



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Montrouge, le 21 juin 2019

La Croix-Rouge française : une transformation en lien avec les attentes des Français, au bénéfice des populations qu'elle accompagne

Selon la nouvelle étude Croix-Rouge française – Harris Interactive, 7 Français sur 10 ont globalement une bonne image des associations. Les autres acteurs testés font nettement moins l'unanimité. On note même une certaine méfiance envers l'État (64% de mauvaise image), les syndicats (66%) ou encore les responsables politiques (80%). Cette méfiance envers les corps intermédiaires doit interroger le secteur associatif à l'égard duquel les Français manifestent une grande exigence d'exemplarité : celle-ci concerne aussi bien la dimension sociale et sociétale (prioritaire pour 88% des français) que financière (pour 86% d'entre eux).

7 FRANÇAIS SUR **10**
ont globalement une bonne image des associations caritatives et humanitaires,

mais
1 SUR **2**
doute de l'efficacité de leur gestion

PRÈS DE **80%**
d'entre eux attendent qu'elles soient le moins dépendantes possible par rapport à l'État et
69% par rapport aux donateurs

Consciente de la nécessité de se transformer, la Croix-Rouge française a choisi de s'approprier les enjeux de cette nouvelle donne dès 2017. Elle a ainsi engagé une grande refonte de son modèle afin de rendre l'association plus performante, plus innovante, plus autonome, et de s'adapter aux évolutions sociétales économiques et digitales de son temps, avec un objectif prioritaire : renforcer son impact social auprès des populations qu'elle accompagne.

Augmentation des besoins sociaux, fragilisation de l'équilibre économique des organisations à but non lucratif, nouvelles contraintes juridiques, exigences éthiques, évolution des formes d'engagement, révolution numérique... les acteurs associatifs sont confrontés à un contexte problématique et mouvant. Pour répondre à ces enjeux, la Croix-Rouge française a souhaité installer les salariés du siège au sein d'un nouveau Campus et se doter d'une nouvelle stratégie : des leviers primordiaux de la dynamique de modernisation de l'association pour en faire un acteur majeur de l'Économie sociale et solidaire (ESS), au bénéfice de l'ensemble des personnes qu'elle accompagne sur le terrain.

Une attente d'exemplarité

Si les Français ont une bonne image des associations, leurs attentes à leur égard sont importantes, notamment sur le volet financier : **1 Français sur 2 doute de l'efficacité de la gestion des associations caritatives et humanitaire, et près de 80% attendent qu'elles soient le moins dépendantes possible par rapport à l'État ou aux donateurs (pour 69% d'entre eux)**. Dans le cadre de sa stratégie de transformation, la Croix-Rouge française a entrepris depuis 2017 un



Montrouge, le 21 juin 2019

LES FRANÇAIS EXPRIMENT UNE CERTAINE MÉFIANCE :

64 % envers l'État,
66 % envers les syndicats
80 % envers les responsables
politiques

ILS JUGENT QUE L'EXEMPLARITÉ DES ASSOCIATIONS EST PRIORITAIRE :

88 % au niveau social
et sociétal
86 % au niveau financier

71 %
estiment que l'engagement dans
de nouveaux modes d'action et
de communication digitaux est
indispensable

57 %
envisagent un engagement
associatif ponctuel
sur des projets précis

grand plan d'action visant à ramener à l'équilibre l'ensemble de ses activités. Parallèlement elle a lancé une réflexion sur le développement de nouvelles activités génératrices de revenu pour améliorer son autonomie vis-à-vis des financements publics ou privés.

Mais parce qu'il n'existe pas de performance économique sans performance sociale, la Croix-Rouge française a compris qu'il était crucial de façonner une culture organisationnelle responsable, porteuse de sens et vecteur de confiance.

En effet, alors qu'il leur est demandé à tous les niveaux, en tant que consommateurs et citoyens, de se responsabiliser, les Français manifestent en retour une grande exigence d'exemplarité vis-à-vis des acteurs du monde associatif. Cela concerne la **dimension sociale** (bonne rémunération des salariés et respect des conditions de travail pour 88 % des sondés) et **sociétale**.

Pour la Croix-Rouge française, cela passe tout d'abord par le soin qu'elle porte au cadre d'activité de ses acteurs salariés et bénévoles : de l'investissement dans la rénovation et la transformation de ses unités locales bénévoles à la mise en place d'une nouvelle stratégie RH, intégrant une politique d'augmentation des bas salaires, et au démantèlement de son siège dans un tout nouveau Campus, plus économique mais offrant de meilleures conditions de travail à ses salariés. Un Campus, imaginé comme une plateforme de collaboration, un lieu de ressources pour ses acteurs internes et ses partenaires externes.

Et parce que le souci d'exemplarité est au cœur de la stratégie de la Croix-Rouge française, l'organisation a lancé un ambitieux plan d'action sur sa Responsabilité Sociétale (actions promouvant le respect de l'environnement, recyclage, réduction des dépenses énergétiques...).

L'innovation sociale et le numérique au cœur de la transformation

Les chiffres montrent que **le développement de nouvelles formes d'actions et de communication passant notamment par le digital (prioritaire pour 71%)** apparaît comme une attente importante de la part des Français.

L'une des missions prioritaires que se donne la Croix-Rouge française consiste à relever le défi de l'innovation et du digital, pour agir au profit du plus grand nombre. Afin de favoriser les idées de ceux qui agissent sur le terrain, la Croix-Rouge française a lancé **21, son Accélérateur d'Innovation Sociale**. Situé au cœur du Campus Croix-Rouge, 21 est un espace de 1 000 m² dédié aux **entrepreneurs et intrapreneurs dans le secteur sanitaire, social et médico-social et réunit des salariés et bénévoles de l'association ainsi que des projets à fort impact social porté par des startups**. 21 intègre

également une école de code informatique en partenariat avec Simplon.co, un studio de réalité virtuelle et un coworking social accueillant entrepreneurs et organisations au sein de la maison commune.

Mesurer l'impact social des actions pour mieux répondre aux besoins

Il est essentiel aujourd'hui pour les acteurs associatifs de maintenir la visibilité de leurs actions sur le terrain et de faire la preuve de leur efficacité. C'est pourquoi la Croix-Rouge française se donne pour ambition **d'étendre la mesure de sa plus-value sociale à toutes ses activités et à l'ensemble du territoire**. Objectifs : apporter des solutions toujours plus adaptées à ceux qui en ont besoin et valoriser les actions de l'association pour créer une dynamique globale de transformation du secteur. La

Montrouge, le 21 juin 2019

Croix-Rouge française a ainsi développé des outils de mesure de la cohérence et des effets de chaque action portée par ses membres.

« Les enseignements de ce sondage nous montrent que la nécessité de repenser notre modèle associatif et d'entrer dans une démarche de transformation est bien réelle. La Croix-Rouge française, de par **sa proximité avec la population sur le terrain**, a une place privilégiée pour être à l'écoute des besoins des personnes les plus vulnérables, mais également de ses bénévoles et donateurs. C'est pourquoi nous avons entrepris ces grands changements structurels. **L'inauguration du tout nouveau Campus Croix-Rouge illustre cette démarche fondamentale pour imaginer une structure centrée sur l'humain et l'innovation sociale** » explique Jean-Christophe Combe, Directeur général de la Croix-Rouge française.

Méthodologie du sondage :

Enquête réalisée par Harris Interactive en ligne du 5 au 7 février 2019 auprès d'un échantillon de 1 000 personnes, représentatif des Français âgés de 18 ans et plus, selon la méthode des quotas et redressement appliqués aux variables suivantes : sexe, âge, catégorie socioprofessionnelle et région de l'interviewé(e).

À propos de la Croix-Rouge française :

La Croix-Rouge française compte plus de 60 000 bénévoles et 17 500 salariés qui donnent de leur temps, apportent leurs compétences et leurs expertises tout au long de l'année.

Dans les grandes agglomérations, en zone rurale, dans les banlieues, partout en France, métropolitaine et dans tous les territoires ultra marins, mais aussi à l'international, des femmes et des hommes, spécialistes du secourisme, acteurs de la solidarité sociale et sanitaire ou simplement porteurs d'humanité, engagés dans la réalisation d'un puissant idéal, viennent en aide et accompagnent des millions de personnes.

En 2017, plus de 85 000 victimes ont été secourues et près de 130 000 citoyens ont été initiés ou formés aux gestes qui sauvent; 1 200 000 ont été accueillies et accompagnées au titre de l'action sociale; 3 690 000 personnes ont été aidées à l'international; 25 000 étudiants ont bénéficié d'une formation sanitaire et sociale...

La Croix-Rouge française constitue aussi le premier opérateur associatif dans le champ sanitaire, social et médico-social et compte au plan national 563 établissements et services.

Contacts presse la Croix-Rouge française :

Anne-Florence Blangier – 06 38 43 73 02
afblangier@epoka.fr

Boris Cavaglione – 06 84 84 37 53
bcavaglione@epoka.fr

Christèle Lambert-Côme – 01 44 43 12 07 / 06 07 34 99 29
christele.lambert-come@croix-rouge.fr