

L'ENGAGEMENT SOCIAL & SOCIÉTAL DES ENTREPRISES SUR LES TERRITOIRES



Les résultats
du Baromètre Sociovision – FACE
2016

LA MÉTHODOLOGIE

Le Baromètre Sociovision-FACE

4^{ème} vague d'une enquête quantitative menée en 2011, 2013 et 2015

- **Questionnaire en ligne auto-administré**
- **Échantillon de 414 personnes**, principalement des dirigeant.e.s d'entreprises engagé.e.s aux côtés de FACE
- Terrain : **novembre-décembre 2016**

L'Observatoire Sociovision France

Une enquête quantitative annuelle depuis 1975

- **Questionnaire en face à face et auto-administré**
- **Échantillon de 2000 personnes représentatif** de la population française de **15 à 74 ans** (âge, sexe, CSP, habitat, région)
- Dernier terrain : **juin-juillet 2016**

Toutes les dimensions de la vie explorées depuis 1975



SOMMAIRE



1. AVANT-PROPOS

2. LES PRINCIPAUX
ENSEIGNEMENTS

3. LES RÉSULTATS DÉTAILLÉS

4. LE PARTENARIAT AVEC FACE

5. ACTUALITÉS 2017 : QUELLE
PLACE POUR LES
ENTREPRISES ?

6. LE PROFIL DES
RÉPONDANT.E.S AU
BAROMÈTRE 2016

DES ENTREPRISES A LA MESURE DES ENJEUX



A l'heure où trop d'entreprises n'intègrent pas encore suffisamment la RSE, où les difficultés de l'emploi perdurent, où de fortes inégalités à l'école subsistent, où chacun.ne de nos concitoyen.ne.s n'accède pas aux biens et services essentiels et où tant de territoires restent exclus de notre cohésion nationale, l'engagement social et sociétal des entreprises prend, plus que jamais, tout son sens !

Alors que de nombreuses initiatives publiques, parapubliques, associatives ou citoyennes visent à prévenir et lutter contre toutes les formes d'exclusion dans notre société, force est de constater que TPE, PME, ETI et grandes entreprises se mobilisent et s'organisent pour agir en faveur du « bien vivre ensemble ».

Cette nouvelle édition de notre Baromètre, rédigé avec l'appui de Sociovision, montre ce formidable élan des entreprises responsables.

En plus d'une enquête descriptive sur la mise en action de la RSE, nous interrogeons les dirigeant.e.s et collaborateurs.trices engagé.e.s chez FACE sur la place et le rôle de l'Entreprise dans la Société.

La mesure de ces engagements d'acteurs économiques se poursuit par un suivi de leurs conceptions, attentes, préoccupations, pratiques, freins et réussites. Conformément aux Objectifs du Développement Durable (ODD) et en référence à la Responsabilité Sociale des Entreprises (RSE), petites et grandes entreprises sont de plus en plus nombreuses à se soucier de leurs parties prenantes territoriales comme à s'ancrer dans leurs écosystèmes locaux.

Cette année, la dimension territoriale de la RSE s'affirme et les préoccupations de business inclusif s'accroissent. Notre questionnaire sur la prise en compte de la RSE dans les élections présidentielles souligne encore la nécessité de la co-construction et des réalisations concrètes, avec nos responsables politiques.

Chez FACE, nous visons ainsi à faire reconnaître l'Entreprise comme l'une des parties prenantes de l'innovation sociale et de la solidarité sur les territoires. Notre réseau local comme nos fondations territoriales démontrent, chaque jour, la contribution de l'action privée à l'utilité sociale et à la production du « commun ».

Je suis fier et heureux de vous présenter les résultats de cette 4^{ème} vague d'enquête barométrique qui valorise le magnifique engagement social et sociétal des femmes et des hommes d'entreprises chez FACE et augure de nouvelles perspectives pour la Fondation. Bonne lecture engagée.

Gérard Mestrallet

Président de la Fondation FACE

Président d'ENGIE et de SUEZ

LES PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS

Le réseau d'entreprises FACE : des dirigeant.e.s « miliant.e.s »

Les profils et conceptions des dirigeant.e.s d'entreprises interrogé.e.s sont très marqués. Leur conception de l'engagement social et sociétal des entreprises sur leurs territoires s'articule entre deux notions : la Solidarité et la Responsabilité. Ils.elles sont largement convaincu.e.s que leur engagement social et sociétal sur leurs territoires contribue de manière multidimensionnelle à leur vie et leur performance.

De nombreux sujets de préoccupations

Parmi eux, l'alternance et l'apprentissage arrivent en tête avec 59%. Le développement durable et sa dimension sociale (45%), les achats responsables (44%), le numérique-digital (42%), la mixité des métiers (41%), le chômage des jeunes (41%), l'ancrage local (40%)... sont autant de sujets que souhaitent investir les entreprises.

Un mouvement important de structuration des pratiques

En termes de pratiques, cette structuration de l'engagement des entreprises progresse. Désormais 11% d'entre elles innovent et font preuve d'exemplarité dans ce domaine. Les entreprises agissent principalement sur l'adaptation de leurs pratiques internes, sur le maintien et le retour vers l'emploi et sur la convergence École-Entreprise (+ de 80%). La contribution à la gouvernance et au développement local/territorial s'accroît (71%, soit +14 points depuis 2015). Enfin, le soutien à l'amélioration des conditions de vie des habitant.e.s/citoyen.ne.s/client.e.s progresse légèrement (56%, soit +6 points depuis 2015).

La mise en œuvre de l'engagement reste un challenge pour 1 entreprise sur 3

Parmi les freins à la mise en œuvre de leur engagement, les entreprises pointent le **manque de moyens** (humains et financiers) ainsi que les **résistances culturelles** (traditions, stéréotypes...) et le **manque de visibilité sur la création de valeur future**.

Le niveau de structuration de l'engagement est corrélé :

♦ À la taille de l'entreprise :

les **TPE** moins structurées sur les pratiques internes, l'accès à l'emploi, l'accès aux droits, aux biens et aux services ;

les **grandes entreprises** plus structurées sur l'accès aux droits

♦ Au secteur :

l'Énergie/ Environnement / Construction sont plus structurées sur l'accès aux droits, aux biens et aux services ;

l'Industrie moins structurée sur l'accès aux droits ;

les Autres services moins structurés sur l'éducation.

♦ Au niveau d'engagement avec les Clubs FACE :

les entreprises « **très engagées avec FACE** » sont davantage structurées sur les trois domaines principaux d'engagement (pratiques internes, emploi, éducation) ; celles qui débutent ou n'ont pas de lien avec FACE sont moins structurées.

A word cloud featuring various French terms related to social responsibility and ethics. The words are arranged in a cluster, with 'Responsabilité' and 'Solidarité' being the most prominent. Other terms include 'Respect', 'Emploi', 'Environnement', 'Diversité', 'Engagement', 'Accompagnement', 'Citoyenneté', 'Intégration', 'Proximité', 'Formation', 'Insertion', 'Entraide', 'RSE', 'Discriminations', 'Territoires', 'Ethique', 'Acteur', and 'Partage'.

Partage
Ethique
Discriminations
Territoires
Emploi
Respect
Acteur
RSE
Solidarité
Environnement
Entraide
Handicap
Diversité
Responsabilité
Engagement
Formation
Insertion
Intégration
Proximité
Accompagnement
Citoyenneté

LES RÉSULTATS DÉTAILLÉS



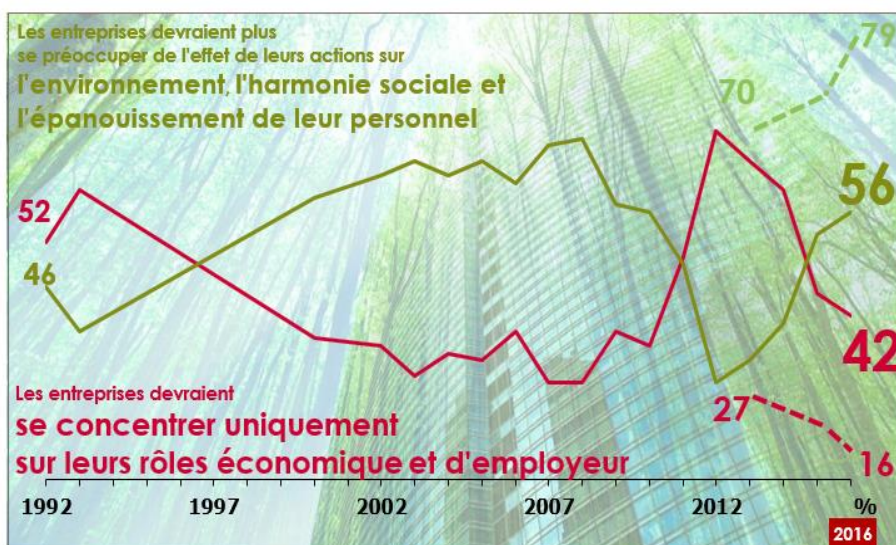
L'apprentissage arrive en tête des sujets de préoccupations pour 59% des acteurs interrogés

- Voici un certain nombre de sujets émergents. Cochez les thèmes qui intéressent ou préoccupent votre entreprise :

L'alternance et l'apprentissage	59%
Le développement durable et sa dimension sociale	45%
Les achats responsables	44%
La fracture numérique et la révolution digitale	42%
La mixité des métiers	41%
Le chômage des jeunes	41%
L'ancrage local	40%
Les liens intergénérationnels (génération Y, Z...)	39%
Les seniors	36%
L'intégration des handicaps physiques et mentaux en entreprise	36%
La citoyenneté, l'entreprise comme acteur du lien social	34%
Les certifications et labels (ISO 26 000, label Lucie, label Diversité, label Egalité...)	33%

L'économie circulaire	28%
Les quartiers prioritaires	24%
L'empreinte sociale et la mesure d'impact social	24%
L'entrepreneuriat social	24%
L'évolution du climat et les précarités énergétiques	24%
Les maladies de longue durée et l'entreprise	21%
Les travailleurs pauvres et/ou précaires	21%
Le fait religieux en entreprise	17%
L'alimentation responsable et la lutte anti-gaspillage	17%
Les questions de mobilité inclusive (travailleurs) et de business inclusif (clients)	13%
L'accompagnement socio-professionnel des réfugié.e.s	9%

BENCHMARK OBSERVATOIRE SOCIOVISION



En 2016, 42% des Français.e.s pensent que les entreprises devraient se concentrer uniquement sur leurs rôles économique et d'employeur tandis que les dirigeant.e.s d'entreprises FACE étaient largement convaincu.e.s du contraire (79%).

Les dirigeant.e.s d'entreprises socialement engagées sont convaincu.e.s du rôle multidimensionnel de l'entreprise. La crise économique a plutôt eu tendance, chez eux, à renforcer cet engagement.

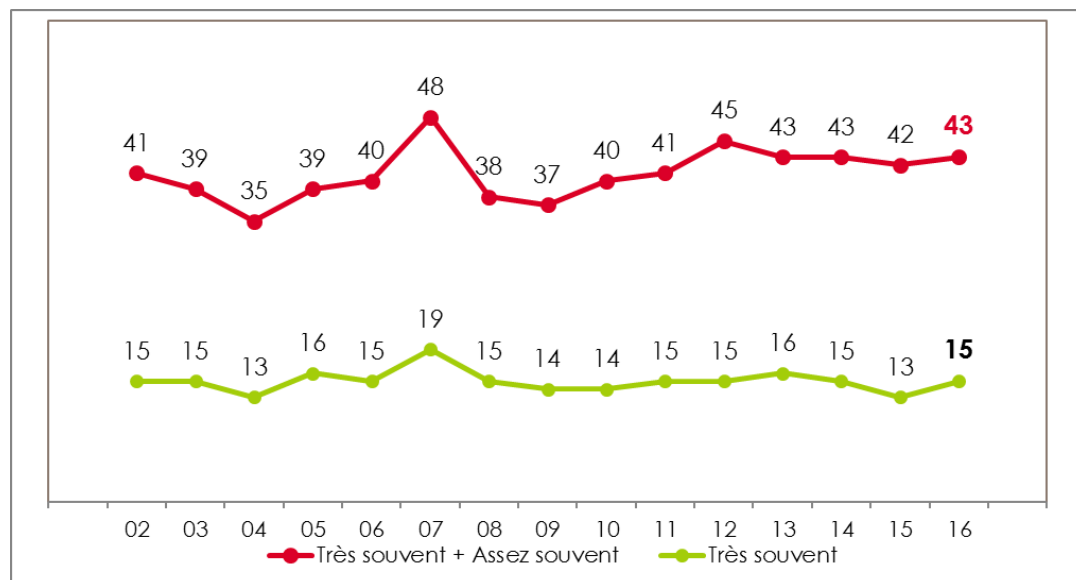
Sur de nombreux sujets, les entreprises FACE devancent les attentes des Français

- Voici un certain nombre de sujets émergents. Cochez les thèmes qui intéressent ou préoccupent votre entreprise :

	OBSERVATOIRE SOCIOVISION	FACE
• Une activité économique respectueuse de l' environnement et de la santé	78	88
• L'égalité des chances entre les femmes et les hommes dans l'entreprise	88	87
• Le renforcement des compétences de tous leurs salariés en nouvelles technologies	80	86
• Le développement de l'emploi dans les territoires où elles sont implantées	75	84
• Le renforcement en continu des compétences des salariés qui le souhaitent pour les aider à développer leur carrière ou à trouver un travail dans ou hors de l'entreprise	79	84
• L'accès des jeunes à l'emploi	85	84
• Des partenariats qui favorisent le développement des PME et des jeunes entreprises innovantes	73	81
• L'équilibre vie privée - vie professionnelle des salariés	56	81
• L'éducation et la formation des jeunes	71	71
• La facilitation de la vie des jeunes parents (départ et retour de congés maternité, crèches, horaires de travail...)	74	70
• L'exemplarité dans le paiement de ses impôts et taxes en France	67	69
• La protection des données personnelles et de la vie privée des clients et des salariés	70	68
• L'encouragement des salariés à entreprendre des projets (entrepreneux, bénévoles...)	48	66
• La facilitation de la vie des salariés aidants familiaux (qui ont en charge un parent ou un enfant dépendant ou malade)	64	65
• Le soutien à des collectivités locales, associations de quartiers, établissements scolaires dans le territoire où elle est implantée (partenariats, sponsoring...)	55	64
• L'encouragement des salariés à pratiquer un sport (accès à des installations, remboursement d'inscription...)	47	52

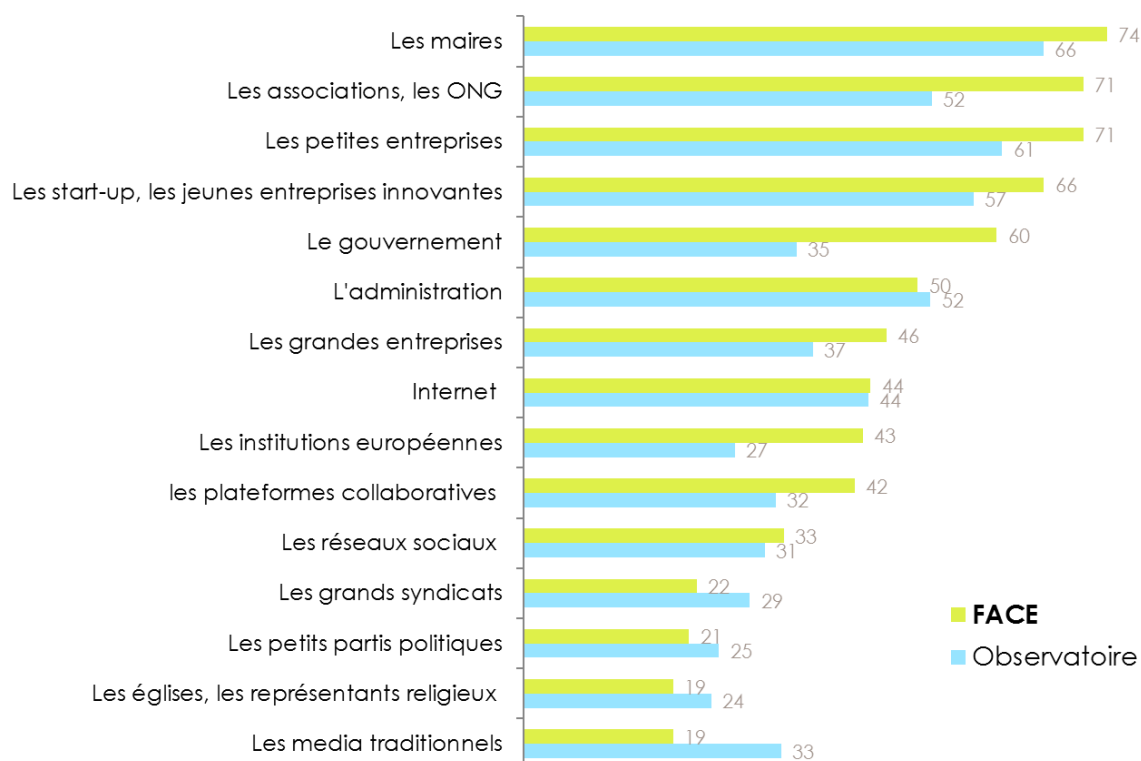
Les dirigeant.e.s d'entreprises FACE sont plus sensibles aux débats politiques...

- Avec mes proches, il nous arrive de parler politique :



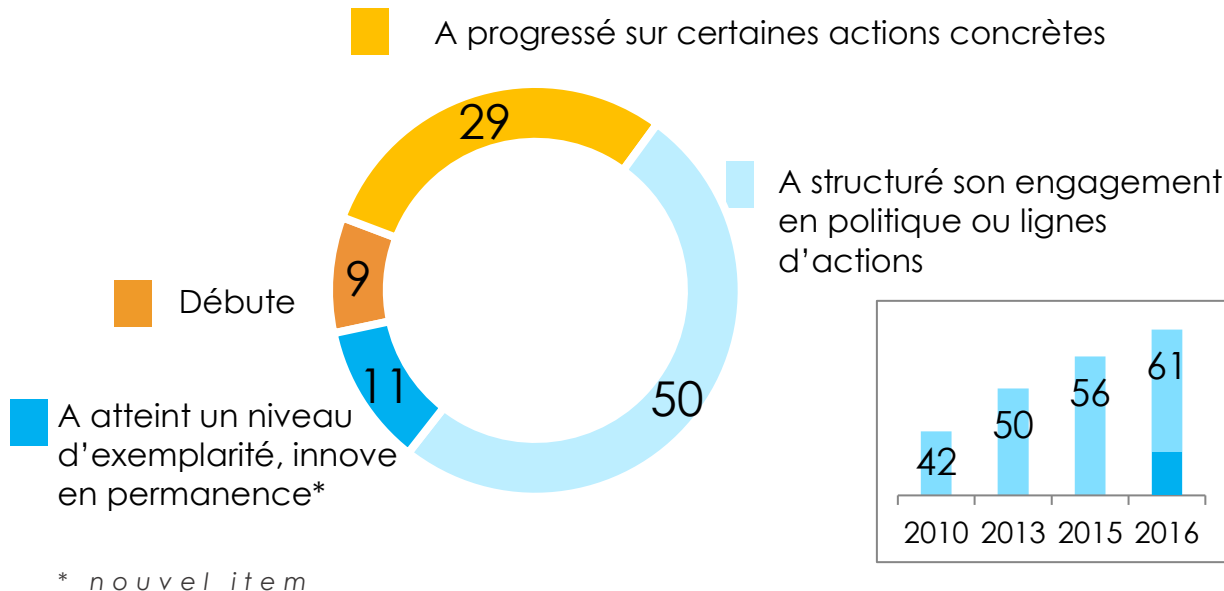
	FACE
ST OUI	93
Très souvent	28
Assez souvent	31
De temps en temps	34
Rarement ou jamais	5

...et sont globalement plus convaincu.e.s de l'apport des institutions



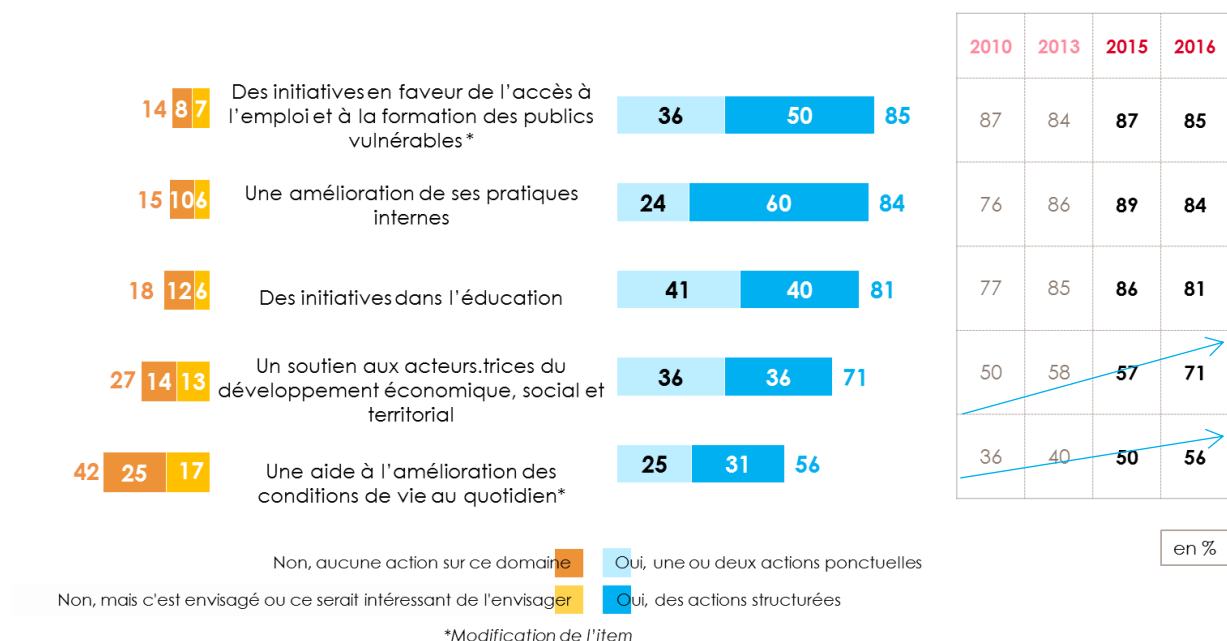
L'engagement des entreprises FACE plus structuré, voire exemplaire pour 6 entreprises sur 10

- A propos d'engagement social et sociétal, diriez-vous que votre organisme ou entreprise :



3 domaines principaux d'engagement : Emploi-Formation, Pratiques internes et Éducation

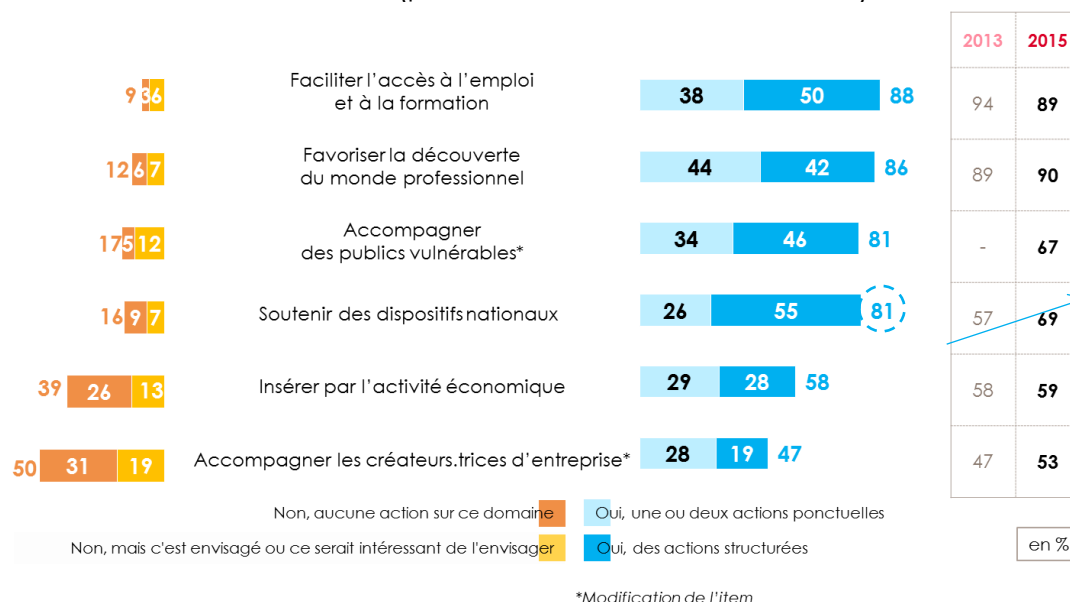
- Domaines d'engagement (pas nécessairement avec FACE)



Accès à l'emploi et la formation

L'accompagnement des publics vulnérables et le soutien aux dispositifs nationaux en progrès

- À propos de l'accès à l'emploi, votre organisme ou entreprise est-il engagé dans le ou les domaines suivants (pas nécessairement avec FACE) ?



Amélioration des pratiques sociales internes

Pour la majorité des entreprises, des actions déjà bien structurées

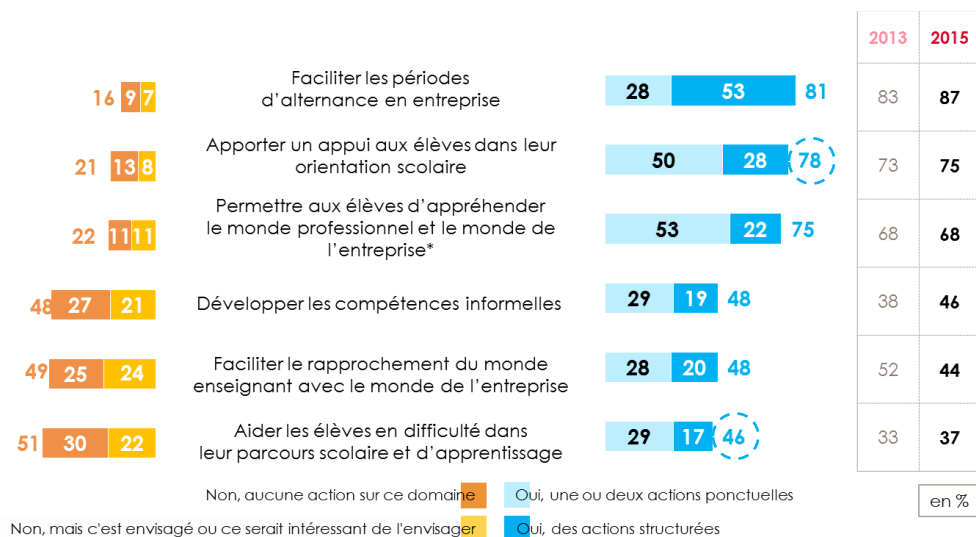
- À propos de l'amélioration des pratiques internes, votre organisme ou entreprise est-il engagé dans le ou les domaines suivants (pas nécessairement avec FACE) ?



Education

L'alternance et l'appui à l'orientation des élèves se déploient ; le rapprochement avec les enseignant.e.s est moins installé

- À propos des initiatives dans l'éducation, votre organisme ou entreprise est-il engagé dans le ou les domaines suivants (pas nécessairement avec FACE) ?

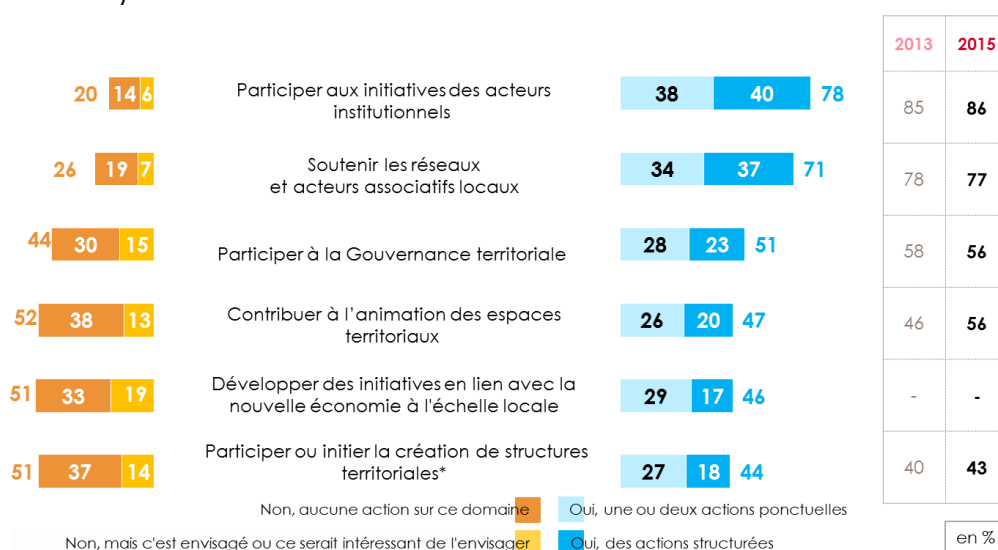


*Modification de l'item

Territoires et Développement local

L'implication des entreprises dans la gouvernance locale concerne principalement le soutien aux initiatives et aux réseaux

- À propos du développement économique, social et territorial, votre organisme ou entreprise est-il engagé dans le ou les domaines suivants (pas nécessairement avec FACE) ?

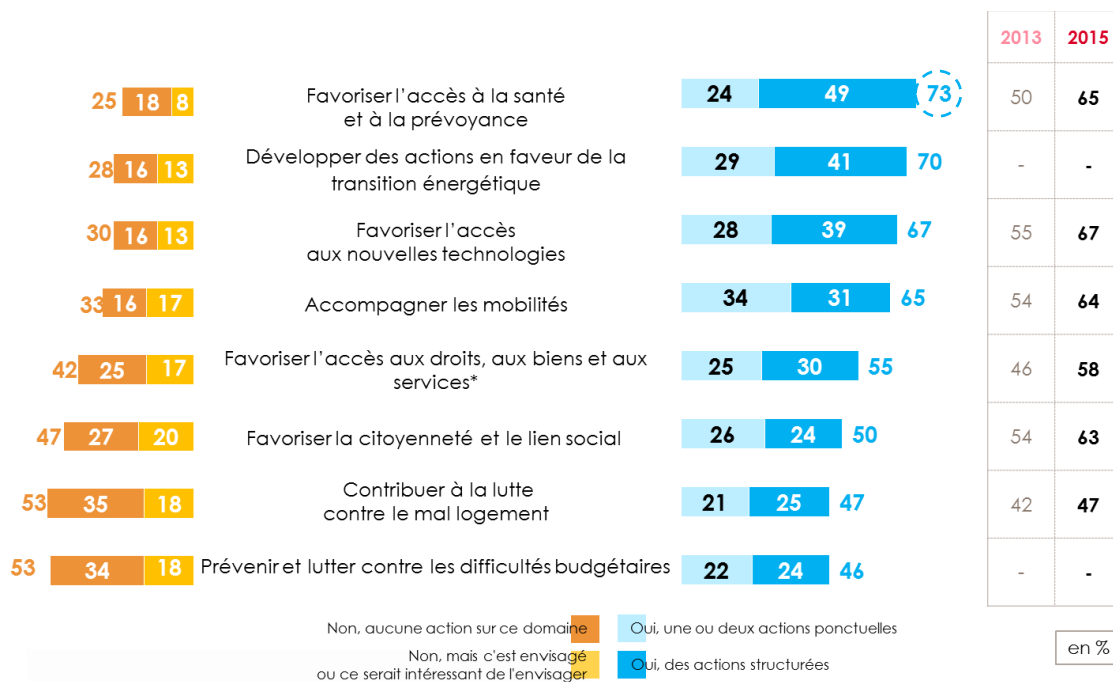


*Modification de l'item

Accès aux droits, aux biens et aux services

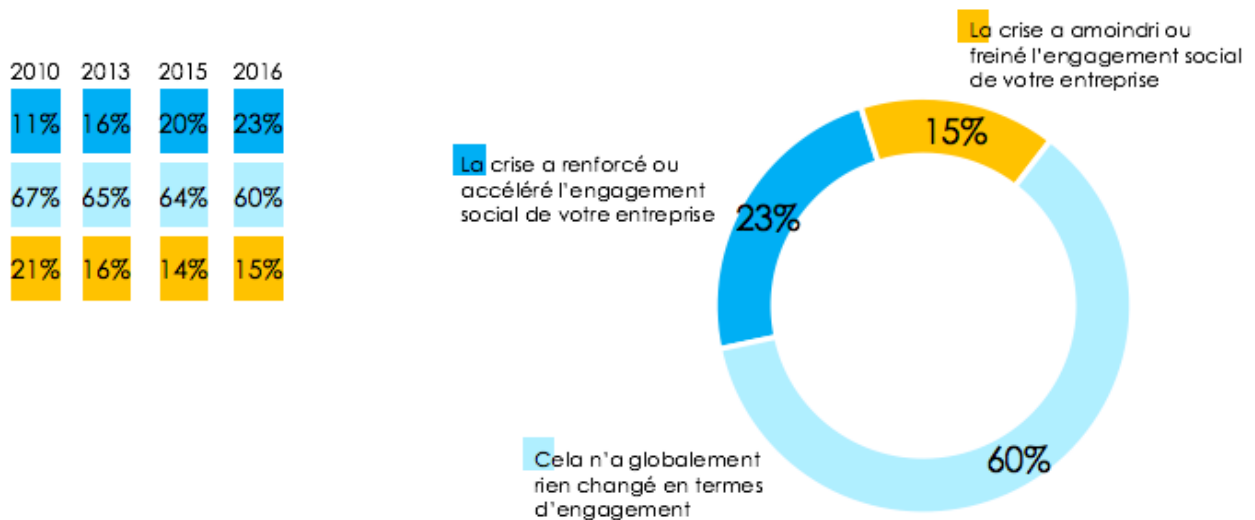
Santé-Prévoyance, Précarité énergétique, Accès au numérique et Soutien des mobilités s'installent parmi les actions menées

- À propos de l'aide à l'accès aux droits, aux biens et aux services, votre organisme ou entreprise est-il engagé dans le ou les domaines suivants (pas nécessairement avec FACE) ?



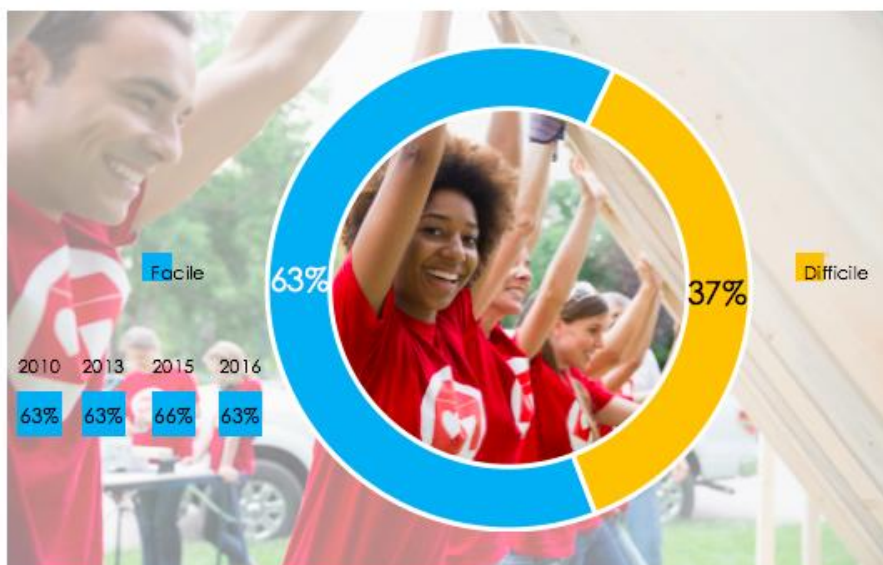
Un effet positif de la crise sur le renforcement de l'engagement des entreprises

Deux fois plus d'entreprises déclarent une accélération de leur engagement malgré la crise



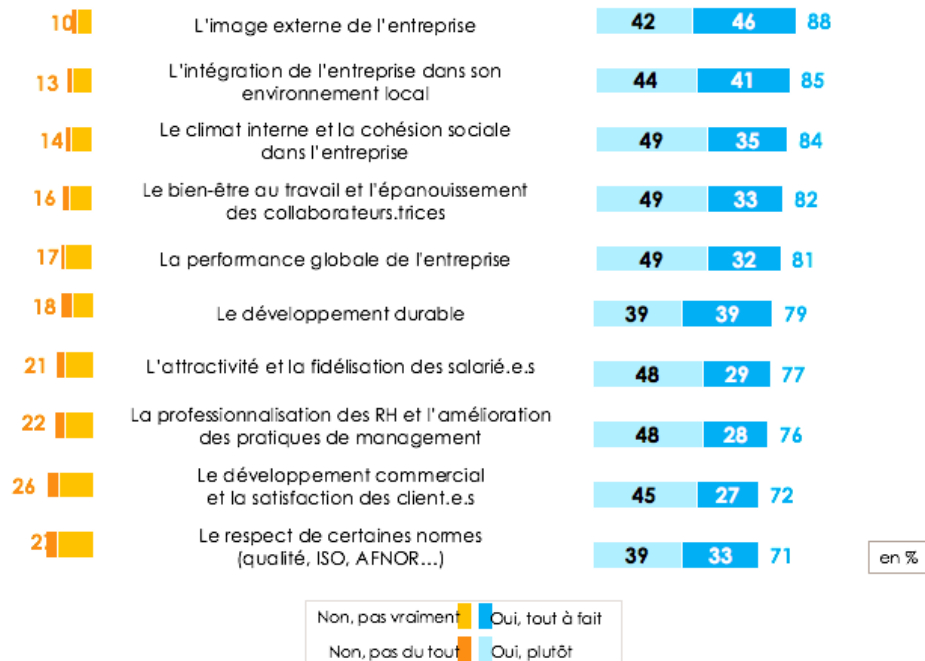
La mise en œuvre des engagements sociaux et sociétaux

- Au global, diriez-vous que la mise en œuvre de l'engagement social et sociétal de votre organisme ou entreprise est plutôt facile ou plutôt difficile ?



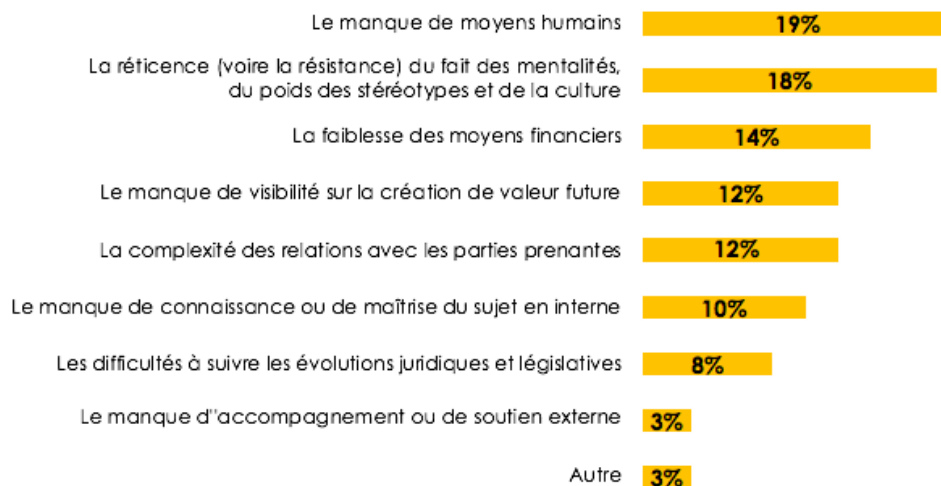
Des responsables engagés et convaincus par la valeur ajoutée de démarches RSE

- L'engagement social et sociétal de votre organisme ou entreprise contribue favorablement à :



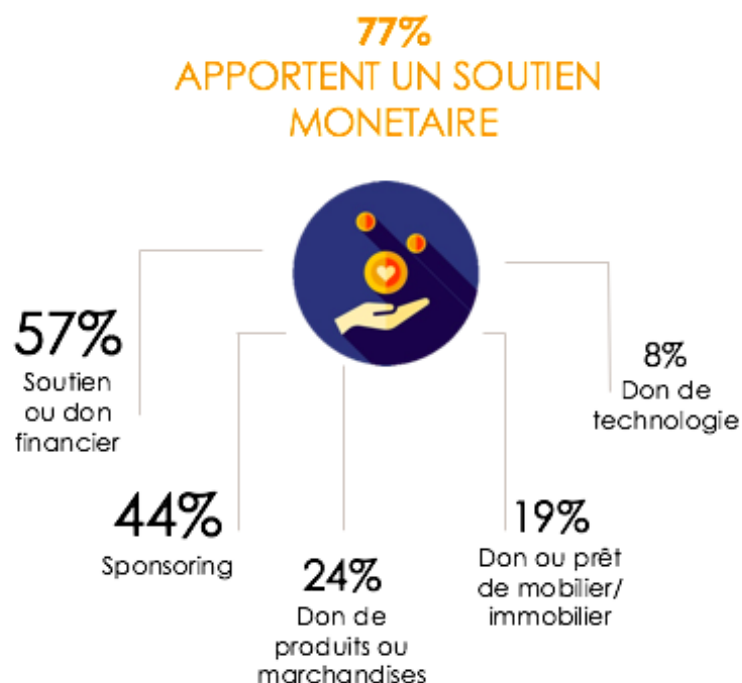
Le manque de moyens humains et les réticences socio-culturelles freinent l'engagement social & sociétal

- Hormis le manque de temps, quel est le principal frein que vous rencontrez dans la mise en œuvre de cet engagement social et sociétal ? (*plusieurs choix possibles*)

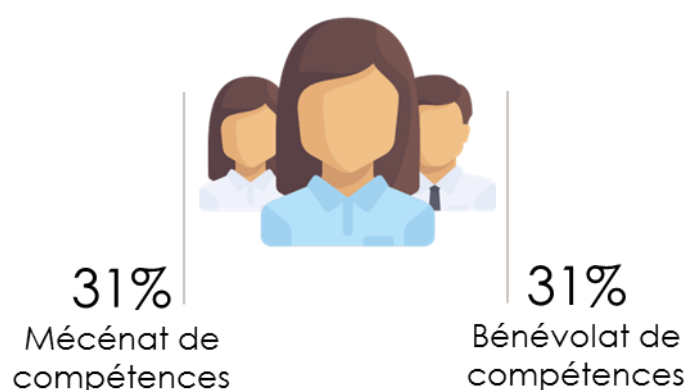


La palette des dispositifs philanthropiques mobilisés par les entreprises FACE

- Parmi les dispositifs suivants, cochez ceux qui existent dans votre entreprise ou organisme :



MISE A DISPOSITION DE SALARIÉ.E.S : 44%

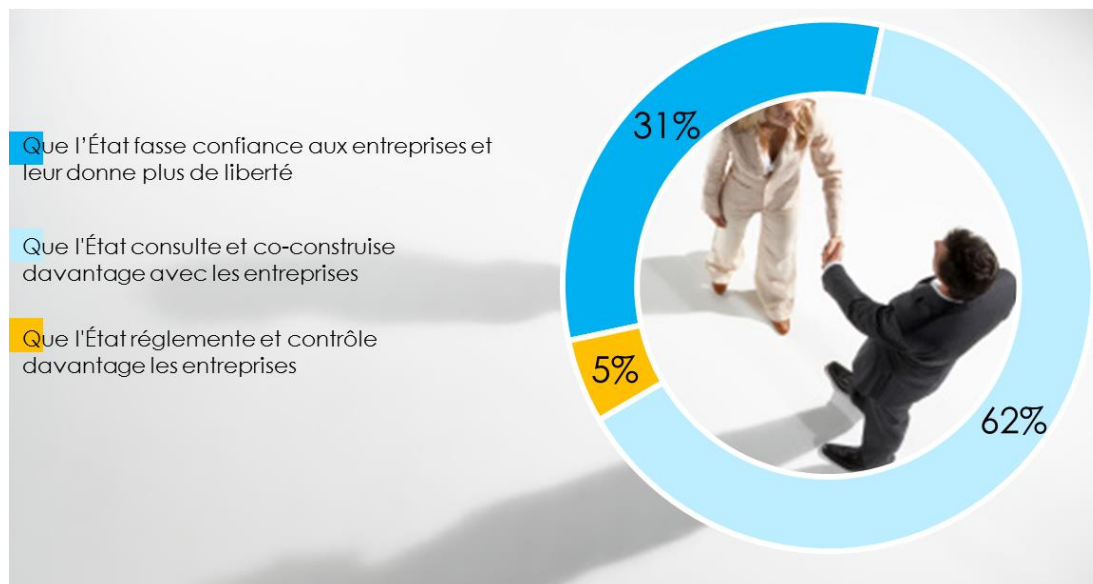


ACTUALITÉS 2017 : QUELLE PLACE POUR LES ENTREPRISES ?



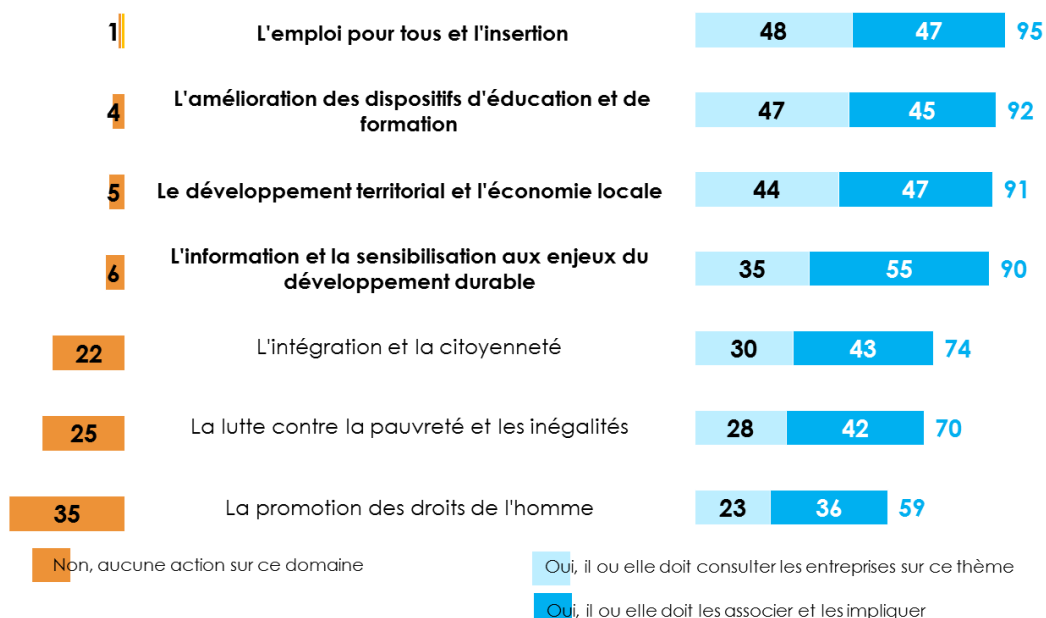
La co-construction État-Entreprises est majoritairement attendue pour faire face aux difficultés économiques françaises

- De manière générale, pour faire face aux difficultés économiques (compétitivité, chômage...), pensez-vous qu'il faut... ?



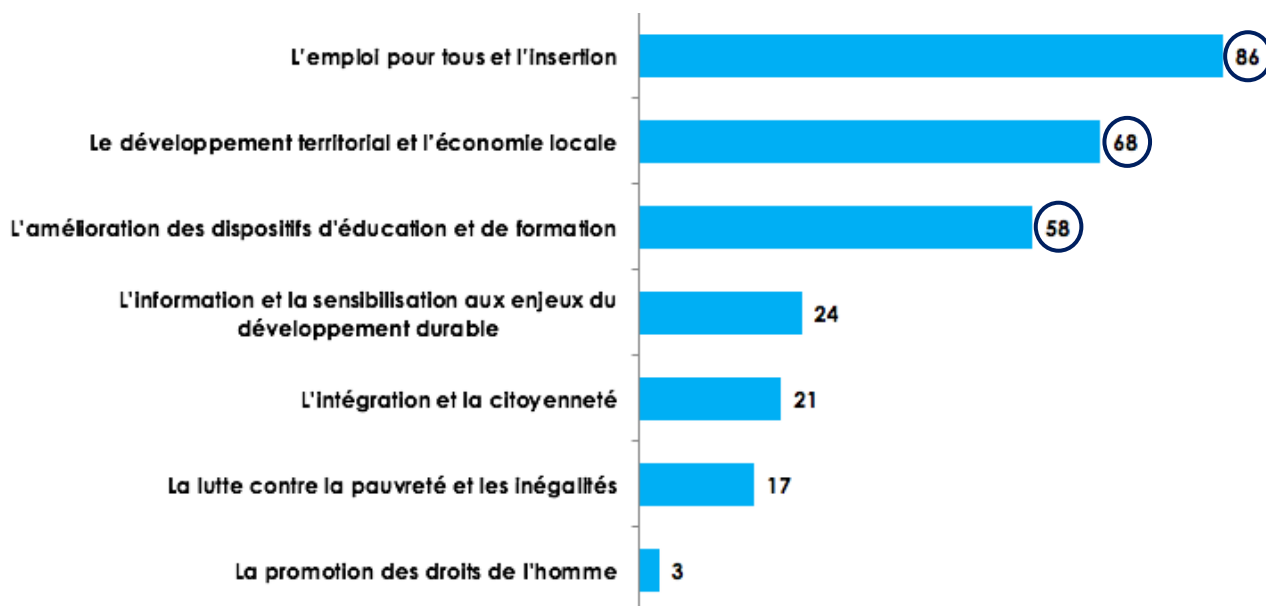
4 axes sont privilégiés parmi les attentes des entreprises pour le nouveau quinquennat

- Pour chacun des domaines suivants, dites si, selon vous, le ou la futur.e président.e élu.e en 2017, ou le ou la futur.e chef.fe de gouvernement, doivent consulter et associer les entreprises ?



Emploi-Insertion, Développement économique local, Éducation-Formation sont les 3 thèmes sur lesquels les entreprises ont le plus à apporter à la société

- Et parmi cette même liste, quels sont les trois thèmes sur lesquels les entreprises ont le plus à apporter ?

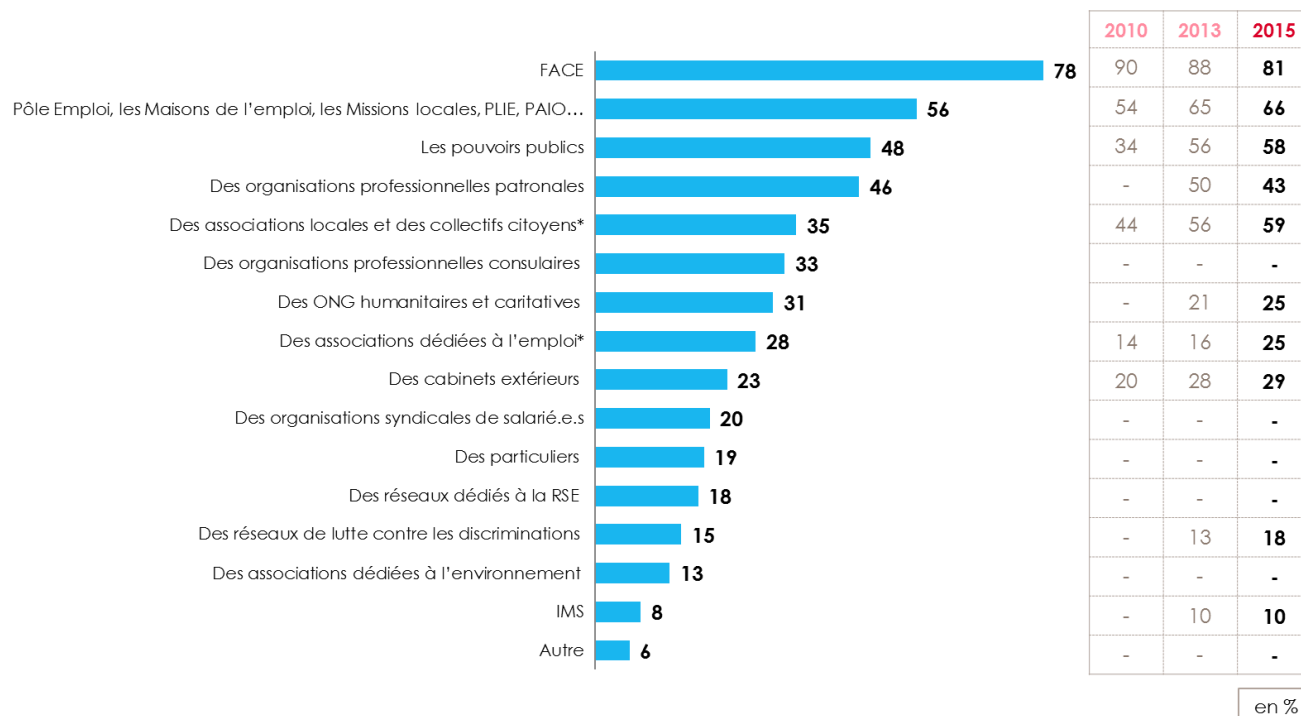


LE PARTENARIAT AVEC FACE



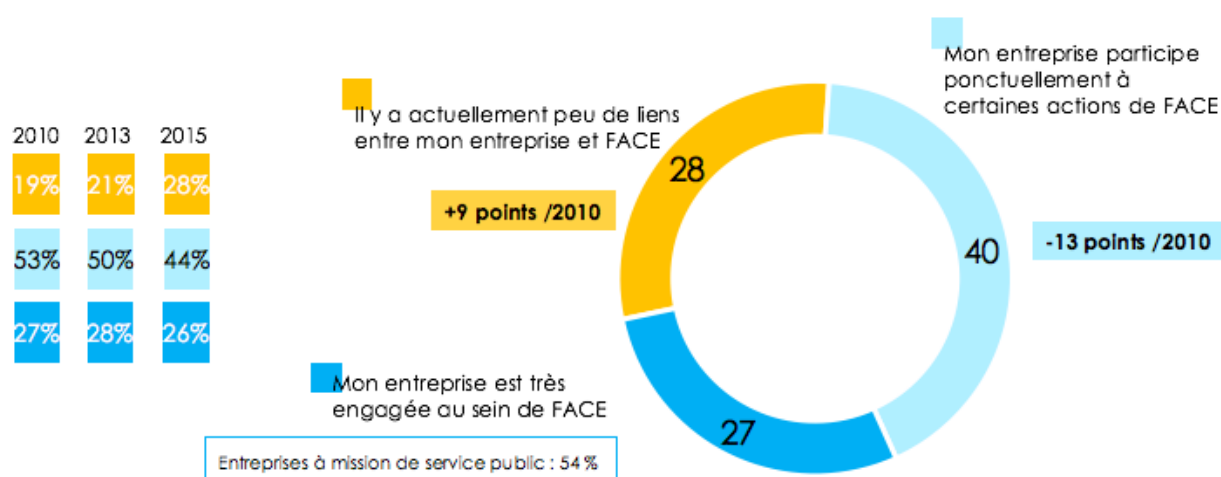
FACE reste le principal partenaire des entreprises interrogées

- Parmi les acteurs suivants, qui sont les partenaires de votre entreprise en matière d'engagement social et sociétal ?



Un quart des entreprises sont très engagées auprès du Club d'entreprises FACE le plus proche

72% des entreprises restent (très) engagées avec FACE



Remarque : 20% des répondant.e.s au questionnaire ont accédé au questionnaire via un lien ouvert diffusé en dehors du réseau des entreprises FACE. Autrement dit, seuls 8% des entreprises FACE sont peu actives dans le réseau.

Le partenariat avec FACE permet principalement les rencontres et renforce les projets corporate

- Le partenariat avec FACE a PERMIS de :

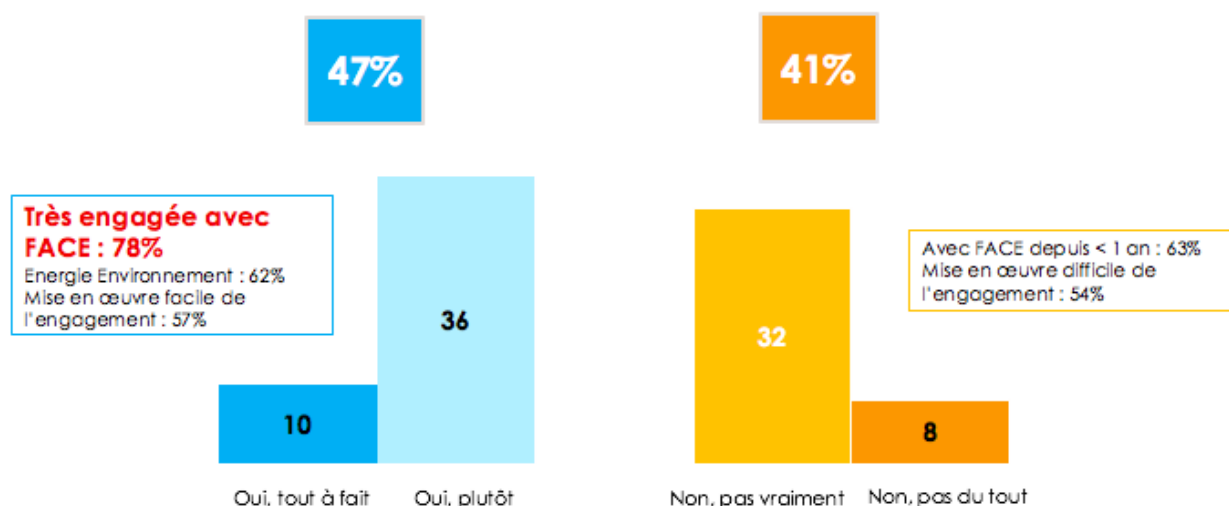
		2010	2013	2015
Rencontrer d'autres professionnel.le.s, partager des idées et confronter des pratiques*	67	-	81	76
Développer votre réseau, agir collectivement avec d'autres entreprises et les acteurs locaux*	62	-	76	71
Renforcer l'identité, le projet et les valeurs de votre entreprise	57	-	66	63
Contribuer aux politiques territoriales et au développement local	56	48	60	61
Valoriser la marque employeur et l'image de votre entreprise en externe	54	60	61	61
Favoriser la veille et l'innovation sociale	48	-	51	56
Développer la fierté d'appartenance et la mobilisation de vos collaborateurs.trices	48	-	43	49
Faciliter la mise en œuvre de la RSE au sein de votre entreprise	46	-	45	48
Contribuer au développement et à la performance économique et sociale de votre entreprise	37	-	41	44

*Modification de l'item

en %

Le partenariat avec FACE contribue à l'efficacité économique des structures

- Diriez-vous que, au global, votre partenariat avec FACE a un impact économique positif (retour sur investissement, coûts évités, bien-être des salarié.e.s et productivité...) ?



TÉMOIGNAGES DES DIRIGEANT.E.S D'ENTREPRISES FACE

Nous avons interrogé des entreprises membres du réseau FACE sur la teneur de leur partenariat avec FACE et sur leur perception de l'utilité d'une enquête barométrique portant sur l'engagement social et sociétal des entreprises.

La parole est à eux !



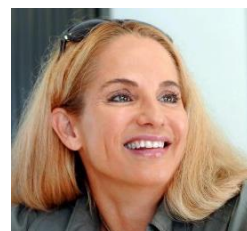
En tant que Président de FACE Somme, j'ai le sentiment de participer à une dynamique de réseau d'entreprises qui s'engagent au quotidien pour notre société. Mon entreprise a notamment développé un partenariat avec FACE SOMME quant à l'accompagnement des migrants. Nos actions s'inscrivent dans l'accompagnement de FACE pour ce public, mais aussi dans le relais mis en place par exemple dans les actions de parrainage.

Ce baromètre est une manière de rendre visible l'engagement des entreprises qui comme la mienne s'est engagée aux côtés de FACE. Je suis convaincu de l'utilité d'un tel baromètre. En tant que TPE, nos actions réalisées permettant d'apporter un soutien ou une réponse à toutes formes d'exclusion ne sont pas suffisamment relayées. Notre implication, notre investissement ne sont pas toujours connus de nos clients et institutionnels.

Michel Rival, Président du **Club FACE SOMME &**
Président chez **REALCONSEIL**

Présidente du Club FACE Hérault, je suis très attachée à ce que nous inscrivions nos actions en réponse aux besoins de notre territoire et des parties prenantes qui le composent. Fondatrice de mon entreprise ILO, il me paraît primordial de contribuer à une dynamique impliquant l'ensemble des acteurs économiques locaux pour un développement responsable. Cela passe par le fait de faire connaître et d'accompagner les entreprises dans leurs démarches de RSE. Nous avons mis en place, dans ma propre entreprise, une démarche environnementale, égalité professionnelle femme-homme, nous promouvons la diversité et le bien-être au travail. Une entreprise doit être au service de toutes ses parties prenantes et je me réjouis que beaucoup d'entreprises du territoire adoptent des démarches similaires, voire se joignent à notre combat contre l'exclusion.

Je trouve, par exemple sur la question des discriminations, que le monde de l'entreprise a beaucoup évolué ces dernières années... mais il reste beaucoup à faire dans cette sphère comme dans la société en général. Je pense que les études qui notamment visent à mesurer la progression des acteurs économiques sur les sujets de mise en œuvre de la responsabilité sociale de l'entreprise et de la lutte contre l'exclusion, ne peuvent que nous aider à agir. Elles peuvent nous servir de guide pour développer des actions toujours plus en adéquation entre les besoins locaux sociétaux et les préoccupations des entreprises.



Clare Hart, Présidente du **Club FACE HERAULT &**
Présidente chez **ABC-ILO**

La création de la Fondation Legrand, Générateur d'autonomies traduit un engagement de long terme du groupe Legrand pour réduire durablement les inégalités énergétiques, en particulier pour les populations les plus précaires. Elle manifeste aussi sa volonté d'être un moteur pour l'ensemble de la filière électrique. Cette action, nous n'entendons pas la mener seuls. C'est pourquoi nous avons créé la Fondation Legrand sous l'égide de FACE. Aux côtés de FACE, et avec l'implication de collaborateurs du Groupe, nous apportons ainsi une aide à ceux qui sont exclus, défavorisés ou discriminés. FACE est donc un partenaire privilégié dans la mise en place et le soutien d'actions simples et de proximité, ancrées dans le tissu local français. L'utilité est de mesurer la manière dont évoluent les choses. Il est en effet surprenant de voir que le pourcentage d'entreprises qui s'engagent socialement augmente de manière significative et en cela, c'est très positif.

Le baromètre fait remonter des habitudes ou des besoins identifiés au sein des entreprises sollicitées et permet donc à FACE de proposer des projets ad hoc pour le DAS « Territoires » qui sont ensuite déclinés au niveau local par les Clubs FACE qui sont au quotidien en contact avec les entreprises localement. Tout ceci permet donc de « boucler la boucle » tout en passant par une consolidation au niveau national.



Muriel Inizan, Présidente du **Club FACE LIMOUSIN &**
Chargée de projets et de partenariats Développement Durable chez **LEGRAND**

Depuis l'origine du club FACE Vosges, nous travaillons sur différentes thématiques. FACE nous permet de mettre en place des actions concrètes dans le domaine de la RSE. Cela passe, en premier lieu, par l'implication de notre personnel dans les actions : participation au match pour l'emploi, implication dans l'accompagnement des demandeurs dans la réalisation des CV Vidéo, accueil de demandeurs d'emploi dans le cadre des FACE à FACE... Plus particulièrement, nous avons porté des actions dans les quartiers, auprès des habitants pour faire de l'éducation autour de nos métiers. Ces actions ont été menées conjointement avec FACE Vosges et un autre acteur du club qui est Vosgelis, le principal bailleur du département des Vosges. Pour terminer, nous valorisons en permanence notre implication au sein de FACE dans tous nos dossiers d'appel d'offre public.

L'utilité d'une enquête barométrique sur « l'engagement social-sociétal des entreprises sur les territoires » est essentielle afin de promouvoir les actions menées par les entreprises. Certaines entreprises se lancent seules dans des actions de RSE mais avec des périmètres d'intervention relativement limités. Les actions menées avec FACE se font à l'échelle d'un territoire ce qu'une entreprise ne peut faire seule. Les idées produites par un club FACE sont produites à plusieurs et avec l'ensemble des acteurs qu'ils soient publics ou privés. La promotion via une enquête barométrique doit permettre de faire émerger des idées nouvelles et surtout que d'autres entreprises nous rejoignent pour ensemble porter et développer des actions dans le domaine de la RSE et développer ce grand réseau d'entreprises.



Walter MEYER, Président du **Club FACE VOSGES &**
Directeur Métiers et Performance Est chez **SUEZ EAU France**

Nos deux entreprises ont la particularité d'être des entreprises adaptées, c'est-à-dire que 80% de notre personnel de production est reconnu travailleur-handicapé. On travaille principalement dans le domaine de l'aéronautique, de l'ajustage, du perçage, de l'alliage pour des fonderies qui sont hors aéronautique aussi. L'entreprise a été créée en 1988 à l'arrêt de la sidérurgie pour reclasser d'anciens travailleurs qui ne trouvaient pas de travail. Pour certains, personne n'en voulait parce qu'ils avaient un handicap. Est née l'idée de ce qui s'appelait alors des ateliers protégés et STS est née comme cela pour protéger et insérer les travailleurs handicapés. On a participé à la création du Club FACE Aveyron puisqu'on a un métier technique mais aussi un métier social. Nous avons adhéré à la vision sociale de FACE qui correspondait à notre ADN.

Lors de journées portes ouvertes sport-entreprise, on a présenté le handicap et comment insérer les gens. C'était aussi montrer aux entreprises que le handicap ce n'est pas que des fauteuils roulants. Le handicap n'est pas toujours visible et c'était, du coup, l'opportunité d'expliquer notre fonctionnement et notre vision.

Quant au Baromètre, c'est intéressant d'aller voir ce qui se fait dans d'autres secteurs. Je pense que ce type d'étude peut être utile car ces problématiques prennent de plus en plus d'ampleur. La RSE est au cœur déjà des grandes entreprises et petit à petit, ça va descendre dans les PME. Comment l'aborder ? Le Baromètre nous en donnera une idée.



Stephan Mazar, Administrateur du **Club FACE AVEYRON &**
Gérant chez **STS**

C'est en 1996, à l'âge de 21 ans, animée par une forte conviction du mieux vivre ensemble, que j'ai fait l'heureuse rencontre de Face à Marseille. Je participe ainsi à la création puis à la direction de nombreuses structures locales. C'est au travers de ma mission de développement national que je fais la rencontre d'AG2R LA MONDIALE. Très vite, le groupe devient certes Fondateur au niveau national, mais aussi acteur et partenaire de l'accompagnement des personnes âgées fragiles au niveau local.

Je suis aujourd'hui de l'autre côté de la barrière, côté entreprise et toujours animée par les mêmes valeurs et le même engagement au sein du Groupe AG2R LA MONDIALE. Je suis intimement convaincue que nous pouvons encore fortement améliorer la fertilité des territoires par des synergies entre les différents acteurs : entreprises, associations, politiques, habitants... au service du « mieux vivre et du grandir ensemble » ! Selon moi, la magie de Face reste l'approche globale et personnalisée dans un écosystème donné.

C'est donc ensemble que FACE et AG2R LA MONDIALE soutiennent à l'échelle nationale et territoriale, le développement de projets à fort impact tels que les « *Job Academy* » au sein desquelles des collaborateurs d'entreprises et de nombreux jeunes dirigeants s'engagent pour faciliter le retour à l'emploi des plus fragiles, mais aussi des « CV Vidéo » qui apportent certes une touche moderne et digitale au CV mais aussi et surtout un travail inestimable sur l'estime de soi et une lecture décomplexée et puissante de la diversité, contrairement au CV anonyme. C'est donc ainsi, que chaque année, nous accompagnons des centaines de personnes vers l'emploi !

Pourquoi ce baromètre ? Il nous permet non seulement de rendre visible toutes ces actions et de montrer la nature de leur impact, mais aussi de démontrer la fertilité et la pertinence de la collaboration, à l'échelle d'un territoire, entre acteurs institutionnels, économiques, associatifs... Il est également être un levier efficace pour changer les représentations et œuvrer dans le domaine de la diversité, de l'exclusion et contre les discriminations et la pauvreté. C'est un véritable outil, un encouragement à poursuivre avec ardeur notre engagement et nos actions.



Malika IDRI, Présidente du **Club FACE Sud Provence &**
Responsable Régionale Engagement social chez **AG2R LA MONDIALE**

LE PROFIL DES RÉPONDANT.E.S AU BAROMÈTRE 2016

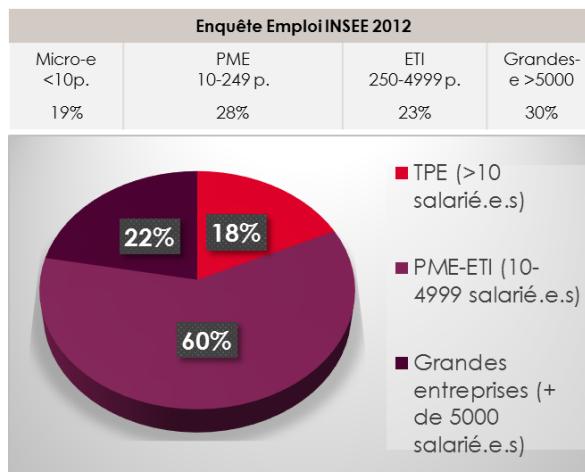


Un échantillon varié d'entreprises et d'organisations

TYPE D'ORGANISME OU D'ENTREPRISE

ENTREPRISE (TPE-PME-ETI-Grande entreprise)	70%
<i>Dont : Entreprise avec mission ou délégation de service public</i>	17%
INDEPENDANT, PROFESSION LIBERALE	4%
ENETREPRISES DE L'ESS, ONG, ASSOCIATIONS	16%
ETAT, COLLECTIVITE LOCALE, SERVICES PUBLICS OU PARAPUBLICS	8%
AUTRE	2%

NOMBRE DE SALARIÉ.E.S



TRAVAILLE AU NIVEAU :

Filtre : 232 répondants en entreprise comprenant plusieurs établissements, sites, entités, soit 56% de l'échantillon

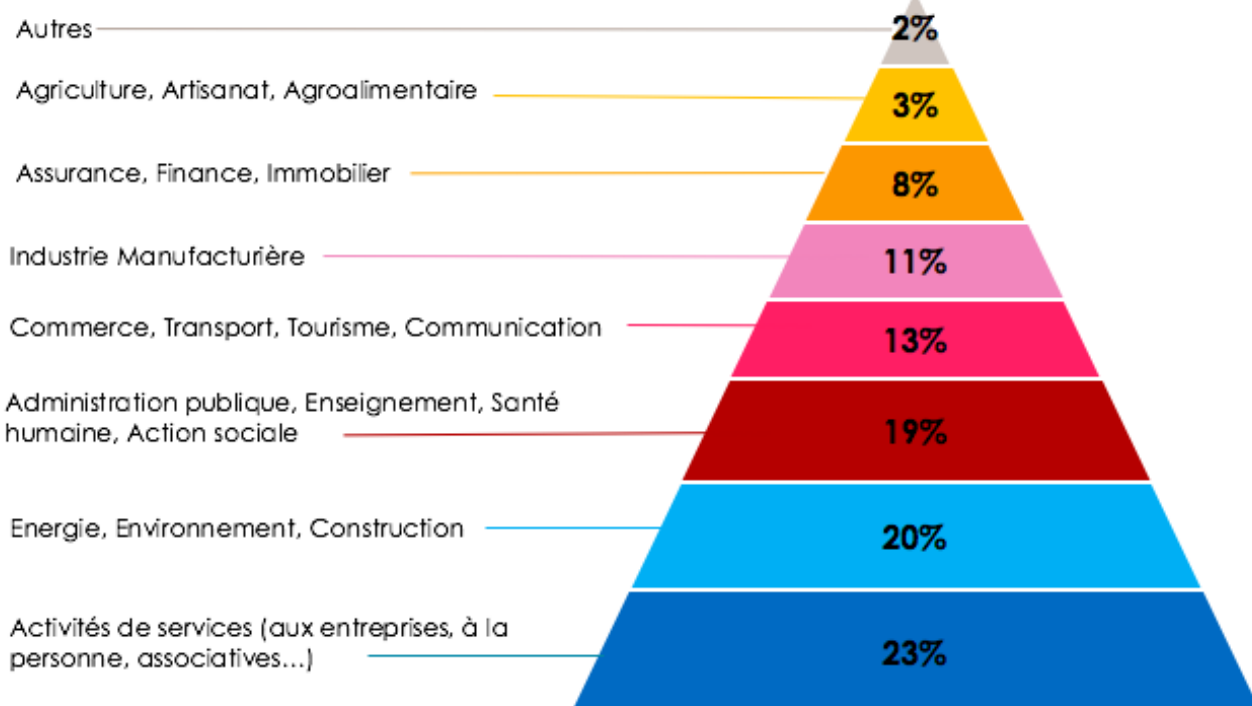
DU GROUPE

52%

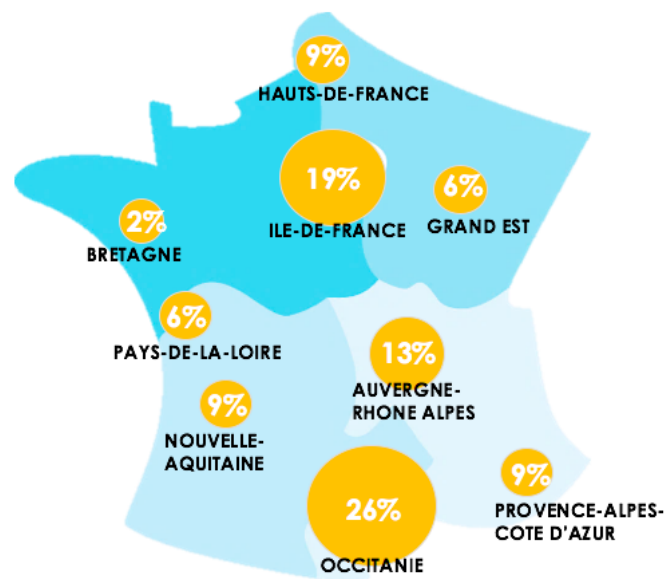
D'UN ETABLISSEMENT,
SITE, ENTITE, FILIALE

48%

SECTEUR D'ACTIVITÉ

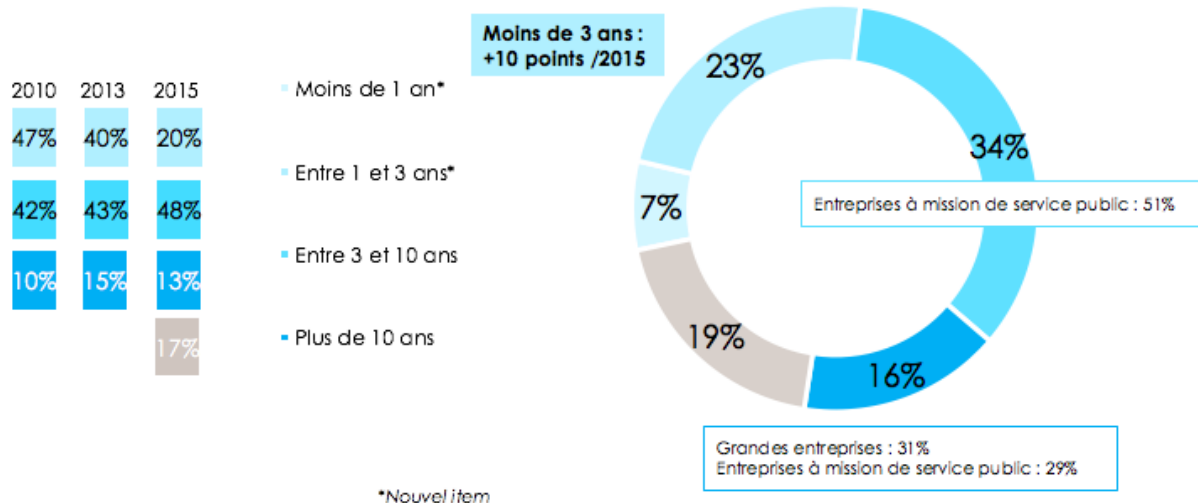


Territoires : 4 répondant.e.s sur 5 sont en régions



Un partenariat avec FACE de longue date pour certaines entreprises, plus récent pour d'autres

- Depuis combien de temps votre organisme ou entreprise est-il engagé.e avec FACE ?



Le profil-type : une femme ou un homme diplômé.e de plus de 40 ans...

RÉPARTITION PAR SEXE

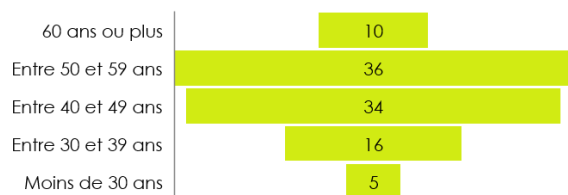


52%

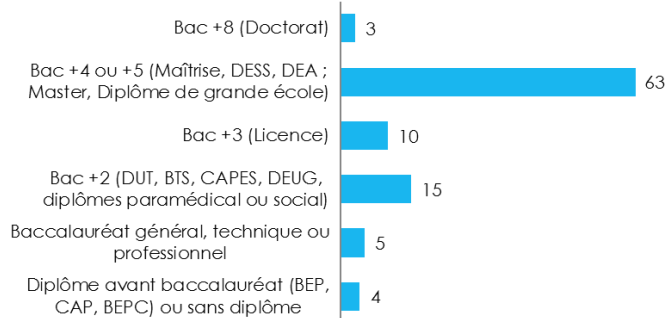


48%

AGE



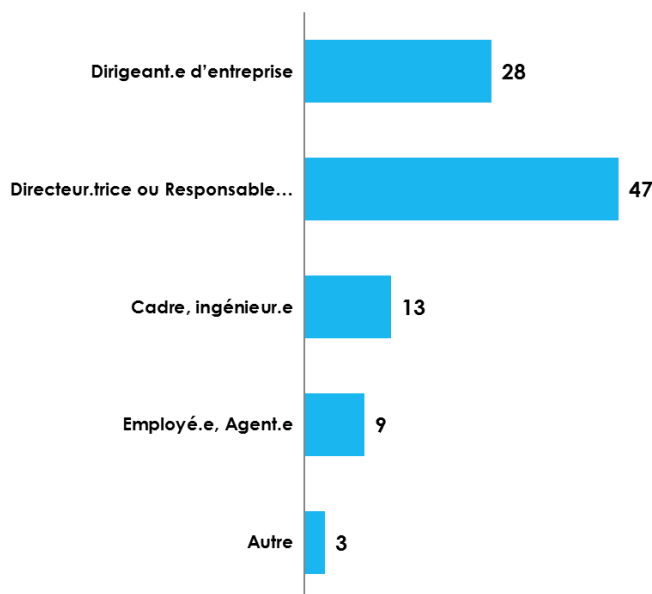
ETUDES



Résultats en %

...dirigeant.e et manager.euse

POSTE OCCUPÉ



en %

FACE :

QUI SOMMES-NOUS ?

FACE est une **Fondation Reconnue d'Utilité Publique** depuis 1994 et Fondation abritante depuis 2013. Créée par 13 grands groupes français, aujourd'hui 16 fondateurs et initiée par Martine Aubry, elle sensibilise, mobilise, accompagne et implique les entreprises autour des **5 Domaines d'Activité Stratégique** dans l'unique but de **prévenir** et de **lutter contre toute forme d'exclusion**, de **discrimination** et de **pauvreté**. Organisée en Réseau (une centaine de structures, 426 sites d'action, 446 collaborateurs), FACE rassemble **5.650 entreprises** de toutes tailles et tous secteurs et travaille en coopération avec de multiples parties prenantes (associations, institutions, personnalités...). FACE est présidée depuis 2008 par Gérard Mestrallet, Président du CA d'ENGIE.



LES CHIFFRES CLÉS

1 Fondation Reconnue d'Utilité Publique
Plus de **5.650** entreprises mobilisées
143 structures locales
426 sites d'action
54 fondations sous égide
+ de **295.000** bénéficiaires par an
& **de nombreux** grands projets

CONTACT :

Fondation Agir Contre l'Exclusion

361 avenue du Président Wilson
93200 Saint-Denis La Plaine – FRANCE

Tél. : 01 49 22 68 68

Fax : 01 49 22 59 55

Camille PHE

c.phe@fondationface.org

www.fondationface.org