

Charte d'engagement pour la valorisation et la promotion du Service Civique en entreprise



Préambule

Créé en 2010, le Service Civique permet aux jeunes de 16 à 25 ans de s'engager volontairement pendant une durée de 6 à 12 mois pour accomplir une mission d'intérêt général dans l'un des neuf domaines d'intervention reconnus prioritaires pour la Nationⁱ. Développé et mis en œuvre par l'Agence du Service Civique, opérateur de l'Etat, le Service Civique est aujourd'hui le premier levier national pour l'engagement et la citoyenneté des jeunes.

Plus de 270 000 jeunes ont déjà effectué un Service Civique depuis sa création auprès d'un des 10 000 organismes à but non lucratif, en structure associative ou dans le secteur public. Ils sont en 2017 près de 125 000 à s'être engagé, provenant de toutes les origines sociales et culturelles.

Pendant cette expérience, les volontaires ont participé à relever les défis sociaux et environnementaux auxquels la société est confrontée ; ils ont pris conscience de la diversité de la société, développé de nouvelles compétences, et réfléchi à leur avenir professionnel et en tant que citoyen. Le Service Civique constitue ainsi un engagement citoyen fort. Il est aussi une nouvelle forme d'apprentissages qui permet aux jeunes volontaires de découvrir des univers professionnels diversifiés, d'acquérir des compétences et de construire leurs parcours professionnels.

Les jeunes se disent massivement satisfaits de leur expérience en Service civique (91%) et le conseilleraient très largement à d'autres jeunesⁱⁱ. Pourtant, selon eux, le Service Civique n'est pas assez reconnu par les entreprises.

Convaincues de l'utilité sociétale et sociale du Service Civique, les entreprises signataires ont décidé de s'unir aux côtés de l'Agence du Service Civique pour promouvoir et valoriser l'engagement des jeunes.

Les 3 engagements des entreprises signataires

1. Promouvoir le Service Civique au sein de l'Entreprise

Les entreprises signataires de cette charte s'engagent à promouvoir le Service Civique auprès de leurs salariés pour contribuer à l'information de chaque citoyen et chaque citoyenne dans cette forme d'engagement à forte valeur ajoutée.

Les entreprises engagées décident de :

- Informer leurs salariés sur le Service Civique afin que chacun puisse devenir acteur de cette nouvelle forme d'engagement en tant que parents, amis ou proches d'un futur volontaire, mais aussi comme porteur d'un projet de mission de Service Civique ;



SERVICE CIVIQUE

Une mission pour chacun au service de tous

- Faire évoluer les représentations et les stéréotypes sur les jeunes en valorisant les parcours des jeunes engagés en Service Civique ;
- Soutenir, dans la mesure du possible, les actions de l'Agence du Service Civique visant à faire connaître le Service Civique ;
- Permettre aux anciens volontaires du Service Civique de poursuivre s'ils le souhaitent leurs engagements citoyens et de participer à la diffusion d'une culture de l'engagement citoyen au sein de l'entreprise.

2. Valoriser le Service Civique comme un atout du parcours des jeunes

Pour la grande majorité des anciens volontaires, leur mission de Service Civique a un impact positif sur leur projet d'avenir et leurs perspectives professionnelles. Pour plus de 80% d'entre eux, cette expérience leur a permis de découvrir un nouvel environnement professionnel et d'acquérir de nouvelles compétences professionnelles qui pourront leur être utiles pour leur avenir.

Les entreprises signataires de cette charte reconnaissent le Service Civique comme une voie possible et constitutive dans le parcours des jeunes, facilitant leur insertion professionnelle dans le respect de la diversité de la société française.

Elles considèrent que l'engagement des jeunes en Service Civique est un atout, que cette expérience doit être valorisée dans les parcours de recrutement et les compétences acquises valorisées et reconnues.

Les entreprises engagées décident de :

- Promouvoir les parcours en Service Civique auprès des collaborateurs comme un atout professionnel dans l'intégration et l'évolution professionnelles des jeunes au sein de l'entreprise ;
- Prendre en compte, dans la mesure du possible, les compétences acquises pendant la mission de Service Civique lors des procédures de recrutement et d'évolution professionnelle ;
- Identifier les compétences acquises en Service Civique, notamment les compétences sociales, socio-émotionnelles et comportementales, qui sont transposables dans les métiers proposés par l'entreprise.

3. Agir ensemble et partager

Conscientes de la force de l'engagement et du partage, les entreprises signataires décident de s'unir pour travailler ensemble sur le développement de leurs actions en faveur de la promotion et de la valorisation du Service Civique.

Dans ce cadre, elles s'engagent à :

- Partager les bonnes pratiques mises en place par les signataires pour atteindre les objectifs de cette charte ;
- Mutualiser les expériences pour permettre la construction et la diffusion d'outils communs à destination, notamment, d'entreprise souhaitant rejoindre les signataires de cette charte ;
- Participer à des actions de communication externe, campagnes de communication en/pour les entreprises, participation et co-financement de sondages, etc.



SERVICE CIVIQUE

Une mission pour chacun au service de tous

Le lancement officiel de la Charte de la Valorisation du Service Civique en Entreprise le 6 mars 2018 par l'Agence du Service Civique, en présence de Jean-Michel Blanquer, ministre de l'Education nationale, s'inscrit dans la volonté de l'Etat de promouvoir et de faire reconnaître le Service Civique dans le parcours de jeunes.

- Le club de valorisation du Service Civique en entreprise est créé et animé par l'Agence du Service Civique, groupement d'intérêt public.
- Les membres de ce club se réunissent 2 fois par an.

Premiers projets à soutenir

- Réflexion autour de la matérialisation des apprentissages acquis pendant une mission de Service Civique ;
- Création et valorisation d'un référentiel de compétences sociales, socio-émotionnelles et comportementales pour aider les jeunes à valoriser leur expérience en Service Civique dans leur parcours (exemple : création d'un MOOC co créé/co financé avec plusieurs entreprises) ;
- Création d'un guide de bonnes pratiques à destination des entreprises sur les compétences sociales, socio-émotionnelles et comportementales acquises par les volontaires, les questions à poser en entretien, etc.
- Actions de communication externe, campagnes de communication en/pour les entreprises, participation et co-financement de sondages, etc.

Les premiers signataires

Agence du Service Civique



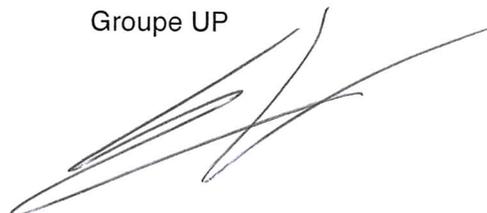
Groupe CASINO



Groupe ADECCO



Groupe UP



Groupe LA POSTE