

# CUSTOMER SUCCESS STORY N°2

## Crédit Agricole Assurances

### Comment un thème de mécénat est-il devenu un thème stratégique pour l'entreprise ?



Aidant

L'aidant familial est «la personne non professionnelle qui vient en aide à titre principal, pour partie ou totalement, à une personne dépendante de son entourage, pour les activités de la vie quotidienne.

Cette aide régulière peut être prodiguée de façon permanente ou non et peut prendre plusieurs formes, notamment : nursing, soins, accompagnement à l'éducation et à la vie sociale, démarches administratives, coordination, vigilance permanente, soutien psychologique, communication, activités domestiques, ... ».

Source : Confédération des organisations familiales de l'Union européenne

#### TAGS

Mécénat  
Aidants  
RSE  
Collaboration  
Innovation

8,3

millions  
d'aidants.  
50% ont une  
activité salariée

## CONTEXTE

**2010 : Volonté d'identifier un thème de mécénat cohérent avec le métier de Crédit Agricole Assurances (CAA).**

**Exigence :** Le thème de mécénat devait avoir un lien avec le métier d'assureur de CAA et avec la réalité opérationnelle des collaborateurs et le positionnement du Groupe CA.

**Démarche :** Identification et mobilisation des parties prenantes clés de l'entreprise (Salariés, Caisses Régionales, Actionnaires, Comités de direction des principales filiales (vote), Fédération Nationale du Crédit Agricole, Crédit Agricole S.A.), participation au travers de réunions et d'ateliers en province ou en interne pour les salariés, recueil des réactions sur des pistes identifiées en amont, convergence des avis.

**Résultats :** Identification du thème « aide aux aidants ». Validation de l'ambition nationale de soutenir les projets locaux d'association agissant en faveur des aidants.

**2011 : Mise en œuvre de la démarche de mécénat, Lancement du 1<sup>er</sup> appel à projets (AAP) en faveur des aidants bénévoles et familiaux.**

**Méthodologie :** Réalisation d'une cartographie sur le thème des aidants, constitution d'un dossier d'appel à projets, conception des outils d'analyse des dossiers (critères éliminatoires et d'appréciation), annonce de l'AAP auprès du grand public et des structures spécialisées, instruction des dossiers, présélection de 30 associations, choix des projets à financer lors du comité de sélection (société civile + Crédit Agricole), annonce des résultats aux associations (juillet).

**Budget :** 300 K€

# CUSTOMER SUCCESS STORY N°2

Crédit Agricole Assurances

Plus de **1000 dossiers** reçus (en 5 ans)  
Une **centaine de projets financés** par CAA  
**1,5 millions d'euro** distribués

**Co-construction d'actions en faveur des salariés, des clients, et de la société civile :**  
Service d'accompagnement pour faciliter la vie professionnelle et personnelle des collaborateurs aidants, sensibilisation des Ressources Humaines (RH) au sujet, mise en place de nouveaux services pour les clients, conférences publiques, etc.

Accompagnement **profitable** également aux **associations** qui saluent le cadre de **dialogue** leur permettant de **structurer leurs actions et monter en compétences.**

La démarche a permis de **libérer la parole** au sein de l'entreprise  
Renforcement de la **légitimité du mécénat pour contribuer à innover en matière de RSE tant en interne qu'en externe :**

- **Politique RH dynamisée** et amélioration de la qualité de vie professionnelle et personnelle des collaborateurs
- Réassurance sur la **pertinence du sujet**, qui **inspire** certaines Caisses Régionales qui se sont appropriées le thème pour leurs propres actions de mécénat
- Capacité à impulser de nouvelles orientations en priorisant certains sujets dans les appels à projets, et expertise reconnue dans le domaine (débat publics)
- Création d'une nouvelle offre commerciale « aidants »

Des besoins apparaissent :

- **Décloisonner** ce thème entre les secteurs publics et privés (marchand & non-marchand)
- **Évaluer l'impact** des actions des associations

## RÉSULTATS

## FCS\*

**Co-création** et mode de collaboration **partenarial** avec les associations (lors de la conception de l'AAP et chaque année lors de l'appel à projets).

**Cohérence** dans la démarche :

- Avec les **valeurs** de l'entreprise (valeurs de proximité et d'utilité du Groupe CA)
- En **interne** et en **externe** : agir aussi auprès des salariés et des clients

\* Facteurs clés de Succès

## EFFETS

**Effets attendus :**



**Effets produits :**

