



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris, le 20 avril 2020

SFR lance sa plateforme d'engagement dans le cadre du mouvement « Tous confinés, tous engagés » soutenu par le Ministère du Travail et le Ministère de l'Éducation nationale et de la Jeunesse

Une plateforme qui permet aux salariés de s'engager pendant la période de confinement

Alors que la situation de crise sanitaire révèle plus que jamais le besoin de solidarité envers les plus fragiles, SFR lance aujourd'hui une plateforme d'engagement afin de permettre à ses salariés de réaliser une action solidaire auprès d'associations à la recherche de bénévoles.

Cette plateforme s'inscrit dans le cadre du mouvement « Tous confinés, tous engagés », soutenu par le Ministère du Travail et le Ministère de l'Éducation nationale et de la Jeunesse, et qui rassemble déjà plus de 100 entreprises et 50 000 salariés. Ce mouvement, initié par la start-up sociale « Vendredi », vise à mobiliser l'immense potentiel d'engagement des entreprises et des citoyens français en permettant aux millions de salariés prêts à s'engager de le faire au plus vite et dans de bonnes conditions.

Adaptée à la situation actuelle, **cette plateforme propose des missions d'urgence nationale, listées par le Gouvernement dans le cadre de la Réserve Civique** : distribution de repas aux sans-abri, garde d'enfants de soignants, maintien du lien avec des personnes isolées, etc.

Des missions à distance au bénéfice de nombreuses associations, comme le Secours Catholique, la Fondation des Femmes, l'UNICEF ou les Restos du Cœur, sont aussi proposées. Ainsi, **ce sont plus de 400 missions auprès de 300 associations qui sont d'ores et déjà disponibles sur tout le territoire**. Ce large choix permettra aux salariés de SFR de trouver celle qui leur conviendra pleinement, et de venir en aide à une association, à l'heure où le besoin de solidarité n'a jamais été aussi fort.

Une plateforme qui s'inscrit au cœur de la politique d'engagement de SFR

Cette plateforme s'inscrit dans le cadre de l'accord d'entreprise sur le mécénat de compétences mis en place par SFR dès 2006. Entreprise pionnière en matière d'engagement, **SFR a été la première entreprise à offrir à ses salariés la possibilité de mettre leurs compétences au service d'associations sur leur temps de travail**, dans le cadre d'un accord de mécénat de compétences.

Tous les salariés du groupe peuvent s'engager entre 2 et 8 jours par an en faveur d'une ou plusieurs actions associatives. De plus, les salariés proches de leur départ à la retraite ont également la possibilité de s'engager plus longtemps au service de causes associatives : ils peuvent ainsi libérer 20 % de leur temps de travail pour mettre leurs compétences personnelles et professionnelles au profit d'une association.

Ce mécénat de compétences vient s'ajouter aux autres dispositifs d'engagement déjà mis en place par SFR et sa Fondation :

- Le parrainage d'une association, qui permet aux salariés de présenter chaque année à la Fondation SFR un projet associatif qui leur tient à cœur afin que celui-ci bénéficie d'un financement de la Fondation.
- Le tutorat, qui offre la possibilité aux salariés de devenir tuteurs ou parrains de jeunes issus de milieux modestes, que ce soit de manière ponctuelle ou sur du plus long terme.

L'engagement des salariés constitue le socle de la politique d'engagement de SFR et la clé de son succès.

A propos d'Altice France - alticefrance.com

Altice France est le premier acteur de la convergence entre télécoms et médias en France.

A travers SFR, 2ème opérateur français, Altice France est un acteur incontournable des télécoms au service de 23 millions de clients. Doté d'un réseau en Fibre optique (FTTH / FTTB) de 16 millions de prises éligibles, SFR couvre également 99 % de la population en 4G.

SFR dispose de positions d'envergure sur l'ensemble du marché, que ce soit auprès du grand public, des entreprises, des collectivités ou des opérateurs.

Altice France est également un groupe médias de premier plan avec 17 chaînes de télévision, 2 radios, des titres de presse, autour de marques emblématiques telles que BFM, RMC, Libération ou encore L'Express.

Que ce soit à travers son kiosque numérique, son portefeuille de droits sportifs, la production, le financement ou l'achat de contenus originaux et exclusifs, Altice France invente de nouveaux modèles d'édition et de distribution ouverts à tous.

En 2019, Altice France a réalisé un chiffre d'affaires de 10,8 milliards d'euros.

Pour suivre l'actualité du groupe sur Twitter : @AlticeFrance

Contact presse : presse@alticefrance.com