



Communiqué de presse

Lancement de la première campagne de communication grand public du Service Civique articulée en deux volets pour reconnaître le projet de société que porte le Service Civique et construire une société solidaire

« Engagé avec le Service Civique »

« Merci aux volontaires »

#MerciAuxVolontaires

Paris, le 12 janvier 2017 - Deux ans après Charlie et l'annonce du président de la République de rendre le Service Civique universel, le nombre de volontaires de Service Civique a triplé. La généralisation du Service Civique est en route. Avec près de 200 000 volontaires depuis sa création en 2010, le Service Civique a changé le visage de la société française en remplissant ses objectifs de mixité sociale, de cohésion nationale et de services rendus auprès du plus grand nombre. Ouvrir une séquence de communication au premier trimestre 2017 qui vise à reconnaître le projet de société que porte le Service Civique, c'est l'objectif de la nouvelle campagne institutionnelle lancée aujourd'hui par l'Agence du Service Civique à destination du grand public.

En seulement 7 années, le Service Civique a touché près de 200 000 jeunes de tout horizon, dont près de 100 000 en 2016, et mobilisé près de 10 000 organismes pour proposer des missions d'intérêt général. La généralisation est d'ores et déjà en route. En 2017, l'Agence du Service Civique a pour objectif d'aller plus loin et permettre à 150 000 jeunes de s'engager en mission de Service Civique. Pour rendre possible cet objectif fixé par le président de la République et montrer le projet de société porté par le Service Civique, l'Agence du Service Civique lance pour la première fois, au premier trimestre 2017, une campagne de communication grand public.

Une campagne de communication articulée en deux volets simultanés, sur deux cibles différentes

En 2016, le Service Civique a changé d'identité visuelle et lancé une nouvelle campagne de recrutement « Faites le saut », dont les effets se font ressentir : 37% des 16-25 se souviennent avoir été exposés à l'un des supports de la campagne, et 27% des plus de 26 ans alors qu'ils ne constituaient pas le cœur de cible¹. En 2017, l'Agence du Service Civique lance pour la première fois une campagne de communication grand public avec le double objectif de valoriser le rôle d'ambassadeurs du Service Civique que jouent au

¹ Etude IFOP, 2^{ème} baromètre de notoriété, Octobre 2016.

quotidien les organismes agréés partout en France, et de remercier les volontaires pour leur engagement et leur contribution à tous les domaines d'actions d'intérêt général dans lesquels ils agissent. Ainsi, elle doit permettre de palier au manque de connaissance des valeurs et du projet portés par le Service Civique, qui nuit trop souvent à sa bonne mise en œuvre et à la reconnaissance par tous de la spécificité du statut d'engagé de Service Civique ; et d'autre part, d'être audible sur ce que le Service Civique apporte aux jeunes et à la société, pour peser sur les débats présidentiels des prochains mois.

1er axe – « Engagé avec le Service Civique », ce macaron qui fait des organismes d'accueil les premiers ambassadeurs du Service Civique



Les **10 000 organismes agréés** (associations, services de l'Etat, établissements publics, collectivités locales, etc.) sont en première ligne pour créer des missions de qualité, accueillir les jeunes volontaires et les accompagner tout au long de leur Service Civique. Souvent lieux de passage, ouverts au grand public, ils sont aussi des relais essentiels pour porter haut les valeurs d'engagement, de service et de vivre ensemble que promeut le Service Civique auprès des prescripteurs et de leurs différents publics (usagers, patients, résidents, écoliers,...). **Ils sont au cœur de la généralisation du Service Civique.** Le cœur est le symbole choisi pour reconnaître, valoriser et amplifier leur rôle d'ambassadeurs, et leur donner les outils pour développer la visibilité du Service Civique sur le terrain.

Ce premier volet de la campagne de communication a été pensé avec les partenaires historiques du Service Civique comme Unis-cité, la Ligue de l'enseignement, la Croix Rouge, mais aussi des partenaires plus récents tels que la FEHAP, Pôle Emploi, l'Education nationale ou encore le ministère de l'Intérieur autour d'un macaron « *Engagé avec le Service Civique* » qui sera **déployé dans les 10 000 organismes partenaires sur tout le territoire.** Il certifiera que l'organisme accueille des jeunes en Service Civique dans ses murs. Autour de ce macaron, décliné en vitrophanie et en pack numérique pour les réseaux sociaux, **une affiche et une vidéo de présentation.** Les organismes pourront également utiliser un **jingle vidéo** commun pour toutes leurs productions vidéos.



**MAIN DANS LA MAIN
POUR UNE SOCIÉTÉ
PLUS SOLIDAIRE**

Accueillir 150 000 volontaires en 2017 tout en préservant la qualité des missions, c'est le rôle de l'Agence du Service Civique. Avec 91% des anciens

volontaires satisfaits de leur expérience (+2pts vs. 2013)², cette exigence de qualité est permanente.

1. *Intérêt général*
2. *Citoyenneté*
3. *Mixité*
4. *Accessibilité*
5. *Complémentarité*
6. *Initiative*
7. *Accompagnement bienveillant*
8. *Respect du statut*

Pour déployer ce macaron, les missions proposées doivent respecter les **8 principes fondamentaux du Service Civique** (disponibles en annexe ou en cliquant ici).

Bientôt l'ensemble des établissements scolaires, les hôpitaux, les maisons de retraite, les clubs sportifs, les médiathèques, les musées, les mairies... les associations de toutes tailles, connues et moins connues, afficheront ce macaron pour irriguer l'ensemble de la population.

Ce projet s'accompagnera, pour l'année 2017, de travaux complémentaires autour des axes suivants :

- Un meilleur accompagnement au déploiement du Service Civique ;
- La mise en place d'une gouvernance locale pour animer, au plus près des jeunes, la communauté du Service Civique ;
- Une mise en application des droits des volontaires acquis par la Loi Egalité Citoyenneté votée le 23 décembre 2016.

2ème axe – « Merci aux volontaires », un film destiné au grand public pour remercier ceux qui s'engagent chaque jour au service des autres

Le Service Civique a pour objectif de favoriser la mixité sociale et d'améliorer le vivre ensemble. C'est une expérience utile et citoyenne pour les jeunes, à titre personnel et plus largement : pour 83% des volontaires, le Service Civique a amélioré l'image des jeunes dans la société³. Afin de remercier leur action et de montrer la diversité des missions et des bénéfices apportés dans tous les domaines d'actions de la société, l'Agence du Service Civique dédie un second volet de sa campagne au grand public autour d'un court métrage de 6 minutes intitulé « **Merci Aux Volontaires** », décliné en format 30 et 90 secondes. Ce film donne la parole à tous les bénéficiaires de l'action des jeunes volontaires qui se sont engagés et qui s'engagent au quotidien. D'une part les responsables, salariés, bénévoles ou agents au sein des organismes d'accueil des volontaires, qu'ils soient médecins, infirmières, travailleurs sociaux, éducateurs, pompiers... et d'autre part, les bénéficiaires directs : personnes âgées, exclues ou isolées, patients, enfants, etc. La parole est également donnée à des personnalités de la société civile qui



² Source : Etude Kantar Sofres, Impact du Service Civique sur ceux qui l'ont fait, Décembre 2016

³ Source – étude Kantar Sofres pour l'Agence du Service Civique « L'impact du Service Civique sur ceux qui l'ont fait » Octobre 2016

incarnent l'engagement sous toutes ses formes dans le monde sportif, culturel, des médias, et qui partagent et soutiennent cet engagement sans cesse renouvelé de la jeunesse comme Michael Jeremiasz, médaillé para-olympique, David Abiker, journaliste, Laure Boulleau, joueuse de football professionnelle (PSG et international), etc. (voir le synopsis du film en annexe ou [en cliquant ici](#)).

Plan de diffusion de la campagne #MerciAuxVolontaires

La campagne de visibilité grand public #MerciAuxVolontaires sera déployée du 16 au 31 janvier avec une diffusion à la fois télévisée, au cinéma, presse, Internet et sur les réseaux sociaux.

Le court métrage (disponible sur le site www.service-civique.gouv.fr)



Le 16 janvier diffusion en TV sur toutes les chaînes de France Télévisions (France 2, France 3, France 4, France 5, France 0) avec une diffusion événementielle en hors écran du spot de 90 secondes ;

Du 18 au 25 janvier, diffusion du format 90 secondes au cinéma dans toutes les salles de France (MK2, UGC, Gaumont Pathé et réseaux indépendants);

Jusqu'au 31 janvier, le film sera médiatisé sur Internet et les réseaux sociaux en format 30', avec une journée spéciale #MerciAuxVolontaires sur Twitter **le 18 janvier** et des pastilles d'interviews vidéos de porte-parole seront dévoilées dans les prochaines semaines.

Les affiches (disponibles sur le site www.service-civique.gouv.fr)

Les 16 et 23 janvier, les affiches seront dans la presse (Le Monde, Le Figaro, L'Equipe, Le Parisien).

Du 19 au 26 janvier, elles seront présentes dans près de 2000 points en gares en France.

Fiche technique de la campagne #MerciAuxVolontaires

LE COURT METRAGE

Liens : format 30', format 90', format 6 minutes

Annonceur : Agence du Service Civique

Réalisateur : Ilan Teboul

Producteur : Mad

Agence de communication : Publicis Consultants

Agence média : Carat France

Année : 2017

LES AFFICHES

Annonceur : Agence du Service Civique

Photographe : Yves Gellie

Agence de communication : Publicis Consultants

Agence média : Carat France



A propos d'Ilan Teboul, réalisateur du court métrage

Ilan Teboul est un auteur et réalisateur français. S'inspirant de la poésie du quotidien, son travail de documentariste est profondément imprégné des thématiques sociétales grâce auxquelles Il tend à sonder la société française, traitant le collectif en passant par l'intime. Passionné par le réel, il réalise plusieurs portraits documentaires dont le très remarqué « Les Dames de Choeur » prix CIRCOCOM 2015 du meilleur documentaire de service public européen, dans lequel il opère une immersion de neuf mois dans le quotidien d'un groupe de femmes du troisième et quatrième âge. Un projet qui a reçu le soutien du Ministère des Affaires sociales, de la Santé et du Droit des femmes. « Ribes et Libre », son dernier documentaire diffusé en Octobre 2016 sur France 3 dresse un portrait intime de l'homme de théâtre Jean-michel Ribes. Son prochain documentaire aura pour sujet les mutations de la jeunesse rurale, ses difficultés, sa vulnérabilité face au monde du travail en suivant le parcours d'un groupe de jeunes alsaciens qui a intégré le dispositif « Garantie Jeunes ».

A propos du Service Civique

Créé par la loi du 10 mars 2010, le Service Civique est plus qu'une politique publique pour la jeunesse, c'est une politique publique pour tous, de cohésion nationale, porteuse d'un vivre ensemble régénéré. Il a pour ambition de permettre à tous les jeunes qui le souhaitent, de s'engager au service d'une mission d'intérêt général, entre 16 et 25 ans et jusqu'à 30 ans pour les jeunes en situation de handicap. Indemnisé 577 € par mois, il permet de s'engager pour des missions de 6 à 12 mois, sans condition de diplôme ou formation dans une mission d'intérêt général au sein d'une association, d'un établissement public, d'une collectivité... En France ou à l'étranger et dans neuf domaines d'action : solidarité, environnement, sport, culture, éducation, santé, intervention d'urgence, mémoire et citoyenneté, aide humanitaire. Selon le décret du 11 avril 2016, le Service Civique relève du Haut-commissaire à l'engagement civique placé auprès du Premier ministre, et l'Agence du Service Civique est chargée de sa mise en œuvre.

Twitter [@ServiceCivique](https://twitter.com/ServiceCivique) | Facebook [facebook.com/servicecivique](https://www.facebook.com/servicecivique)

Contacts presse

Anne-Claire DHENNIN | presse@service-civique.gouv.fr | 01 40 45 97 14 – 06 27 39 46 74
ou servicecivique.presse@consultants.publicis.fr | 01 44 82 45 50 - 06 80 01 19 77