

COMPRENDRE LES ENJEUX STRATEGIQUES DU « MARCHE » CARITATIF DE LA PROTECTION DE L'ENFANCE

PROFIL DE L'ÉQUIPE

3 étudiants

INSTITUTION PARTENAIRE

SOS Villages d'Enfants France
Association reconnue d'utilité publique
www.sosve.org
6 cité Monthiers 75009 Paris

PERSONNE RESPONSABLE DU PROJET

François-Xavier Deler
Directeur de la communication et du développement

PRESENTATION DE L'INSTITUTION & CONTEXTE DU PROJET

SOS Villages d'Enfants a été créée en Autriche après la 2eme guerre mondiale et en France en 1956.

Nous sommes une des trois plus grosses organisations de protection de l'enfance dans le monde et en France. Nous intervenons sur décision de justice, dans le champ de la protection de l'enfance pour accueillir des enfants sans soutien parental ou en risque de le perdre.

Nous sommes présents dans 135 pays et accueillons dans nos villages et programmes plus de 1 million d'enfants. En France, nous avons créé 17 villages qui prennent en charge près de 1000 enfants.

Dans la protection de l'enfance, SOS Villages d'Enfants a depuis plus de 60 ans une place à part.

- Parce que nous agissons sur le terrain et développons notre plaidoyer
- Parce que nous œuvrons partout dans le monde pour accompagner des enfants dans l'application de la Convention Internationale des droits de l'Enfant
- Parce que nous avons construit notre modèle de prise en charge des enfants sur l'attachement : pour grandir un enfant a besoin d'aimer et de se sentir aimé.
- Parce que nous sommes reconnus pour l'exemplarité de notre éthique et la qualité de notre démarche

Nous gardons frères et sœurs ensemble et leur offrons une vie de type familial dans une maison où ils vivent 24 heures sur 24 avec une mère SOS, au cœur d'un village d'enfants SOS qui mobilise à ses côtés une équipe pluridisciplinaire.

CONTENU PEDAGOGIQUE DU PROJET

En France, notre « marché » est bousculé par plusieurs phénomènes :

- Fin du modèle de collecte construit depuis plus de 20 ans sur le marketing direct, sans que les relais de croissance soient identifiés ou maîtrisés (digital, face2face, microdons, crowdfunding, phoning, ...)
- Tensions économiques et sociales, scepticisme à l'égard des organisations et institutions administratives et politiques, nuisibles à la collecte
- Evolution défavorable de la réglementation fiscale (CSG, IFI, PAS, ...)
- Exacerbation extrême de la concurrence en communication, stratégie média et appels à générosité
- Elargissement de la concurrence caritative à de nombreuses causes et associations
- Volatilité de la collecte accentuée par la puissance d'événements d'actualité impossibles à maîtriser.

Nous voulons poser une "business review" de notre secteur qui permettrait de faire le point sur le "marché" caritatif français en se concentrant sur le secteur de la protection de l'enfance.

RESULTATS ET PRODUITS ATTENDUS

Marché caritatif France

- Modèles économiques
- Chiffre d'affaire
- Stratégies de communication
- Evolutions
- Leviers stratégiques
- Cibles

Secteur protection enfance France

- Bénéficiaires
- Modes de prise en charge
- Acteurs
- Evolution
- Durée
- Enjeux
- Collecte
- Communication
- CER
- Parts de voix
- Images

- Relais de croissance

CALENDRIER DU PROJET

Une présentation des livrables au printemps 2020 devrait laisser le temps d'analyser les données de l'exercice 2019 : le bilan générosité n-1 de France Générosités sort en avril.

Si ce délai s'avérait difficile à tenir, nous travaillerions avec des données sectorielles de n-2 et du premier semestre 2019.

METHODOLOGIE

Réunion de « kick-off » avec exposé de l'environnement, identification des sources, calendrier des rendez-vous mensuels.

Présentation des interlocuteurs recommandés dans l'association.

Réunions mensuelles.

LOGISTIQUE

Salle de travail disponible sur réservation.

Les étudiants auront accès à la salle des Projets collectifs à Sciences Po, munie d'un ordinateur, d'un écran plasma, d'une imprimante et d'un téléphone.