours à l'international.

La fondation, désormais reconnue même des conservateurs de musée, reçoit entre 300 et 350 dossiers de candidature chaque année. Ceux-ci sont étudiés par un comité de sélection composé de dix personnes. Outre le président directeur général du groupe Colas et de la fondation en font partie des galeristes, des journalistes spécialisés et des collaborateurs de



© Colas - Hervé Fabre

l'entreprise. Le poids de ces derniers est jugé très important, car ce sont eux qui vivront au milieu des toiles.

Les dossiers reçus sont donc examinés dans un premier temps individuellement par chaque membre du comité qui attribue une note sur une échelle de 0 à 3. Après cette notation individuelle, une cinquantaine de dossiers est sélectionnée en faisant la moyenne des dix notes attribuées. Puis le comité se réunit début janvier pour échanger sur ces dossiers et en garder seulement quinze après discussion entre tous les intervenants.

La fondation commande alors fin janvier aux artistes sélectionnés une œuvre qui doit être remise fin juin. Celle-ci est achetée aux artistes qui proposent un prix le plus souvent de quelques milliers d'euros et ne dépassant jamais les 10 000 euros. Peuvent aussi bien se présenter de tout jeunes artistes que des artistes à la

réputation déjà établie. Et bien sûr de toutes nationalités.

Où vont les œuvres ?

Les œuvres n'ont absolument pas vocation à être vendues, c'est d'ailleurs interdit par les statuts de la fondation. Elles sont au contraire insérées dans la vie courante de l'entreprise et accrochées sur les lieux de travail des collaborateurs. « Comment je vais vivre avec telle ou telle œuvre, tous les jours, à mon travail ? » est la question que se pose un collaborateur du comité de sélection.

Les 350 toiles constituant aujourd'hui la collection voyagent dans les différents lieux d'implantation du groupe et vont donc d'un bureau à l'autre d'un pays à l'autre. Et l'implication des collaborateurs est si importante pour la fondation qu'elle propose à ses 60 000 collaborateurs de décrypter les codes de l'art contemporain avec l'aide

de journalistes spécialisés comme Élisabeth Couturier, également auteur de *L'Art contemporain, mode d'emploi*. Au fil des ans, la fondation a ainsi permis non seulement de constituer une vraie collection, mais aussi de fédérer hommes et femmes du groupe autour de valeurs culturelles partagées. Une forme de mécénat aussi rare qu'originale puisque l'art et la culture ne représentent guère plus de 5 % des domaines d'action des fondations françaises.

Catherine Brault

Paroles d'artistes sur la route

« De mon travail sur les Maisons j'ai retenu le motif même de la maison, qui s'associe pour moi à la route, car c'est par la route que l'on rentre chez soi. » *Piotr Klemensiewicz*

« Le mouvement du pinceau sur la toile dessine naturellement une sorte de route. » *Jacob Brostrup*

« Le godet que j'ai peint pour la fondation se demande quel chemin il va emprunter dans le paysage infini qui l'entoure. Le champ des possibles est grand. » *Odile Ferron-Verron*

Fédérez vous collaborateurs !

Dans le cadre de vos séminaires d'entreprise, réunions internes, événements ..., Mécélink vous propose des ateliers solidaires et ludiques en faveur des associations.

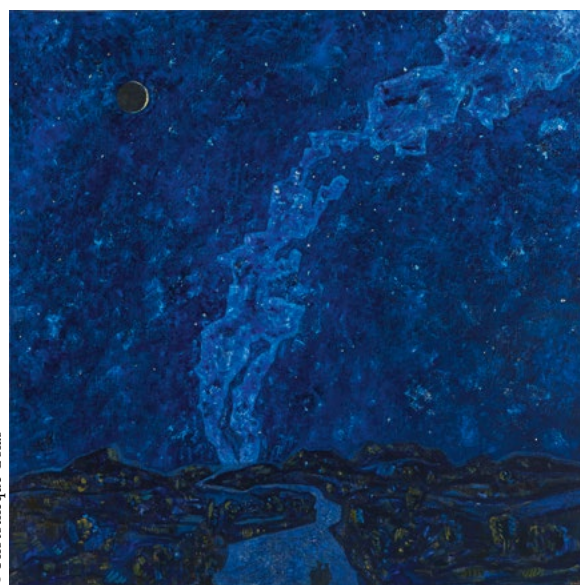
Demandez le catalogue



Cabinet expert en mécénat d'entreprise

www.mecelink.com

© Photothèque Colas



Bonne route! de Vincent Bioulès

« La route serpente d'abord à travers un austère paysage de garrigues puis, à la lumière noire de la lune, se transforme en route céleste et transparente. J'ai pensé à ce cri de ralliement, issu de la langue du moyen-âge, avec lequel les pèlerins se saluent quand ils se croisent : "Ultreia". Il signifie "aller plus loin, plus haut", c'est-à-dire partir pour se perdre d'abord, puis se trouver soi-même. J'ai voulu illustrer cette symbolique du dépassement de soi que vit celui qui se met en route, quelle que soit la direction objective qu'il se choisit au départ. »

Vincent Bioulès

Syrie : trois mois d'enfance, avant le grand départ

Dans les camps de réfugiés syriens du nord de l'Irak, les ONG ont mis en place des centres ludiques où les enfants ayant connu l'horreur du conflit et de l'exil peuvent s'adonner à différentes activités afin d'évacuer le traumatisme de la guerre. Durant trois mois, nous avons suivi l'un d'entre eux.



© Alexandre Brécher

Février

Cela fait-il des jours, des semaines, des mois qu'il est ici ? Amir ne saurait le dire – à six ans, la notion du temps est toute relative. De la guerre aussi. Seul compte le jour présent, même s'il est à dix autres pareils, en ce mois de février où de lourds flocons de neige fondue ne cessent de tomber sur le camp de réfugiés de Domiz.

Nous sommes au nord de l'Irak, dans la province semi-autonome du Kurdistan, à un jet de pierre de la ville de Dohuk, et à quelques heures de marche tout au plus de la frontière turque. Le Haut Commissariat pour les Réfugiés des Nations Unies compte plus de 40 000 réfugiés syriens dans ce camp qui est devenu une véritable ville de toile et de tôle. On y trouve de tout, des échoppes en préfabriqué, des coiffeurs, des vendeurs de kebab...

C'est le territoire d'Amir, et de sa bande. Il y a Mourad, le petit frère, et surtout Abou, dit Pacha, dix ans et une bonne tête de plus que ses camarades. Amir connaît Pacha depuis la Syrie, ce temps de l'innocence, que séparent de l'exil irakien des mois longs comme des siècles qui ont vu se dérouler la tragédie d'une guerre qui a fait à ce jour plus de 250 000 morts. Pacha, c'était le héros, l'exemple, le mentor. Mais, depuis qu'il a vu les bombes tomber sur sa maison, Pacha est différent. Lui, jadis si expansif, joyeux, bagarreur, le Pacha qui terrorisait la cour de l'école du village est devenu timide et introverti. « Et pourtant, nous dit Amir, Mourad et moi avons tant besoin qu'il nous protège encore... »

Jallila est catégorique. Depuis qu'elle travaille à l'animation de « l'espace pour

enfants » du camp de Domiz, cette employée de l'ONG ACTED a connu tous les profils : ceux qui intériorisent leurs peurs, ceux qui, au contraire, pleurent à la moindre occasion. Et pour chacun d'entre eux, Jallila connaît la parade. « Nous avons d'abord reçu des formations de la part de psychologues expérimentés, mais la plupart des techniques que nous utilisons, nous les avons apprises sur le tas. Je suis moi-même syrienne et réfugiée. Je sais ce que ces enfants ressentent. Et puis je ne suis pas beaucoup plus âgée qu'eux. Je n'ai que vingt-trois ans. »

« On n'oublie pas la guerre. On vit avec. »

La plupart des camps de réfugiés, en Irak, en Jordanie, au Liban ou en Europe comptent ce type d'espaces dédiés aux plus jeunes pensionnaires. On y pratique toutes sortes d'activités, de la musique, de la danse ou du football – tout ce qui peut leur permettre d'effacer de leur mémoire les images si douloureuses de la guerre et de l'exil.

Aujourd'hui, c'est cours de dessin. Et ce sont leurs souvenirs, justement, qu'il est demandé aux enfants d'illustrer à l'aide des couleurs et du papier que les ONG leur ont donnés. Amir a choisi de dessiner sa maison, en Syrie. Une belle maison, humble, entourée d'arbres fruitiers et derrière laquelle coule un ruisseau. « Quand il n'y avait

pas école, raconte le jeune garçon, nous allions nous baigner dans le ruisseau avec Mourad. Puis on allait cueillir les fruits, et parfois on les lançait sur les passants », ajoute-t-il avec un petit sourire espiègle, qui s'efface brutalement lorsqu'il nous dit, avec une étonnante expression d'adulte : « Je ne sais pas si je pourrai un jour y retourner. »

Seul, au fond de la tente qui sert de classe, Pacha, lui, dessine la guerre, les soldats étendus dans une mare de sang, les chars d'assaut, les bombardiers, les immeubles en flammes, les villes en ruine.

« Contrairement à Amir, explique Jallila, Pacha reste focalisé sur ses souvenirs les plus sombres. Il ne dessine que ces images de guerre. Il n'est pas parvenu à passer à autre chose. Lorsque l'on est plus âgé, on prend davantage la mesure de tels événements, sans toutefois les comprendre. Alors notre rôle consiste à expliquer, patiemment, que la vie, ce n'est pas seulement ça. »

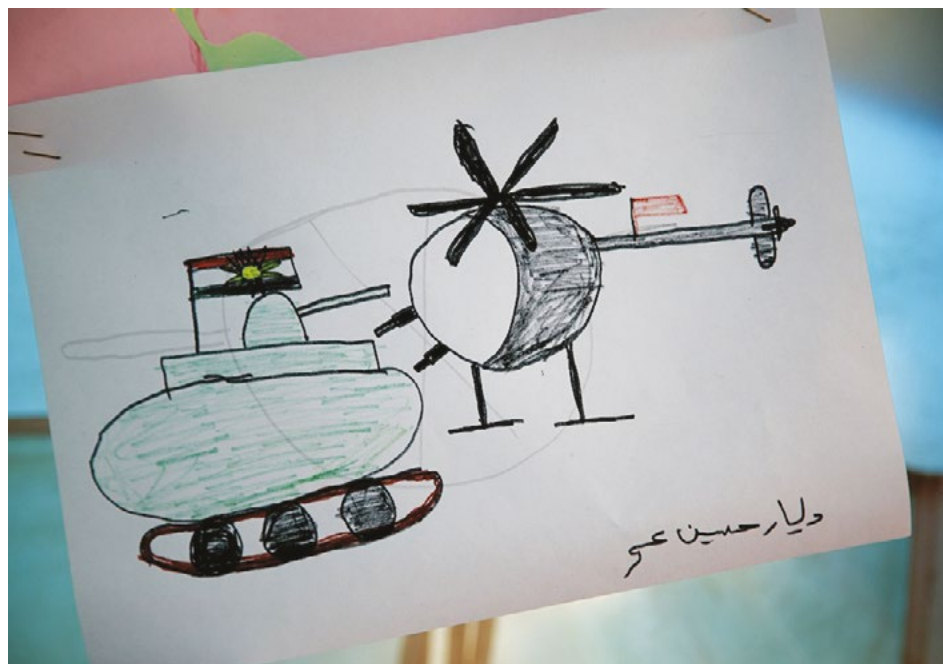
Mars

« Venez voir, venez voir ! » Amir sort en courant de la tente. C'est notre deuxième visite au camp de Dohuk. La pluie a cessé, et un timide soleil déchire le brouillard poudreux du matin.

« Alors vous venez ? »

Amir nous entraîne dans la tente où sont affichés les dessins. Il nous montre fièrement l'un d'entre eux. On y voit des fleurs aux couleurs vives, comme seul un enfant qui recouvre son innocence peut dessiner. Alors que nous félicitons notre jeune ami, celui-ci sourit timidement et nous dit, dans un murmure : « Ce n'est pas mon dessin. C'est celui de Pacha. »

« Les enfants progressent à vue d'œil, nous explique Jallila. Dans le cas de Pacha, c'est spectaculaire. Depuis quelques semaines, il ne parle plus de la guerre. Il dessine des fleurs. La prochaine étape, c'est d'arriver à se souvenir des belles choses, de sa maison, de son village. Cela voudra



© Alexandre Brecher

dire qu'il a évacué le traumatisme du conflit. Je suis confiante. Il va y arriver. »

« On s'évertue à leur donner un peu de stabilité, un peu de joie, et puis ils partent, les uns après les autres. »

Avril

Cette fois, le printemps est là, il explose dans toute sa splendeur, parsemant la steppe détrempée d'éphémères couleurs, si semblables à celles qu'utilisent pour leurs dessins les enfants du camp. Et pourtant, chez Amir, l'heure n'est pas à la fête.

Son ami Pacha est parti, « vers là-bas », nous dit le jeune garçon en désignant d'un doigt tremblant la frontière turque, barrée par les collines.

« Vous pensez qu'il va rentrer un jour ? » Comment expliquer à un si jeune enfant que l'un des plus grands drames de notre génération se noue sur les routes de l'exil, que ce soit celle de la Grèce ou des Balkans, que Pacha fait

désormais partie de ces millions d'âmes errantes rendues au bon vouloir de passeurs mauvais, sur quelque chemin obscur de Croatie, ou bien dans les flots meurtriers de la Méditerranée ? Comment lui évoquer les dangers, les défis de ce terrible voyage ? Et comment lui faire comprendre que les choses ne reviendront pas à la normale avant des mois, voire des années ?

« Les enfants n'ont pas conscience que le camp ne représente qu'une étape transitoire, nous dit Jallila, les yeux perdus dans les collines de Turquie. On s'évertue à leur donner un peu de stabilité, un peu de joie, et puis ils partent, les uns après les autres. C'est comme ça, mais je sais que leurs souvenirs heureux, ils les garderont dans leur cœur, comme un précieux trésor. »

Et, quand l'heure du départ sera venue, Amir emportera autre chose avec lui : « Je garde ça avec moi, nous dit-il en nous montrant le dessin de Pacha. Je le lui rendrai quand nous nous retrouverons. » Et d'ajouter, après une brève hésitation : « Un jour. »

Alexandre Brecher



COMMENT PUIS-JE M'ENGAGER ? QUI PEUT M'AIDER À FAIRE LE BIEN AUTOUR DE MOI ?



L'Association L'École de la Philanthropie propose aux éducateurs – enseignants, animateurs et parents – un programme et des outils pédagogiques pour éveiller les jeunes générations à un engagement citoyen réfléchi et actif. Depuis 4 ans, des jeunes de 8 à 13 ans découvrent la philanthropie et ses différentes causes, et apportent leur aide à des associations après leur avoir demandé quels étaient leurs besoins. Ils mettent en place un projet solidaire de A à Z avec leurs camarades et enseignants ! Plus de 100 projets ont ainsi vu le jour !

L'École de la Philanthropie vous propose dans ce *Carenews Journal* n°3 de découvrir la philanthropie en s'amusant.

Pourquoi et comment s'engager ?



S'engager, c'est avant tout être un citoyen de demain et prendre part au collectif tout en se développant individuellement. Aujourd'hui, il est très facile de s'engager : il est par exemple possible de créer son association – une Junior Association – dès l'âge de 13 ans !

En s'engageant, un pas est fait en direction de la communauté dans laquelle l'enfant évolue, car il porte alors un projet commun et s'implique pour les autres. De plus, nous sommes tous égaux et partageons la même planète. Il est donc important de s'entraider.

La philanthropie permet de donner et de recevoir sans rien attendre en échange ; de devenir un héros de tous les jours en aidant les autres selon ses propres moyens. C'est aussi une façon de stimuler sa créativité, de créer des relations avec les autres. La philanthropie, c'est découvrir le pouvoir d'aider que l'on a tous, et le mettre en action !

Les actions que mènent les philanthropes peuvent être très différentes. Il peut s'agir de faire des dons d'argent à des associations ou des organisations. Cet argent leur permet de faire des choses concrètes pour les causes qu'ils défendent. Par exemple, un don aux Restos du Cœur permet à l'association d'acheter de la nourriture et la servir à ceux qui en manquent. Il n'est pas nécessaire de donner beaucoup d'argent, car l'ensemble de tous les dons peut parfois faire une grosse somme. Un philanthrope peut aussi agir en donnant de son temps en tant que bénévole, ou en organisant des actions particulières comme des collectes, des expositions de sensibilisation, etc.

Tout le monde peut être philanthrope, car chacun peut apporter une aide à sa façon.

BONNE LECTURE !

TÉMOIGNAGE PHILANTHROPE EN HERBE



Weronika, élève de CM2 dans la classe de Julie Lezay (17e) :

« C'est bien d'apprendre la philanthropie quand on est enfant. On l'apprendra à nos enfants, et ainsi de suite. On pourra vraiment changer les choses ! »



Jeux

MESSAGES CODÉS

REMPLACE CHAQUE LETTRE DE CES BULLES PAR CELLE QUI LA PRÉCÈDE DANS L'ALPHABET.



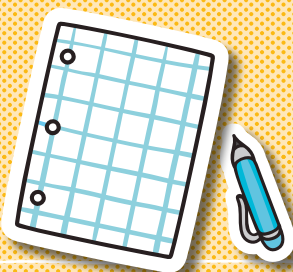
Opvt bwpot
upvt mf qpvpjjs
e'bjefs !



Upj bvtjt
uv qfvy fuf
qijmbouispqf !



Sfkpjot mf Dmvc eft
Qfujut Qijmbouispqft !



Illustrations : © Couraury / Jirawap - Fotolia

Solutions : 1 - Nous avons tous le pouvoir d'aider ! - 2 - Toi aussi tu peux être philanthrope ! - 3 - Rejoins le Club des Petits Philanthropes !

ACTUS

L'École de la Philanthropie a changé d'échelle : passant de 30 à 60 classes, dont 9 hors de Paris, ce sont maintenant 2000 enfants qui prennent part au programme de L'École de la Philanthropie dans le scolaire et le périscolaire.

S'engager dans l'aventure de la philanthropie dans la France entière, c'est le pari que fait l'association cette année en confirmant son partenariat avec la Fédération de Paris de la Ligue de l'Enseignement !

- ✓ Des dizaines d'associations partenaires
- ✓ Des écoles à Paris et dans le Val d'Oise
- ✓ 4 écoles laboratoire
- ✓ Des centres aérés en Île-de-France
- ✓ Des dizaines de projets par an
- ✓ Plus de 60 nouvelles classes



L'École de la Philanthropie



Née en 2011 sous l'impulsion des Fondations Edmond de Rothschild, L'École de la Philanthropie trouve son origine dans l'idée du service-learning ou comment apprendre et développer de nouvelles compétences tout en s'engageant.

Grâce à des partenaires tels que la Fédération de Paris de la Ligue de l'Enseignement, Môm'artre, Les Éclaireuses et Éclaireurs Unionistes de France ou encore la Chaîne de l'Espoir, L'École de la Philanthropie propose des activités dans le scolaire pour les écoles primaires et dans le périscolaire dans le cadre de l'aménagement des rythmes éducatifs.

www.ecoledelaphilanthropie.org

Environnement et COP 21

Le mois de décembre est marqué par la COP 21, l'événement environnemental dont tout le monde parle depuis des mois. De façon plus générale, l'environnement est une cause qui concerne de plus en plus les Français comme le montre sa place croissante dans les médias, et sur carenews.com en premier lieu.

L'équipe du *Carenews Journal 3* vous propose de découvrir des projets et initiatives différentes, originales, innovantes...

 Retrouvez toutes les informations de ces associations, ONG et fondations sur carenews.com !

YMCA

Mouvement associatif dédié à la jeunesse, YMCA France va créer un « Camp Climate » à Paris à l'occasion de la COP 21 pour permettre aux jeunes du monde entier de participer à l'événement. Plus de 250 jeunes issus de 35 pays seront accueillis et tenteront de donner de la voix.



Planète Urgence

Planète Urgence, association française de solidarité internationale reconnue d'utilité publique, favorise le renforcement de l'autonomie des populations et la protection de leur environnement. Elle a été fondée et est dirigée par des anciens de Médecins du Monde, Handicap International, Greenpeace France et des chefs d'entreprises.



Fondation Ensemble

Fondation reconnue d'utilité publique, la Fondation Ensemble agit en faveur d'un développement humain durable qui intègre la protection de l'environnement. Elle concentre ses actions sur l'agriculture durable, la pêche durable, la conservation de la biodiversité terrestre et marine et les technologies durables et mise sur le partage d'expériences pour mobiliser toutes les énergies possibles.



GERES

Créé à Marseille en 1976, au lendemain du premier choc pétrolier, le GERES – Groupe Énergies Renouvelables, Environnement et Solidarités – est une ONG de développement spécialisée dans l'énergie durable et la protection de l'environnement.



*Le journal qui
ne manque pas
d'intérêt général*

Recevez les 4 prochains numéros chez vous

Paiement à envoyer à : SARL Univercast - 215 rue Jean-Jacques Rousseau - 92 130 Issy les Moulineaux

Nom : Prénom :

Adresse :

Code postal : Ville :

Email :@.....

☐ 12 € TTC/an tarif classique (4 numéros)

☐ 50 € TTC/an tarif soutien (4 numéros)

Date et Signature :

Associations loi 1901, vous cherchez des conseils pour votre collecte ?

GRATUIT ...

RECEVEZ

VOTRE GUIDE

DU FUNDRAISING !

- ▶ 40 pages d'astuces sur la collecte de fonds
- ▶ De nombreuses pistes innovantes
- ▶ Un chapitre dédié à la collecte Online
- ▶ Une vraie check-list pour le succès de vos opérations !



**ENVOYEZ UN EMAIL
AVEC VOTRE ADRESSE POSTALE
À HELLO@DONICITE.FR**



**Vous réalisez de belles actions
et vous manquez de temps
pour les partager ?**



Déléguez à CarenewsGroup !

En seulement 2 ans, CarenewsGroup s'est imposé comme le meilleur relai d'information dans le monde du mécénat et des associations. Avec son portail participatif d'information carenews.com et son trimestriel gratuit Carenews Journal, CarenewsGroup a su fédérer toute une communauté d'acteurs engagés. Le mécénat bouge, rejoignez nous !



**DIFFUSION
D'INFORMATION**

**Publiez vous aussi vos actualités sur le portail
n°1 dédié au mécénat et au monde associatif**



**PRODUCTION
DE CONTENUS**

**Confiez à nos équipes la production de vos
contenus : articles, vidéos, site , plaquette, journal...**

www.carenewsgroup.com - Sophie Barniaud - Tel : 09 72 42 00 43 - sophie.barniaud@carenews.com

CLIQUER (v): NOUVEAU SYNONYME DE DONNER.

► Sur espacedons.com, soutenez
l'association de votre choix avec
un don en argent, en temps ou en objets.

E S P A C E
D ♥ N S



CAISSE D'ÉPARGNE
LA BANQUE. NOUVELLE DÉFINITION.