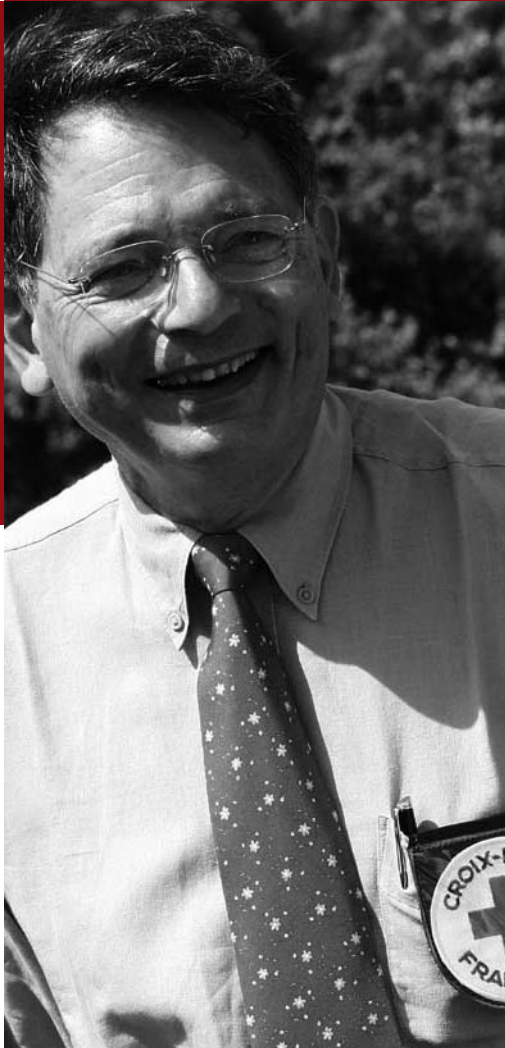


Épicerie sociale - Vesti-  
boutique - Formation aux  
Gestes qui sauvent - Samu  
social - Centre d'Héber-  
gement d'Urgence - Agir  
en Milieu Carcéral - Lutte  
contre l'illettrisme et  
l'exclusion - Équipes de  
Réponses aux Urgences humanitaires - Centres de  
Traitement Ambulatoire - Épicerie sociale - Vesti-  
boutique - Formation aux Gestes qui sauvent - Samu  
social - Centre d'Hébergement d'Urgence - Agir en  
Milieu Carcéral - Lutte contre l'illettrisme et l'exclusion  
Épicerie sociale - Vestiboutique - Samu social - Centre  
d'Hébergement d'Urgence - Agir en Milieu Carcéral  
Lutte contre l'illettrisme et l'exclusion - Équipes de  
**ÊTRE PARTENAIRE - AGIR ENSEMBLE**

Réponses aux Urgences  
humanitaires - Centres de  
Traitement Ambulatoire  
Épicerie sociale - Vesti-  
boutique - Formation aux  
Gestes qui sauvent - Samu  
social - Centres de  
Traitement Ambulatoire

## Sommaire

Les partenaires en action	p. 6
Choisir la Croix-Rouge française, les avantages	p. 12
Nos métiers, nos programmes	p. 16



# Edito

Esprit d'entreprise et action solidaire sont-ils compatibles ? Je pense, pour ma part, qu'ils cheminent ensemble dans bien des domaines. En particulier dans le choix d'un engagement humanitaire durable, c'est-à-dire qui met le développement humain à long terme au cœur de ses préoccupations.

Si votre réflexion sur la fonction sociale de l'entreprise peut prendre beaucoup de formes, notre action sur le terrain se déploie dans beaucoup de directions : action sociale, santé, formation et urgence, en France et à l'étranger...

Nos occasions de collaborer sont donc multiples pour produire ensemble de la valeur et du sens, dans le cadre d'une relation partenariale équilibrée et construite dans la durée. Le don, avec les avantages fiscaux associés, est la première possible, mais c'est loin d'être la seule. Quelle que soit la taille de votre société, votre savoir-faire peut s'allier au nôtre pour créer des synergies d'une grande efficacité. Votre

marque et notre emblème peuvent se rejoindre pour des opérations conjointes, vos produits et services peuvent apporter un mieux-être à ceux qui en sont exclus. Pour faire preuve de solidarité, il faut aussi être capable de créativité, de professionnalisme, d'innovation et d'engagement. Autant de valeurs communes à l'action solidaire et à l'esprit d'entreprise.

Le monde qui se construit sous nos yeux, du local à l'international, milite en faveur de partenariats ou mieux d'alliances entre acteur humanitaire et entreprises. Avec la Croix-Rouge, votre entreprise ne s'inscrit pas seulement aux côtés d'une association humanitaire respectée, plébiscitée par le grand public et les relais d'opinion. Elle vous permet aussi de susciter une dynamique d'adhésion en interne, auprès de vos clients, de vos actionnaires, de vos partenaires (fournisseurs, collectivités locales...). Vous offrez à la Croix-Rouge, et à son réseau unique, en France comme

à l'étranger, les moyens de démultiplier un engagement auprès de ceux qui en ont besoin, de favoriser un rayonnement dont vous devenez co-acteur. Aujourd'hui et demain. Oui, décidément, nous avons beaucoup de choses à faire ensemble.

**Jean-François Mattei**  
**Président de la Croix-Rouge française**





# Les partenaires en action

Plus de 100 partenaires nous ont fait confiance tout au long de notre histoire. Être partenaire de la Croix-Rouge française, c'est pouvoir se reposer sur une organisation aux multiples compétences dans le champ de l'activité humanitaire, comme en témoignent ces exemples d'entreprises qui nous accompagnent.

« Nous remercions les très nombreuses entreprises qui se sont mobilisées à nos côtés lors du Tsunami de décembre 2004, accompagnant ainsi très largement la générosité de leurs collaborateurs et de leurs clients. »

Ticket Restaurant® Accor Services



## LA POSTE

### POUR VOS COURRIERS DE PRESTIGE, TIMBREZ CROIX-ROUGE AVEC LA POSTE !

Le partenariat entre La Poste et la Croix-Rouge est emblématique. Depuis août 1914, tous les courriers sont ainsi susceptibles d'être affranchis avec un des timbres Croix-Rouge émis chaque année par La Poste, générant un élan de solidarité de plusieurs millions d'euros par an au bénéfice de nos missions de solidarité. Quoi de plus naturel pour l'entreprise de proximité par excellence de s'associer à une association aussi connue des Français ?

En contrepartie du rôle de la Croix-Rouge française qui, en qualité d'auxiliaire des pouvoirs publics, doit répondre aux situations d'urgence et aux grands événements de la vie publique, La Poste émet, chaque année, depuis 1914, des timbres Croix-Rouge avec un supplément au profit de l'association.

2 séries sont en vente chaque année :

- au printemps :

le carnet des 6 personnages célèbres (acteurs, écrivains...);

- le carnet « timbre de vœux » :

La Poste, à partir de 2006, lance un concours « Dessine ton timbre pour les enfants du monde » auprès des enfants scolarisés, le dessin lauréat devenant le sujet du timbre Croix-Rouge de fin d'année.

Pour l'entreprise, c'est un moyen de personnaliser ses courriers exceptionnels (invitations, vœux...) en mettant en lumière sa qualité de partenaire du plus grand organisme humanitaire mondial.

Les timbres peuvent être achetés en ligne et livrés dans vos bureaux : [laposte.fr](http://laposte.fr)

## ACCOR, HÔTELLERIE ET SERVICES

### UN MÉCÉNAT DE COMPÉTENCES TOURNÉ VERS LES PLUS DÉMUNIS

Les hôtels du Groupe Accor (Sofitel, Novotel, Mercure, Suitehotel, Ibis, Etap Hotel et Formule 1) déploient avec les délégations de la Croix-Rouge un mécénat de compétences aussi précieux que divers dans ses formes : hébergement à coût réduit pour des personnes en difficulté, prêt de salles de réunion aux délégations, don de matériel (couvertures, draps, produits d'hygiène...), mise à disposition d'espaces pour les collectes ou la Journée Mondiale des Premiers Secours.

Par ailleurs, chaque année, Accor Services France incite ses clients à lui retourner des Ticket Restaurant® (même quand la date de validité est dépassée) dont la valeur faciale est reversée à la Croix-Rouge. Les bénéficiaires sont alloués aux programmes d'aide alimentaire, notamment à la diversification des denrées et à l'amélioration des équipements.

Ce partenariat se décline année après année, avec une extension aux Chèques Cadeaux d'Accentiv', et bientôt aux Ticket CESU (Chèque Emploi Service Universel).



Concours « Dessine ton timbre pour les enfants du monde »



## NESTLÉ

### « MIEUX MANGER, MIEUX VIVRE »

La mallette d'animation « Mieux manger, mieux vivre » a été conçue avec Nestlé dans le cadre d'une convention de partenariat destinée à l'initiation aux principes de l'équilibre alimentaire des jeunes de 11 à 15 ans en matière de nutrition. Présenté au ministère de l'Éducation nationale, ce programme est déployé sur trois ans sur l'ensemble du territoire national grâce aux bénévoles de la Croix-Rouge française, ayant bénéficié d'une formation dispensée par les diététiciennes du service consommateur Nestlé.

« Nous sommes chaque année plus mobilisés par l'opération « Tickets donnés, repas partagés » que nous menons depuis 2003 avec la Croix-Rouge française. Nous contribuons ainsi, à notre façon, à l'action quotidienne des bénévoles de la Croix-Rouge française au profit des plus démunis. »

**Hervé Jeanson**  
Directeur Général,  
Accor Services France

Barbie Mermaidia®



## LES CANTINES TULIPE

Association créée par LEEM (Les Entreprises du Médicament), Tulipe fournit à la Croix-Rouge française des cantines de médicaments prêtes à l'emploi en fonction des besoins estimés par les équipes de terrain. Qu'il s'agisse de cantines MTB (Module Thérapeutique de Base), CUP (Cantine d'Urgence Pédiatrique) ou CIMU (Cantine d'Intervention Médicale d'Urgence), elles sont constituées en accord avec les directives de l'OMS sur le don en situation d'urgence et conçues pour faciliter la logistique dans ces situations. D'une valeur d'environ 1 400 euros, elles sont toujours confiées au soin d'un pharmacien ou d'un médecin, pour assurer la prise en charge des besoins pharmaceutiques de 1 000 personnes pendant 8 jours.

« Notre partenariat, c'est un engagement de long terme, fondé sur les concepts forts de partage, de solidarité et de générosité qui nous sont communs. »

**Hervé Parisot**  
Président Mattel France,  
Espagne, Portugal

## MATTEL

### BARBIE A DU CŒUR

Le partenariat entre Mattel France et la Croix-Rouge française a pris depuis 1998 bien des formes, des plus « glamour » (vente de poupées parées par les plus grands joailliers, défilé de mode...) aux plus humbles (concours de dessin pour enfants, dons de poupées aux détenus pour renforcer les liens avec leurs enfants au moment des fêtes). Une seule certitude : ce partenariat est conçu pour durer et pour s'adapter à tous les programmes de la Croix-Rouge en France et à l'étranger.

## AIR FRANCE

### DES MILES BIEN UTILISÉS

L'intervention d'urgence nécessite une logistique bien rodée. Grâce à ses dons en nature et à la rétrocession des « miles » accumulés par les voyageurs fréquents, Air France participe avec force à cette logistique : les miles rétrocédés représentent chaque année l'équivalent de 106 longs courriers. Un record...



Rapatriement des français du Liban

« C'est tout naturellement qu'Air France soutient la Croix-Rouge : son champ d'activité est sans limites et couvre tous les terrains où s'exerce la solidarité, tant en France que dans le monde. »

#### Mireille Queillé

Responsable Mécénat Air France

## N'OUBLIONS PAS...

- **Espace Expansion** : partenaire de la Croix-Rouge française depuis bientôt cinq ans, Espace Expansion, filiale d'Unibail, conçoit chaque année un produit partage (peluche), disponible dans ses centres commerciaux pendant les périodes de Noël. Les bénéfices sont reversés au profit de l'enfance oubliée.
- **Exapaq** : partenaire logistique de l'opération « Donnez un sens à vos vœux ! » qui réalise des cartes de vœux au bénéfice des actions de proximité de la Croix-Rouge française.
- **ANCV, Arkema, BNP Paribas, Caisse des Dépôts et Consignations, Canon, Carac, Cora, Du Pareil au Même, France Télécom, Leroy Merlin, OPPBTP, Price Minister, Selection Reader's Digest, Sofinco, Würth...**

## VEOLIA

### UN MÉCÉNAT DE COMPÉTENCES EXEMPLAIRE

Après une catastrophe naturelle ou dans de nombreux pays émergents, en dehors de toute catastrophe, le manque d'accès à l'eau potable est un facteur dramatique d'alourdissement des bilans humains.

C'est pourquoi le partenariat noué à long terme avec Veolia Water Force (groupe d'intervention humanitaire du groupe Veolia) est particulièrement important pour la Croix-Rouge française.

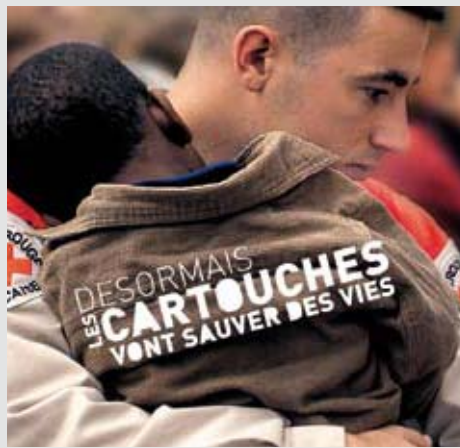
Entamée à l'occasion du cyclone Mitch en 1998, cette collaboration se décline depuis sous de nombreuses formes : opérations d'urgence (Kosovo, Venezuela, Salvador, Inde, Pakistan, République Démocratique du Congo, Haïti, Indonésie et Sri Lanka), travaux de réhabilitation (Serbie, Irak), programmes de développement (Niger, Tchad), assistance technique transversale (équipes de réponse aux urgences, Plate-forme Régionale d'Intervention dans l'Océan Indien - PIROI). Surtout, ce partenariat établi dans la durée permet un véritable transfert de compétences dans le domaine de l'eau vers les équipes de la Croix-Rouge et d'intervention d'urgence vers les équipes de Veolia Water Force. Il s'agit incontestablement d'un exemple phare de coopération réussie entre le secteur humanitaire et le monde de l'entreprise.

Opération Epson :  
1 euro par cartouche d'encre recyclée

## EPSON

### UN PARTENARIAT GLOBAL

Epson reverse à la Croix-Rouge française 1 euro par cartouche d'encre pour imprimante recyclée. Ces dons ne sont pas affectés à un programme spécifique. Ils permettent ainsi de financer des projets plus complexes, qui ont du mal à s'imposer dans le cœur du grand public en laissant la latitude à la Croix-Rouge française pour agir, et démontrent ainsi une maturité en responsabilité sociale et la confiance accordée à la Croix-Rouge française.



La stratégie de la Croix-Rouge française en matière de lutte contre le sida privilégie les actions d'accès aux services et aux soins pour favoriser une prise en charge globale et intégrée. Dans ce cadre, la Croix-Rouge française s'attache à la durabilité de ses actions et à leur modélisation pour en faciliter la reproduction.

Parce que les ravages que provoque la pandémie n'épargnent pas le tissu économique, les entreprises du secteur public ou privé ont intensifié leurs efforts pour permettre l'accès aux soins de leurs personnels infectés et plus largement à un plus grand nombre de malades.

## TOTAL, AREVA

### DES ENTREPRISES QUI PARTICIPENT À L'EFFORT GLOBAL DE LUTTE CONTRE LE SIDA

Ainsi, des entreprises comme Total ou Areva ont apporté leurs contributions à la Croix-Rouge française pour permettre la mise en place de nouvelles structures de prise en charge, et pour en assurer le fonctionnement dans la durée. C'est le cas des Centres de Traitement Ambulatoire de Pointe-Noire (Congo), de Port-Gentil (Gabon) ou encore de Niamey (Niger) qui permettent l'accès aux soins à plus de 3 500 malades.

La contribution des entreprises à l'effort global de lutte contre le sida doit être amplifiée.



Assainissement de l'eau  
par Veolia Water Force

## BP :

### UNE STATION, DES SERVICES

Après avoir participé à l'opération « Des pièces qui comptent », le groupe BP a signé une convention de partenariat avec la Croix-Rouge française pour la formation aux gestes qui sauvent de salariés de son siège social et des exploitants des stations-service BP.

Cette action s'est prolongée par des actions de formation proposées aux vacanciers, lors des départs d'été.

Formation aux gestes qui sauvent  
dans les stations BP





# Choisir la Croix-Rouge, les avantages

Être partenaire de la Croix-Rouge française, c'est à la fois jouer son rôle d'entreprise citoyenne et s'inscrire dans une relation équilibrée. Par notre taille, notre organisation et les champs d'intervention que nous couvrons, nous avons la possibilité de nous adapter à vos contraintes. Notre force est de vous proposer un partenariat qui s'inscrit dans un respect mutuel, vise à réinvestir le champ social dans toutes ses dimensions et remet au cœur de nos préoccupations communes le refus de toutes les souffrances et le respect de la dignité de la personne humaine.



## LA CROIX-ROUGE FRANÇAISE EN CHIFFRES :

### Un réseau national important :

**1 075** délégations locales,

**100** délégations régionales  
et départementales,

**17 000** salariés,

**578** établissements sont gérés par la Croix-Rouge française (maisons de retraite, crèches, instituts pour handicapés, centres de soins infirmiers, instituts de formation, services de soins à domicile), faisant de l'association la première institution privée non-lucrative du secteur médico-social et sanitaire.

## LA CROIX-ROUGE AU SEIN DU MOUVEMENT :

La Croix-Rouge française fait partie du Mouvement International de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge qui comprend le CICR, Comité International de la Croix-Rouge (organisation mandatée pour agir dans les pays victimes de conflits armés), la Fédération Internationale des Sociétés de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge qui coordonne les 185 sociétés nationales dans le monde, notamment lors de catastrophes naturelles.

Enfin, les 185 sociétés nationales sont toutes auxiliaires des pouvoirs publics.

Présente dans 185 pays et regroupant 97 millions d'hommes et de femmes, la Croix-Rouge est aujourd'hui la plus importante organisation humanitaire du monde.

La Croix-Rouge française est par ailleurs présente dans 35 pays pour y développer des programmes spécifiques : eau et assainissement, formations et santé.

Quelle que soit votre activité,  
votre taille ou votre situation  
géographique, la Croix-Rouge  
française est proche de vous.

**50 000** bénévoles,

**40 000** adhérents,

**14 000** élèves accueillis dans les  
instituts médico-sociaux.

### Chaque année

**1 million** de personnes aidées,

**200 000** personnes secourues,

**220 000** personnes formées ou  
initiées aux premiers secours.

# LES POINTS FORTS DE LA CROIX-ROUGE FRANÇAISE

## 7 RAISONS DE CHOISIR LA CROIX-ROUGE FRANÇAISE

### • Notoriété

Avec un taux de notoriété exceptionnel, la Croix-Rouge française fait partie des associations que les Français\* ont le plus envie d'aider.

\* Taux de notoriété assistée de 89 % au baromètre Ifop Unogep (Union Nationale des Organismes faisant appel à la Générosité du Public), mai 2006.

### • Proximité et globalité

Le maillage du réseau de la Croix-Rouge française est unique en France (1 075 délégations) et dans le monde (présence dans 35 pays pour un total de 43 programmes). Il permet des actions de proximité au plus près de vos préoccupations et de celles de vos filiales.

### • Expertise

La Croix-Rouge française sait construire des partenariats personnalisés et sur mesure grâce à la qualité de ses réponses sur le terrain et à son professionnalisme, issus d'une expérience de plus de 140 ans.

### • Pluralité des métiers

Les équipes de la Croix-Rouge française aident les personnes vulnérables à tous les stades de la vie : de la naissance (crèches) à la fin de vie (maisons de retraite), en passant par la formation (instituts de formation médico-sociaux), les soins (à domicile ou en maison spécialisée), les accidents de parcours (hébergement, Samu social, épicerie sociale, vestiboutique) ou les gestes qui sauvent (AFPS).

### • Culture de l'innovation

Membre fondateur du Samu social, création de centres de prise en charge des malades du sida, lancement de programmes innovants dans les quartiers défavorisés ou en milieu carcéral, création du Fonds de Solidarité Partage (FSP), membre du Comité de la Charte.

### • Force de l'emblème

Associez votre nom ou votre marque à un emblème universellement connu et respecté, porteur d'un grand capital de confiance dans le public.

### • Accès privilégié aux médias

Devant les médias et sur ses propres vecteurs de communication, la Croix-Rouge française est le porte-parole de l'engagement citoyen de l'entreprise.



# POURQUOI VOUS ENGAGER DANS UN PARTENARIAT HUMANITAIRE

- Le grand public attend des entreprises un marketing éthique.
- Le consommateur favorise les marques soutenant une cause humanitaire :

90 % des personnes interrogées\* déclarent qu'elles auraient plus confiance dans une entreprise si elle a montré un engagement humanitaire ou social sincère (chômage, santé, environnement et lutte contre la pauvreté...).

\* Dernière enquête menée par Fleishman Hillard et Ipsos sur « Les attitudes des Européens face à l'engagement citoyen des entreprises ».

- L'entreprise « engagée » dans le champ social répond aux attentes de toutes les parties prenantes : salariés, consommateurs, clients, actionnaires, fournisseurs et médias.

- Les valeurs d'une entreprise sont une des conditions clés de son succès :

elles différencient l'entreprise de ses concurrents, soudent les équipes, créent une culture d'entreprise et favorisent l'adhésion. Pour 38 % des chefs d'entreprise\*, être une entreprise citoyenne aide au recrutement et à la fidélisation des employés.

\* Enquête menée par « The center for corporate citizenship ».

- L'engagement humanitaire donne à l'entreprise un savoir-faire pour se conformer aux nouvelles réglementations et normes sociales :

travail des enfants, conditions de travail, liberté syndicale dans les filiales ou chez les sous-traitants étrangers.

## UNE COMMUNICATION CROISÉE

La communication est l'un des points clés du mécénat et du parrainage.

La Croix-Rouge française peut mobiliser au profit de ses partenaires une « puissance de frappe » proportionnelle à sa notoriété et à la force de son emblème. La souplesse des formules de partenariat se retrouve dans ce domaine afin de s'adapter au mieux à la stratégie, aux objectifs et aux contraintes des deux parties.

- Nombre de retombées presse :  
37 000 en 2005,

- 4 365 alertes médias en télévision,  
radio en 2005.

## La Croix-Rouge, porte-parole de votre action devant les médias

Qu'il s'agisse de mécénat ou de parrainage, la Croix-Rouge française devient le porte-parole devant les médias du rôle prépondérant des entreprises qui financent et soutiennent ses causes. La crédibilité de ce type de communication est d'autant plus forte que c'est la Croix-Rouge qui met en avant ses partenaires.

## Des vecteurs de communication efficaces

En dehors des retombées médiatiques et des actions de communication de l'entreprise, la Croix-Rouge française met en valeur ses partenaires dans ses propres vecteurs de communication. Ceux-ci ont une puissance et une crédibilité équivalentes à beaucoup de ses homologues de la presse et des médias. Ainsi le Journal de la Croix-Rouge « Agir Ensemble », bimestriel, a un lectorat de 250 000 personnes environ, leaders d'opinion et relais d'information (400 relais médias) : sénateurs, députés, conseillers régionaux et généraux, maires des grandes villes, entreprises partenaires, grands groupes industriels, sociétés nationales sœurs, administrateurs, présidents de délégation Croix-Rouge... De même, la newsletter mensuelle « Rendez-vous » est diffusée à 100 000 exemplaires par courrier électronique. La Croix-Rouge française édite également le journal « Donner c'est agir », diffusé à 400 000 exemplaires auprès des donateurs 4 fois par an.



Nos métiers,  
nos programmes

## Nos métiers

### **ACTION SOCIALE**

En France, la Croix-Rouge répond aux besoins des plus démunis grâce à ses 62 Samu sociaux, ses 1135 antennes alimentaires et vestimentaires, en privilégiant la responsabilisation des personnes aidées pour favoriser leur insertion sociale.

### **URGENCE - SECOURISME**

Avec 15 000 secouristes bénévoles en France, la Croix-Rouge peut se mobiliser à la moindre alerte auprès des victimes de catastrophes naturelles ou technologiques.

### **ACTION INTERNATIONALE**

Présente dans 35 pays (en coordination avec le réseau Croix-Rouge et Croissant-Rouge), la Croix-Rouge française développe plus de 43 programmes dans 5 domaines prépondérants : urgence, préparation et réponse aux catastrophes, santé, eau et assainissement, développement social et économique.

### **SANTÉ ET DÉPENDANCE**

En France, la Croix-Rouge anime 96 structures sanitaires et 349 structures sociales et médico-sociales. Elle agit en priorité auprès des handicapés et des personnes âgées, notamment celles atteintes de la maladie d'Alzheimer.

### **FORMATION**

En France, la Croix-Rouge forme chaque année plus de 200 000 personnes aux gestes qui sauvent. Elle dispose aussi de 133 instituts de formation, dont 35 écoles d'infirmiers, intégrant ses valeurs humanistes à la croisée du médical et du social.

## DES PROGRAMMES DIVERSIFIÉS

### Aide alimentaire : 486 sites de distribution et 69 épiceries sociales

Se nourrir est un problème pour beaucoup de personnes démunies. Les actions de la Croix-Rouge les aident à se procurer cette nourriture dans le respect de leur dignité (choix libre des produits, contribution adaptée aux ressources et n'excédant pas 10 % de la valeur des denrées). L'épicerie sociale a aussi un rôle d'orientation des personnes vers des dispositifs adaptés pour reprendre leur vie en main.



### Vestiboutiques : 122

### Vestiaires : 458

Dans un cadre convivial et ouvert à tous, les personnes en difficulté peuvent choisir, essayer et payer leurs vêtements comme dans n'importe quel magasin. Une participation financière modique permet de leur rendre leur statut de consommateur ordinaire et d'acteur à part entière de leur vie. En cas de difficultés financières sérieuses, elles peuvent bénéficier de la gratuité.



### Les gestes qui sauvent

Parmi les premières missions de la Croix-Rouge figure la formation aux gestes de premiers secours : les gestes qui sauvent. Plus de 18 000 personnes meurent chaque année d'accidents dans un environnement familial, alors qu'elles pourraient être sauvées par ces gestes effectués en attendant l'intervention du corps médical. Grâce aux actions continues de sensibilisation et de formation menées par la Croix-Rouge, plus d'un quart de la population est aujourd'hui formée. C'est un effort permanent à poursuivre ! Les formations dispensées par les délégations incluent l'IPS (Initiation aux Premiers Secours) et l'AFPS (Attestation de Formation aux Premiers Secours).



### Samu social

Le Samu social est constitué d'équipes de la Croix-Rouge qui vont au-devant des personnes sans abri ou interviennent à la demande du 115 (numéro d'appel gratuit) pour leur porter secours et assistance. Actives le plus souvent pendant l'hiver, ces équipes regrettent de ne pouvoir répondre aux besoins qui subsistent tout au long de l'année.



### Centres d'hébergement d'urgence

Femmes battues, demandeurs d'asile, personnes en rupture sociale ou familiale... : les besoins en matière d'hébergement d'urgence sont immenses. La Croix-Rouge française propose en permanence près de 1 500 places dans des centres d'hébergement d'urgence, dans lesquels repas et abri sont assortis d'une écoute attentive.

### Actions en milieu carcéral

Lieux de souffrance humaine et, souvent, d'abandon, les prisons font l'objet de multiples interventions conduites par les délégations de la Croix-Rouge qui se trouvent à proximité des 180 établissements pénitentiaires (illettrisme, indigence, accompagnement à la sortie, maintien des liens familiaux, etc.). Cause peu « populaire », cette action a besoin d'engagements forts et désintéressés.

### Lutte contre l'illettrisme

Plus de 2 millions de personnes vivent aujourd'hui avec la honte, le plus souvent cachée, de ne savoir ni lire ni écrire. Plus de 200 délégations locales sont mobilisées, pour identifier les personnes illettrées et leur proposer une pédagogie souple et attractive, mais aussi agir à titre préventif (enfants scolarisés en difficulté) ou palliatif (écrivains publics).



### Équipes de réponses aux urgences

Les ÉRU (Équipes de réponses aux urgences humanitaires) sont constituées de bénévoles ayant acquis un savoir-faire opérationnel, dont le contrat d'engagement avec la Croix-Rouge stipule qu'ils doivent pouvoir se mobiliser sous 48 h (pour 15 jours maximum) en cas d'urgence humanitaire. Une convention est élaborée avec leurs employeurs.

### Lutte contre le sida : les centres de traitement ambulatoire

La prise en charge des porteurs du VIH est une problématique complexe, qui prend une acuité particulière dans les pays les moins favorisés. En liaison avec les programmes nationaux, et généralement dans le cadre de l'hôpital, les centres de traitement ambulatoire associent dans leur démarche prévention, traitement, accompagnement psychosocial, nutritionnel et communautaire. Quinze CTA ont été créés en Afrique (Congo, Côte d'Ivoire, Sénégal, Maroc, Burkina Faso, Gabon, Mauritanie, Niger et Centrafrique) et en Asie (Cambodge), dont certains ont été rétrocédés aux autorités.

### Enjeux humanitaires en chiffres

- **40 millions** de personnes vivant avec le virus du sida dans le monde, dont les 3/4 sur le seul continent africain.
- **3 millions** de morts du sida chaque année dont 510 000 enfants décédés en 2005.
- **Plus de 500 000** victimes de catastrophes naturelles dans les pays en développement.
- **17 millions** de personnes déracinées, chassées de leur domicile par les conflits, la famine ou les catastrophes.
- **2 millions** d'enfants victimes des conflits armés au cours de la dernière décennie.
- Plus de **850 millions** de personnes souffrant de la faim dans le monde.
- Plus d'un **milliard** de personnes privées d'un accès à l'eau potable dans les pays en développement.

(Sources : PNUD, Onusida, FAO)



L'orientation, l'éthique, la raison d'être  
et la nature particulière du Mouvement  
International de la Croix-Rouge et du  
Croissant-Rouge reposent sur sept principes  
fondamentaux, valables dans l'ensemble  
des 185 sociétés nationales.

Ces valeurs communes fondent son  
rayonnement : l'humanité, l'impartialité,  
la neutralité, l'indépendance,  
le volontariat, l'unité et l'universalité.

**CONTACT :**

**Nicole Fourn**  
Responsable du Pôle Partenariat Entreprises  
Tél. : 01 44 43 12 57  
nicole.fourn@croix-rouge.fr

