

Coca-Cola soutient la
Croix-Rouge française
pour encourager et accompagner
l'envie d'agir des jeunes, acteurs
de changement et de solidarité.

D O S S I E R D E P R E S S E

Avec le soutien de notre partenaire

Coca-Cola France

croix-rouge française



Humanisons la vie

Sommaire

Communiqué de presse

5 décembre 2012 – Journée mondiale du bénévolat

Coca-Cola soutient l'action de la Croix-Rouge française pour concrétiser l'envie d'agir des jeunes

→ Page 3

Soutenir les jeunes dans leur engagement solidaire : l'initiative de la Croix-Rouge française et de Coca-Cola

→ Page 7

- Renforcer la coopération existante
- Sensibiliser les collégiens aux valeurs et actions solidaires
- Agir en soutenant l'appel à initiatives solidaires « Red Touch' »
- Présentation des 4 lauréats « Red Touch' » 2012

Près d'un siècle de partenariat entre Coca-Cola et le Mouvement international Croix-Rouge Croissant-Rouge

→ Page 12

- Un partenariat mondial
- Quelques exemples de coopération entre Coca-Cola et la Croix-Rouge

« Les jeunes et l'engagement » : résultats de l'enquête OpinionWay pour Coca-Cola et la Croix-Rouge française et commentaires du sociologue Ronan Chastellier

→ Page 14

À propos de la Croix Rouge française et de Coca-Cola France

→ Page 17

COCA-COLA FRANCE

Agence Self Image : Caroline Weill et Hélène Boyer - 01 47 04 72 72 - cweill@selfimage.fr ou hboyer@selfimage.fr
Virginie Petrel - 01 41 08 43 00 - vpetrel@coca-cola.com

CROIX-ROUGE FRANÇAISE

Christèle Lambert-Côme - 01 44 43 12 07 - 06 07 34 99 29 - christele.lambert-come@croix-rouge.fr
Marie-Laure Lohou - 01 44 43 11 39 - marie-laure.lohou@croix-rouge.fr

Paris, le 4 décembre 2012

Communiqué de presse

5 décembre 2012 – Journée mondiale du bénévolat

Coca-Cola soutient l'action de la Croix-Rouge française pour concrétiser l'envie d'agir des jeunes

Un sondage exclusif OpinionWay* pour Coca-Cola et la Croix-Rouge française détaille la volonté d'engagement de la jeunesse

Les résultats du sondage mené par OpinionWay du 9 au 15 novembre 2012 montrent que 82% des 15-24 ans souhaiteraient jouer un rôle actif pour améliorer la société, et 53 % veulent s'engager dans une association de solidarité pour être utiles. Cette étude montre également que 82% ont le sentiment qu'en France, l'on n'encourage pas suffisamment les jeunes à s'engager dans le milieu associatif. Aujourd'hui, à la veille de la journée mondiale du bénévolat, Coca-Cola s'associe à la Croix Rouge Française pour encourager le passage à l'action des jeunes en lançant un site Web, véritable accélérateur de projets, dédié à l'appel à initiatives solidaires « Red'Touch' » de la Croix-Rouge française, destiné à tous les jeunes de 13 à 30 ans.

Coca-Cola s'est engagée pour 3 ans à soutenir la Croix-Rouge française, qui accompagne des jeunes dans leur besoin d'agir et les sensibilise à l'action humanitaire. Un partenariat structuré autour de deux grands projets : le développement de Red Touch', l'appel à initiatives solidaires de la Croix-Rouge française pour les 13 à 30 ans et la formation des collégiens de 4^e et 3^e aux enjeux humanitaires. Un partenariat qui, à la veille de la journée du bénévolat, le 5 décembre prochain, prend tout son sens.

82% des jeunes déplorent qu'en France, on ne les encourage pas ou très peu à rejoindre le milieu associatif*

* Sondage OpinionWay pour Coca-Cola et la Croix-Rouge française - Étude réalisée du 9 au 15 novembre 2012 auprès d'un échantillon de 1006 personnes, représentatif de la population française âgée de 15 à 30 ans.

COCA-COLA FRANCE

Agence Self Image : Caroline Weill et Hélène Boyer - 01 47 04 72 72 - cweill@selfimage.fr ou hboyer@selfimage.fr
Virginie Petrel - 01 41 08 43 00 - vpetrel@coca-cola.com

CROIX-ROUGE FRANÇAISE

Christèle Lambert-Côme - 01 44 43 12 07 - 06 07 34 99 29 - christele.lambert-come@croix-rouge.fr
Marie-Laure Lohou - 01 44 43 11 39 - marie-laure.lohou@croix-rouge.fr

Red Touch' : un appel à initiatives de la Croix-Rouge française pour répondre à l'envie d'agir des jeunes

Destiné à tous les jeunes de 13 à 30 ans, l'appel à initiatives solidaires « Red Touch' » a pour vocation de soutenir les jeunes qui ont une idée pour agir, mais ne savent pas comment s'y prendre ou n'ont pas les moyens de la réaliser. Red Touch' leur permet de bénéficier d'un accompagnement financier et méthodologique pour concrétiser leur projet, pourvu qu'il rentre dans l'un de ces 5 domaines d'actions : la solidarité, la santé, la citoyenneté, l'interculturel et l'environnement.

Coca-Cola France soutient aujourd'hui le déploiement de Red Touch' et notamment la mise en ligne d'une plate-forme digitale

<http://redtouch.croix-rouge.fr>.

Un formidable accélérateur de projets, sur lequel les jeunes peuvent déposer leur idée, en chercher une à mettre en place dans leur région, partager et mutualiser leurs initiatives solidaires.

De plus, Coca-Cola France remet cette année son premier « Coup de Cœur », dans le cadre du prix « Red Touch' », qui récompense 4 projets particulièrement innovants et les dotent d'une récompense de 1000 à 2000 €.

Ces prix ont été remis à 4 jeunes le 4 décembre

Prix Coup de Cœur Coca-Cola Handi-CAP Aubrac (Aveyron)

Catégorie « Citoyenneté »

L'idée : L'équipe jeunesse représentée par Samantha Rocher (17 ans) accompagnée de Cédric Grelon et soutenue par la délégation départementale Croix-Rouge française de l'Aveyron a choisi de concevoir, en collaboration avec un ergothérapeute, 3 fauteuils cocons multisports inspirés de la Joelette.

1^{er} prix Croix-Rouge Tri-Attitude (Finistère)

Catégorie « Environnement »

L'idée : imaginé par Gaëtan Congar (20 ans) et l'équipe jeunesse de la Délégation départementale du Finistère, « Tri-Attitude » est un jeu de plateau créé pour sensibiliser les 8-13 ans aux enjeux environnementaux.

2^e prix Croix Rouge (ex aequo) Stop à l'alcool (Dunkerque)

Catégorie « Santé »

L'idée : Jérôme Haller (26 ans), bénévole à la délégation locale de Dunkerque, a eu l'idée de mettre en place une action de prévention des conduites à risque auprès des jeunes et de réaliser un film de sensibilisation sur ce sujet à leur intention, dans le cadre du carnaval de Dunkerque.

COCA-COLA FRANCE

Agence Self Image : Caroline Weill et Hélène Boyer - 01 47 04 72 72 - cweill@selfimage.fr ou hboyer@selfimage.fr
Virginie Petrel - 01 41 08 43 00 - vpetrel@coca-cola.com

CROIX-ROUGE FRANÇAISE

Christèle Lambert-Côme - 01 44 43 12 07 - 06 07 34 99 29 - christele.lambert-come@croix-rouge.fr
Marie-Laure Lohou - 01 44 43 11 39 - marie-laure.lohou@croix-rouge.fr

2^e prix Croix Rouge (ex aequo)

Catégorie « Solidarité »

Au bonheur du cheval (Montpellier)

L'idée : Jérôme Teytaud (26 ans) et la Délégation locale de Montpellier ont souhaité réaliser un projet permettant d'accueillir, deux samedis par mois, dans un refuge équestre, des personnes connaissant des difficultés d'insertion.

39% des 15-24 ans ont envie d'agir et recherchent une idée à mettre en œuvre, tandis que 9% savent ce qu'ils veulent faire, mais ont besoin d'une aide technique ou financière pour y parvenir.

→ Objectif : soutenir près de 500 projets d'ici 3 ans.

Sensibiliser aux enjeux humanitaires

Depuis 2009, la Croix-Rouge française intervient régulièrement auprès des élèves des classes de 4^e et 3^e pour les sensibiliser aux enjeux citoyens et à l'engagement humanitaire. Pour permettre à cette initiative de perdurer et de se développer, Coca-Cola France apportera son aide financière afin d'assurer la remise à jour des outils nécessaires (guide de l'engagement humanitaire du collégien, quiz et guide de l'animateur), ainsi que la formation des intervenants bénévoles.

La solidarité, avec 38% de réponses, est la deuxième cause d'engagement la plus citée par les jeunes, derrière l'écologie (48%).

56% des 15-24 ans expriment le désir d'être bénévoles dans une association et 11% le sont déjà.

→ Objectifs : sensibiliser 13 000 collégiens en organisant 400 interventions minimum dans les collèges et former 800 animateurs d'ici 3 ans.

COCA-COLA FRANCE

Agence Self Image : Caroline Weill et Hélène Boyer - 01 47 04 72 72 - cweill@selfimage.fr ou hboyer@selfimage.fr
Virginie Petrel - 01 41 08 43 00 - vpetrel@coca-cola.com

CROIX-ROUGE FRANÇAISE

Christèle Lambert-Côme - 01 44 43 12 07 - 06 07 34 99 29 - christele.lambert-come@croix-rouge.fr
Marie-Laure Lohou - 01 44 43 11 39 - marie-laure.lohou@croix-rouge.fr

À travers ces différentes initiatives, la Croix-Rouge française et Coca-Cola France répondent à une vraie demande de la part des jeunes de se former et de s'impliquer dans l'action solidaire. Elles leur offrent la possibilité de faire bouger le monde dans lequel ils vivent autour de thèmes qui les portent : la solidarité, la santé, la citoyenneté, l'interculturel et l'environnement.

Pour plus d'informations, consultez :

<http://redtouch.croix-rouge.fr>

www.coca-cola-france.fr

www.croix-rouge.fr

COCA-COLA FRANCE

Agence Self Image : Caroline Weill et Hélène Boyer - 01 47 04 72 72 - cweill@selfimage.fr ou hboyer@selfimage.fr
Virginie Petrel - 01 41 08 43 00 - vpetrel@coca-cola.com

CROIX-ROUGE FRANÇAISE

Christèle Lambert-Côme - 01 44 43 12 07 - 06 07 34 99 29 - christele.lambert-come@croix-rouge.fr
Marie-Laure Lohou - 01 44 43 11 39 - marie-laure.lohou@croix-rouge.fr

Soutenir les jeunes dans leur engagement solidaire

l'initiative de la Croix-Rouge française et de Coca-Cola

Si Coca-Cola est une marque de référence chez les jeunes, la Croix-Rouge française est, de son côté, l'association qui en accueille le plus dans ses rangs : 12 500 jeunes âgés de 7 à 30 ans parmi ses 52 000 bénévoles et 14 000 jeunes étudiants au sein de ses instituts de formation. C'est donc tout naturellement que ces deux organisations se sont retrouvées pour faire de Coca-Cola France le partenaire des projets Jeunesse de la Croix-Rouge française.

Renforcer la coopération existante

Déjà très investie dans de nombreux programmes d'accompagnement et de soutien à la jeunesse, Coca-Cola France a été particulièrement sensibilisée aux actions de la Croix-Rouge en 2011, lors de la remise du trophée « Femme de Cœur »* à Adriana Karembou pour son engagement fidèle au sein de l'association.

Depuis 3 ans, la Croix-Rouge française s'est engagée dans une forte dynamique autour de son « Projet Jeunesse ». Celui-ci vise à valoriser les jeunes investis dans l'organisation et à répondre à leur envie de mener des actions solidaires.

Fort de cette volonté commune d'agir pour et avec la jeunesse, Coca-Cola France a décidé d'aller plus loin dans son engagement envers l'association. Une démarche qui se concrétise à travers 2 volets :

- Sensibiliser et former les collégiens (de 4^e et de 3^e) aux enjeux citoyens et à l'engagement humanitaire.
- Soutenir les initiatives des jeunes qui souhaitent être acteurs de changement

Conclu pour une durée de 3 ans, le partenariat entre ces deux organisations doit permettre la concrétisation et le développement de belles initiatives.

* Dans le cadre des Trophées Femmes en Or.

COCA-COLA FRANCE

Agence Self Image : Caroline Weill et Hélène Boyer - 01 47 04 72 72 - cweill@selfimage.fr ou hboyer@selfimage.fr
Virginie Petrel - 01 41 08 43 00 - vpetrel@coca-cola.com

CROIX-ROUGE FRANÇAISE

Christèle Lambert-Côme - 01 44 43 12 07 - 06 07 34 99 29 - christele.lambert-come@croix-rouge.fr
Marie-Laure Lohou - 01 44 43 11 39 - marie-laure.lohou@croix-rouge.fr

Sensibiliser les collégiens aux valeurs et actions solidaires

En décembre 2011, la Croix-Rouge française a signé une convention avec le Ministère de l'Éducation Nationale, afin de favoriser la diffusion des valeurs humanitaires et l'accompagnement à l'engagement des jeunes. Celle-ci est venue compléter l'agrément de l'Éducation Nationale, qui reconnaît la Croix-Rouge française comme une association éducative complémentaire à la mission d'enseignement public. Parmi ses attributions, elle forme les jeunes aux premiers secours et à la réduction des risques, les sensibilise à l'équilibre alimentaire, à la prévention des addictions, aux valeurs humanitaires et au droit international humanitaire (DIH). Ainsi, aux côtés des enseignants, les bénévoles interviennent dans les collèges, notamment dans les classes de 4^e et de 3^e, pour informer sur les enjeux citoyens et l'engagement humanitaire. Le module « Mobilisez votre pouvoir d'humanité » introduit ainsi les notions de respect mutuel, de tolérance, de responsabilité et d'engagement, facteurs essentiels du « mieux vivre ensemble ». Il concentre plusieurs objectifs : inviter l'élève à réfléchir sur les valeurs humanitaires, le sensibiliser sur les droits de chacun, renforcer sa capacité à vivre ensemble dans la société, tout en développant son sens de la responsabilité personnelle et collective, ainsi qu'en encourageant l'engagement solidaire.

Il s'agit également de donner suite à ces animations en accompagnant concrètement les élèves et leurs professeurs dans le montage comme la mise en œuvre d'actions et de projets concrets.

Dans ce cadre, Coca-Cola France apportera son aide pour développer ces formations et ambitionne de soutenir la sensibilisation de plus de 13 000 collégiens d'ici 3 ans à travers 400 interventions minimum dans les collèges, ainsi que la formation de 800 animateurs dans le même temps. Pour y parvenir, elle contribuera à la remise à jour des outils nécessaires (guide de l'engagement humanitaire du collégien, quiz et guide de l'animateur), ainsi que le financement de la formation des intervenants bénévoles.

Agir en soutenant l'appel à initiatives solidaires « Red Touch' »

La Croix-Rouge française a lancé l'appel à initiatives solidaires « Red Touch' » en 2011. Depuis 2012, Coca-Cola France soutient son déploiement pour aider le plus grand nombre de jeunes à monter des projets afin qu'ils deviennent des acteurs de changement et de solidarité.

Destiné à tous les jeunes de 13 à 30 ans qui ont une idée solidaire et qui souhaitent passer à l'action, « Red Touch' » leur permet de bénéficier d'un accompagnement financier et méthodologique pour concrétiser leur projet, pourvu qu'il s'intègre à l'un de ces 5 domaines d'actions : la solidarité, la santé, la citoyenneté l'interculturel et l'environnement. Depuis son

COCA-COLA FRANCE

Agence Self Image : Caroline Weill et Hélène Boyer - 01 47 04 72 72 - cweill@selfimage.fr ou hboyer@selfimage.fr
Virginie Petrel - 01 41 08 43 00 - vpetrel@coca-cola.com

CROIX-ROUGE FRANÇAISE

Christèle Lambert-Côme - 01 44 43 12 07 - 06 07 34 99 29 - christele.lambert-come@croix-rouge.fr
Marie-Laure Lohou - 01 44 43 11 39 - marie-laure.lohou@croix-rouge.fr

lancement, « Red Touch' » a permis à 61 initiatives de voir le jour et une trentaine d'autres sont en cours de réalisation. L'objectif est de soutenir près de 500 projets d'ici 3 ans.

Cette année, 4 projets seront mis à l'honneur : 1 prix coup de cœur décerné par Coca-Cola France et 3 autres par la Croix-Rouge. Ils seront chacun dotés d'une récompense allant de 1000 à 2000 €.

Même si ce programme existait avant la mise en place du partenariat avec Coca-Cola France, ce dernier permet aujourd'hui à la Croix-Rouge française d'en renforcer la notoriété et l'attractivité auprès des jeunes, grâce, notamment, au développement et à la récente mise en ligne d'une plate-forme digitale dédiée : <http://redtouch.croix-rouge.fr>.

Cette plate-forme joue le rôle d'un formidable accélérateur, s'avérant en effet indispensable pour identifier les initiatives solidaires et en faciliter la mise en place. Elle permet aux jeunes de déposer leurs projets en ligne, mais aussi de mutualiser leurs expériences, de valoriser leur engagement et d'échanger leurs bonnes pratiques.

Elle s'adresse ainsi à tous ceux :

- Qui ont une idée, mais ne savent pas comment s'y prendre.
- Qui ont une idée, mais n'ont pas les moyens financiers de la mettre en œuvre.
- Qui n'ont pas d'idée, mais veulent agir.



Les équipes de Coca-Cola France, ainsi que celles de la Croix-Rouge française espèrent que ce soutien permettra de donner l'impulsion nécessaire aux jeunes qui souhaitent agir face aux différents enjeux de société et qu'il facilitera les échanges entre porteurs de projets. Il vise également à donner le goût du bénévolat à ceux qui sont, a priori, éloignés de l'engagement associatif.

Présentation des 4 lauréats « Red Touch' » 2012

Cette année, les prix « Red Touch' », dont le coup de cœur Coca-Cola, viennent récompenser quatre initiatives solidaires particulièrement remarquables, envisagées par de jeunes gens enthousiastes et inventifs, issus des quatre coins de la France.

Prix Coup de Cœur Coca-Cola

Catégorie « Citoyenneté »

Handi-CAP Aubrac (Aveyron)

L'idée : L'équipe jeunesse représentée par Samantha Rocher (17 ans) accompagnée de Cédric Grelon et soutenue par la délégation départementale de l'Aveyron a choisi de concevoir, en collaboration avec un ergothérapeute, 3 fauteuils cocons multisports inspirés de la Joelette

Le principe : faire évoluer, vers une pratique multisports, le concept de la « Joëlette », fauteuil mono-roue permettant la pratique de la randonnée.

Son objectif : faciliter l'accès aux activités sportives des personnes à mobilité réduite, enfants ou adultes, même très lourdement handicapées, avec l'aide d'accompagnateurs. Encourager le changement des mentalités sur le handicap et le respect des différences.

Ce que va lui apporter le prix « Red Touch' » : le prototype de fauteuil cocon a été conçu et est actuellement en cours de développement. La somme allouée par « Red Touch' » va venir financer une partie du coût de production des 3 fauteuils prévus.

→ Dotation : 2 000€

1^{er} prix Croix-Rouge

Catégorie « Environnement »

Tri-Attitude (Finistère)

L'idée : imaginé par Gaëtan Congar (20 ans) et l'équipe jeunesse de la Délégation départementale du Finistère, « Tri-Attitude » est un jeu de plateau créé pour sensibiliser les 8-13 ans aux enjeux environnementaux.

Le principe : le jeu s'organise autour de séries de questions réparties en 4 grands thèmes – « D'où viennent les déchets ? », « Comment bien trier nos déchets ? », « Que deviennent nos déchets ? », « Les bonnes pratiques ». Le vainqueur est celui qui parvient à avoir le moins de poids dans sa poubelle à la fin du mois.

Son objectif : sensibiliser les enfants aux enjeux du développement durable en apportant des connaissances sur le parcours des déchets et sur les bonnes pratiques en matière de gestion et de tri, afin de les sensibiliser de façon plus générale au recyclage.

Ce que va lui apporter le prix « Red Touch' » : actuellement en phase de tests préliminaires, la somme allouée par « Red Touch' » devrait permettre d'obtenir un maquetage abouti du jeu en vue d'une diffusion à un large public, ainsi que de fabriquer le plateau en matériaux recyclés, afin de conférer un aspect encore plus écologique à ce dernier.

→ Dotation : 2 000€

COCA-COLA FRANCE

Agence Self Image : Caroline Weill et Hélène Boyer - 01 47 04 72 72 - cweill@selfimage.fr ou hboyer@selfimage.fr
Virginie Petrel - 01 41 08 43 00 - vpetrel@coca-cola.com

CROIX-ROUGE FRANÇAISE

Christèle Lambert-Côme - 01 44 43 12 07 - 06 07 34 99 29 - christele.lambert-come@croix-rouge.fr
Marie-Laure Lohou - 01 44 43 11 39 - marie-laure.lohou@croix-rouge.fr

2^e prix Croix Rouge (ex aequo)

Catégorie « Santé »

Stop à l'alcool (Dunkerque)

L'idée : Jérôme Haller (26 ans), bénévole à l'unité locale de Dunkerque, a eu l'idée de mettre en place une action de prévention des conduites à risque auprès des jeunes et de réaliser un film de sensibilisation sur ce sujet à leur intention, dans le cadre du carnaval de Dunkerque.

Le principe : organiser dans les établissements scolaires des séances d'information et de prévention, afin d'apporter aux élèves des connaissances relatives à leur santé et leur bien-être autour de la consommation de tabac, d'alcool et de drogues.

Son objectif : prévenir pour diminuer l'incidence des conduites à risque chez les mineurs de plus de 12 ans dans l'agglomération dunkerquoise et ses environs, plus particulièrement lors d'événements tels que le carnaval.

Ce que va lui apporter le prix « Red Touch' » : actuellement en cours de planification des formations, la somme allouée par « Red Touch' » va permettre de réaliser le film, qui accompagnera les actions de sensibilisation, ainsi que d'organiser le déploiement des séances de prévention dans les établissements scolaires de la région dunkerquoise.

→ **Dotation : 1 000€**

2^e prix Croix Rouge (ex aequo)

Catégorie « Solidarité »

Remettre le pied à l'étrier (Montpellier)

L'idée : Jérôme Teytaud (26 ans) et l'unité locale de Montpellier ont souhaité réaliser un projet permettant d'accueillir, deux samedis par mois, dans un refuge équestre, des personnes connaissant des difficultés d'insertion.

Le principe : les bénéficiaires se consacreront une partie de la journée à la rénovation du refuge pour animaux et participeront l'après-midi à des séances d'équitation.

Son objectif : permettre à des personnes en difficulté de reprendre confiance en elles, de pratiquer une activité sportive et de s'engager auprès d'un refuge pour chevaux maltraités.

Ce que va lui apporter le prix « Red Touch' » : les premiers ateliers d'équithérapie ayant déjà eu lieu, la somme allouée par « Red Touch' » devrait permettre de pérenniser ce projet sur le long terme, mais aussi de compléter cet accompagnement en l'associant à d'autres activités.

→ **Dotation : 1 000€**

Premier « Red Touch' Day » : une journée tout sourire !

Le 10 novembre dernier, les équipes jeunesse, ainsi que tous acteurs de la Croix-Rouge française, étaient invités à participer au tout premier « Red Touch' Day ». Une mobilisation nationale destinée à valoriser la diversité des actions et des initiatives prises par des jeunes qui s'engagent et à donner ainsi une autre image de la jeunesse. Au programme de cette journée, une trentaine d'actions ont été menées dans toute la France par plus de 350 participants.

Parmi celles-ci : des petits déjeuners solidaires, des actions de prévention des risques liés à l'alcool et de sensibilisation à la lutte contre les discriminations, des collectes de jouets, des animations auprès d'enfants en difficulté et intergénérationnelles au sein d'établissements pour personnes dépendantes mais aussi des ateliers de cuisine solidaires.

La mobilisation s'est poursuivie sur les médias sociaux (Twitter, Facebook, +...), où des centaines de sourires « 100% naturels » ont été postés. Des photos prises par les bénévoles lors des différentes opérations menées lors de cette journée.

COCA-COLA FRANCE

Agence Self Image : Caroline Weill et Hélène Boyer - 01 47 04 72 72 - cweill@selfimage.fr ou hboyer@selfimage.fr
Virginie Petrel - 01 41 08 43 00 - vpetrel@coca-cola.com

CROIX-ROUGE FRANÇAISE

Christèle Lambert-Côme - 01 44 43 12 07 - 06 07 34 99 29 - christele.lambert-come@croix-rouge.fr
Marie-Laure Lohou - 01 44 43 11 39 - marie-laure.lohou@croix-rouge.fr

Près d'un siècle de partenariat entre Coca-Cola et le Mouvement international Croix-Rouge Croissant-Rouge

Le partenariat entre The Coca-Cola Company et la Croix-Rouge remonte à près d'un siècle. C'est en effet lors de la première guerre mondiale, en 1917, que Coca-Cola s'engage pour soutenir les opérations de secours et les programmes de préparation aux catastrophes du mouvement international. Depuis, ce partenariat n'a cessé de se renforcer.

Un partenariat mondial



The Coca-Cola Company, au travers de la Fondation Coca-Cola basée à Atlanta, travaille depuis près d'un siècle et dans plus de 50 pays en partenariat étroit avec la Fédération internationale des Sociétés de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge, première organisation humanitaire de la planète. Début 2011, Coca-Cola a décidé de renforcer cette collaboration en soutenant les opérations de secours, aux programmes de préparation aux catastrophes et aux activités communautaires de l'organisation dans les pays où

ces deux partenaires sont présents. De plus, elle a alloué un million de dollars au fond d'urgence pour les secours en cas de catastrophe (DREF) de la FICR.

En France, l'idée d'un partenariat actif entre le réseau Coca-Cola en France et la Croix-Rouge française, est apparue en 2011 et s'est renforcée cette année. C'est autour du « Projet Jeunesse », initié en 2009 par l'organisation humanitaire, que l'entreprise a choisi de s'impliquer plus particulièrement au travers de :

- La création de la plate-forme interactive « Red Touch' » pour renforcer l'appel à l'initiative solidaire chez les 13-30 ans lancé par la Croix-Rouge française.



COCA-COLA FRANCE

Agence Self Image : Caroline Weill et Hélène Boyer - 01 47 04 72 72 - cweill@selfimage.fr ou hboyer@selfimage.fr
Virginie Petrel - 01 41 08 43 00 - vpetrel@coca-cola.com

CROIX-ROUGE FRANÇAISE

Christèle Lambert-Côme - 01 44 43 12 07 - 06 07 34 99 29 - christele.lambert-come@croix-rouge.fr
Marie-Laure Lohou - 01 44 43 11 39 - marie-laure.lohou@croix-rouge.fr

Quelques exemples de coopération entre Coca-Cola et la Croix-Rouge

Dans le monde

- **Au Japon**, pays où il y a le plus de distributeurs de boissons par personne au monde, Coca-Cola en a créés de nouveaux avec lesquels il est possible de faire des dons. Ceux-ci sont reversés à la Croix-Rouge, qui les redistribue ensuite aux victimes de Fukushima.
- **A Chypre**, où le taux de mortalité des jeunes sur la route est très élevé, Coca-Cola et la Croix-Rouge ont engagé une campagne pour les inciter à être plus vigilants. Les gestes des premiers secours leur ont aussi été enseignés lors de forums et d'interventions ciblées.
- **A Singapour**, Coca-Cola a aidé à la mise en place d'une plate-forme digitale pour faciliter le don de sang. Le groupe s'engage également à mener 4 collectes par an au sein des entreprises.

En Europe

- **En 2005, au Royaume-Uni**, suite aux attaques terroristes, Coca-Cola a fait un don de plus de 50 000 £ à la Croix-Rouge. Des collaborateurs bénévoles ont aussi soutenu les familles des victimes.
- **En 2007, au Pays-Bas**, Coca-Cola a mené une campagne radio et télévisée promouvant les actions de la Croix-Rouge, qui a fortement incité la population hollandaise à faire des dons.
- **En 2008, en Espagne**, Coca-Cola a contribué à la création d'une campagne télévisée pour promouvoir le don de sang. Des collaborateurs bénévoles se sont également déplacés avec les équipes de la Croix-Rouge dans des zones à faible taux de don pour en expliquer les enjeux.
- **En 2010, en Grèce**, Coca-Cola a aidé la Croix-Rouge dans son programme « I Care For My Health »: une campagne de prévention sur la santé, délivrant des conseils, proposant des formations et réalisant gratuitement des bilans médicaux.
- **En 2010, dans les pays d'Europe de l'Est**, touchés par d'importantes inondations, Coca-Cola a fait don de 250 000 litres de boissons aux victimes, en partenariat avec la Croix-Rouge.

En France

- Coca-Cola Entreprise et Coca-Cola France ont mené l'an dernier, une opération interne, baptisée « **vélos solidaires** », qui a permis de récolter des fonds.
- Coca-Cola a également fait un don à la Croix-Rouge française pour ses actions locales de formation aux gestes qui sauvent (dans le cadre de sa journée interne en 2011).
- La formation des collégiens aux enjeux citoyens et à l'engagement humanitaire dans le cadre de l'intervention des bénévoles de la Croix-Rouge française dans les établissements.

COCA-COLA FRANCE

Agence Self Image : Caroline Weill et Hélène Boyer - 01 47 04 72 72 - cweill@selfimage.fr ou hboyer@selfimage.fr
Virginie Petrel - 01 41 08 43 00 - vpetrel@coca-cola.com

CROIX-ROUGE FRANÇAISE

Christèle Lambert-Côme - 01 44 43 12 07 - 06 07 34 99 29 - christele.lambert-come@croix-rouge.fr
Marie-Laure Lohou - 01 44 43 11 39 - marie-laure.lohou@croix-rouge.fr

« Les jeunes et l'engagement »

Résultats de l'enquête OpinionWay* pour Coca-Cola et la Croix-Rouge française et commentaires de Ronan Chastellier, sociologue

Dans le cadre de leur partenariat avec la Croix Rouge française et Coca-Cola ont souhaité en savoir plus sur le rapport qu'entretiennent les jeunes avec l'engagement. L'institut d'études OpinionWay a ainsi été mandaté afin de réaliser une enquête sur ce thème. Cette dernière confirme l'intérêt de la jeunesse pour des causes qu'elle considère comme justes et sa volonté de participer au changement de la société. Pour autant, l'étude souligne le besoin des jeunes de se sentir informés, soutenus et encouragés dans leur envie d'agir. Ronan Chastellier, sociologue et maître de conférences à l'Institut d'Études Politiques de Paris, a accepté d'apporter son éclairage sur ces résultats.

Encourager l'envie d'agir

Contrairement aux idées reçues, loin d'être individualistes ou défaitistes, les jeunes se montrent au contraire optimistes et soucieux de leur prochain. Ainsi, l'enquête révèle que **82% d'entre eux souhaitent s'engager pour améliorer la société**. Toutefois, ils sont autant à estimer qu'en France, l'engagement des jeunes dans le milieu associatif est insuffisamment, voire pas du tout, encouragé !

« Pour ces jeunes, l'homme n'est pas qu'un homme économique. Tout n'est pas convertible en argent et ils ne sont pas eux-mêmes cette caricature de consommateurs compulsifs et acritiques, apathiques ou d'un individualisme forcené. Ils semblent exploser de passion spontanée et leur réaction épidermique à l'injustice ou aux menaces qui pèsent sur la planète est le point de départ d'une réflexion critique, base de leur engagement », commente Ronan Chastellier.

Le besoin d'être utile aux autres

53% des jeunes répondent que ce qui leur plaît dans l'idée de s'engager, c'est avant tout de « se rendre utile » et ensuite de « servir une cause » (49%). 19% estiment que cela leur permettrait « d'être fier de soi ». Puis, il y a ceux qui y voient l'occasion de partager et de découvrir d'autres générations, d'autres milieux (20%), un bon moyen de reconsidérer leurs a priori. Ainsi, ce qui plaît à 17% des jeunes interrogés, « c'est de faire des choses ensemble », tandis que 8% considèrent que cela les aiderait à « développer de nouvelles compétences ».

* Sondage OpinionWay pour Coca-Cola - Étude réalisée du 9 au 15 novembre 2012 auprès d'un échantillon de 1006 personnes, représentatif de la population française âgée de 15 à 30 ans.

COCA-COLA FRANCE

Agence Self Image : Caroline Weill et Hélène Boyer - 01 47 04 72 72 - cweill@selfimage.fr ou hboyer@selfimage.fr
Virginie Petrel - 01 41 08 43 00 - vpetrel@coca-cola.com

CROIX-ROUGE FRANÇAISE

Christèle Lambert-Côme - 01 44 43 12 07 - 06 07 34 99 29 - christele.lambert-come@croix-rouge.fr
Marie-Laure Lohou - 01 44 43 11 39 - marie-laure.lohou@croix-rouge.fr

Ainsi, le désir d'engagement n'est pas unique, mais multidimensionnel : relationnel (partager une activité, une passion...), altruiste (me rendre utile, défendre mes valeurs...) et utilitariste (me distraire, me former...).

« L'engagement est une forme rituelle et symbolique, qui serait l'occasion d'affirmer la vitalité et l'unité du groupe. Voir et éprouver ensemble : l'engagement pour un jeune est une manière de s'assurer de ses valeurs, de prendre conscience de soi et de s'appropriier le monde », souligne Ronan Chastellier.

Les associations perçues comme un espace d'utilité sociale

Les jeunes sont particulièrement attirés par le monde associatif, qu'ils considèrent comme un élément important de la démocratie, ainsi qu'un espace pertinent pour exprimer sa citoyenneté.

Pour 55% d'entre eux, les associations sont un espace d'utilité sociale, tandis que 48% considèrent qu'elles font ce que les pouvoirs publics ne font pas et 35% qu'elles offrent un lieu de partage de valeurs et de recherche d'un idéal commun.

Et, tandis que **56% des jeunes souhaitent être bénévoles dans une association, 11% le sont déjà**. Cette forme d'engagement fait sens dans leur existence : des moments où l'on prend son temps, où l'on écoute l'autre.

Apporter sa pierre à l'édifice

Les jeunes ne se donnent pas nécessairement comme idéal de changer la société, mais d'apporter une vraie contribution. En effet, 39% d'entre eux ont envie d'agir et recherchent une idée à mettre en œuvre, alors que 9% savent ce qu'ils veulent faire, mais ont besoin d'une aide technique ou financière pour y parvenir.

« Les jeunes ne souhaitent pas que leur action soit un apport hasardeux, inapte à apporter la moindre modification à ce qui existe. D'une certaine manière, ils souhaitent concourir à l'œuvre universelle et veulent activement le bien ! », analyse Ronan Chastellier.

COCA-COLA FRANCE

Agence Self Image : Caroline Weill et Hélène Boyer - 01 47 04 72 72 - cweill@selfimage.fr ou hboyer@selfimage.fr
Virginie Petrel - 01 41 08 43 00 - vpetrel@coca-cola.com

CROIX-ROUGE FRANÇAISE

Christèle Lambert-Côme - 01 44 43 12 07 - 06 07 34 99 29 - christele.lambert-come@croix-rouge.fr
Marie-Laure Lohou - 01 44 43 11 39 - marie-laure.lohou@croix-rouge.fr

Si les jeunes manifestent clairement leur envie de s'engager, ils ne veulent pas le faire pour de mauvaises raisons, ni n'importe comment. Ainsi, ils souhaitent que leur action ait du sens, qu'elle leur permette d'améliorer les choses à défaut de les changer. Certains ont déjà des idées, mais manquent de moyens pour les réaliser ; d'autres, au contraire, ont envie d'agir, mais ne savent pas comment s'y prendre. Dans ce sens, les formations dans les collèges proposées par la Croix Rouge française, ainsi que l'appel à initiatives « Red Touch' » apparaissent comme autant de démarches capables de leur apporter des réponses et une aide concrètes.

COCA-COLA FRANCE

Agence Self Image : Caroline Weill et Hélène Boyer - 01 47 04 72 72 - cweill@selfimage.fr ou hboyer@selfimage.fr
Virginie Petrel - 01 41 08 43 00 - vpetrel@coca-cola.com

CROIX-ROUGE FRANÇAISE

Christèle Lambert-Côme - 01 44 43 12 07 - 06 07 34 99 29 - christele.lambert-come@croix-rouge.fr
Marie-Laure Lohou - 01 44 43 11 39 - marie-laure.lohou@croix-rouge.fr

A propos de...

La Croix-Rouge française : l'implication des jeunes, une priorité

La Croix-Rouge française est à la fois une association fidèle aux principes fondateurs de la loi de 1901 et une entreprise à but non lucratif engagée dans les secteurs de la santé, de l'aide à l'autonomie, de l'urgence et du secourisme, de l'action sociale, de la formation, ainsi que de la solidarité internationale. Victimes de la très grande précarité exclues de la société, personnes dépendantes en raison de leur âge ou de leur handicap, enfants mis en danger, personnes privées de leur liberté, celles – de plus en plus nombreuses – en perte de lien social ou, enfin, victimes des conflits, des catastrophes naturelles ou de la mauvaise gestion des ressources de notre planète : la Croix-Rouge française les accompagne dans les situations d'urgence, mais s'attache aussi à aider chacun à retrouver les conditions d'une existence digne. Pour faire la différence, elle privilégie, quand c'est possible, un accompagnement vers l'autonomie des personnes.

→ 52 000 bénévoles, dont 24% de jeunes

Le bénévolat est la pierre angulaire de l'engagement associatif et le tout premier bénévole de la Croix-Rouge n'est autre que son fondateur, Henry Dunant, lorsqu'il organise spontanément les secours aux blessés de Solferino en 1859, avec le concours de la population locale.

Avec 13 millions de membres et de volontaires à travers le monde entier, rassemblés pour agir sous les emblèmes de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge, répartis dans 186 sociétés nationales, le Mouvement Croix-Rouge/Croissant-Rouge représente la première force bénévole au monde.

La Croix-Rouge française compte à elle seule un réseau de plus de 52 000 bénévoles répartis dans 900 délégations locales, parmi lesquels 12 500 jeunes sont âgés de 7 à 30 ans, sans oublier les 14 000 étudiants, qui agissent au sein de ses instituts de formation. La majorité se consacre à l'urgence et au secourisme et près de 40% aux actions sociales. Ils représentent par ailleurs 5,7% des élus de l'association.

COCA-COLA FRANCE

Agence Self Image : Caroline Weill et Hélène Boyer - 01 47 04 72 72 - cweill@selfimage.fr ou hboyer@selfimage.fr
Virginie Petrel - 01 41 08 43 00 - vpetrel@coca-cola.com

CROIX-ROUGE FRANÇAISE

Christèle Lambert-Côme - 01 44 43 12 07 - 06 07 34 99 29 - christele.lambert-come@croix-rouge.fr
Marie-Laure Lohou - 01 44 43 11 39 - marie-laure.lohou@croix-rouge.fr

→ Des jeunes, qui expriment un vrai désir d'action, d'engagement et de citoyenneté

■ Solidarité locale

Les jeunes bénévoles représentent aujourd'hui plus de 43% des effectifs des délégations locales, qui gèrent l'activité de Samu Social de la Croix-Rouge. Ils développent de nombreuses animations auprès de personnes âgées, d'enfants hospitalisés ou de personnes handicapées et participent de plus en plus à la lutte contre l'illettrisme.

Ils sont aussi très engagés dans les activités de secourisme de la Croix-Rouge française, comme équipiers secouristes, pour assurer les premiers soins lors de grands événements, manifestations culturelles ou sportives.

■ Diffusion des valeurs humanitaires et du droit international humanitaire

Les jeunes constituent 32% des bénévoles impliqués dans la diffusion des principes et valeurs de la Croix-Rouge et la grande majorité des animateurs de droit international humanitaire.

■ Formation

Ils représentent également plus de 40% des effectifs des actions de formation. L'efficacité reconnue des méthodes d'éducation par les pairs et la valorisation de la mission pédagogique les encouragent, en effet, à intervenir auprès d'un jeune public, notamment dans le cadre de la formation aux gestes qui sauvent.

■ Education à la santé

Plus d'un quart des bénévoles impliqués dans les actions d'éducation à la santé sont des jeunes, auxquels s'ajoutent de nombreux volontaires en service civique. Ils s'engagent aussi de plus en plus dans la sensibilisation à la sécurité routière, comme par exemple avec l'opération « Sam, capitaine de soirée », aujourd'hui active en Vendée, en Gironde, dans la Loire et dans d'autres départements.

COCA-COLA FRANCE

Agence Self Image : Caroline Weill et Hélène Boyer - 01 47 04 72 72 - cweill@selfimage.fr ou hboyer@selfimage.fr
Virginie Petrel - 01 41 08 43 00 - vpetrel@coca-cola.com

CROIX-ROUGE FRANÇAISE

Christèle Lambert-Côme - 01 44 43 12 07 - 06 07 34 99 29 - christele.lambert-come@croix-rouge.fr
Marie-Laure Lohou - 01 44 43 11 39 - marie-laure.lohou@croix-rouge.fr

Coca-Cola : une entreprise engagée dans la société française

Au-delà de son activité économique, Coca-Cola est présente depuis 90 ans dans la vie quotidienne des Français et s'implique dans la société, autour de programmes visant à promouvoir le sport et la mise en place d'actions de solidarité.

→ Encourager la pratique sportive

Dès 1948, Coca-Cola s'est investie dans le développement de l'activité physique. En parallèle des nombreux partenariats qu'elle mène tout au long de l'année dans ce domaine, elle est à l'origine de nouvelles initiatives originales, destinées à valoriser le sport comme vecteur d'éducation et de lien social. Coca-Cola a notamment développé la charte « *On parle tous football* », destinée à promouvoir les valeurs universelles du sport, telles que le respect de l'autre ou encore l'esprit fair-play sur le terrain comme à l'extérieur. Elle a également créé « *Le sport, ça me dit* » en 2008, un programme d'incitation consacré aux jeunes et destiné à offrir aux municipalités la possibilité d'organiser des activités sportives et ludiques dans leur ville. Pour cela, Coca-Cola met à leur disposition 3 containers rassemblant tout le matériel nécessaire aux animations.

→ Mettre à l'honneur des personnes d'exception

Depuis 2007, Coca-Cola France, avec sa marque Coca-Cola light, est partenaire du Trophée Femmes en Or et récompense l'engagement de femmes dans des causes nobles à vocation caritative et humanitaire, en leur remettant le Trophée de la Femme de Cœur.

→ Soutenir de belles causes

Coca-Cola s'est engagée dès 2007 aux côtés de l'association Petits Princes, qui concrétise les rêves d'enfants atteints de maladies de longue durée. De plus, elle poursuit sa mission d'accompagnement et de soutien à la jeunesse avec la Croix-Rouge française, au travers notamment de la plate-forme interactive « Red Touch' », dédiée à l'appel à initiatives lancé par l'association.

Pour plus d'informations, consultez :

<http://redtouch.croix-rouge.fr>

www.coca-cola-france.fr

www.croix-rouge.fr

COCA-COLA FRANCE

Agence Self Image : Caroline Weill et Hélène Boyer - 01 47 04 72 72 - cweill@selfimage.fr ou hboyer@selfimage.fr
Virginie Petrel - 01 41 08 43 00 - vpetrel@coca-cola.com

CROIX-ROUGE FRANÇAISE

Christèle Lambert-Côme - 01 44 43 12 07 - 06 07 34 99 29 - christele.lambert-come@croix-rouge.fr
Marie-Laure Lohou - 01 44 43 11 39 - marie-laure.lohou@croix-rouge.fr