



CSR NEWSLETTER

LA RESPONSABILITÉ SOCIALE DE L'ENTREPRISE, VUE PAR RENAULT



[ÉDITORIAL](#) | [MÉCÉNAT](#) | [ÉDUCATION](#) | [DIVERSITÉ](#) | [SÉCURITÉ/SANTÉ](#) | [MOBILITÉ DURABLE](#) | [LES PARTIES PRENANTES](#)



STÉPHANE HESSEL

« C'est pour moi un magnifique cadeau que d'être entouré ce soir par toute cette jeunesse. Ces enfants viennent des quatre coins du monde. Ils sont différents et pourtant, ils sont amis les uns avec les autres. J'ai ressenti ce soir une réelle fraternité entre tous ces jeunes. Cette Fraternity Cup est un très beau signe pour l'avenir de l'humanité. »

LA FRATERNITY CUP, « UN BEAU SIGNE POUR L'AVENIR DE L'HUMANITÉ »

La Fraternity Cup est née de la volonté de créer un événement sportif et culturel à vocation sociale et pédagogique, réunissant des enfants issus de milieux défavorisés. Cet événement - soutenu pour la 2^e année consécutive par Renault - rassemble chaque année à Paris des enfants de 11 à 13 ans venus du monde entier.

Les 15 délégations d'enfants en provenance de 12 pays - réunis à Paris durant les vacances de la Toussaint - participent dans leur pays à des programmes d'associations membres de la Voix de l'Enfant ou soutenus par la Fondation Laureus. Au-delà de l'événement sportif, la Fraternity Cup cherche aussi à engager un dialogue entre les jeunes et leurs éducateurs sur la citoyenneté et

ses différentes conceptions dans le monde. Au programme: visites de musées, match de foot, de rugby ou autres activités sportives. Une façon d'expérimenter la mixité sociale et culturelle, l'intégration par le sport, le refus de la discrimination et de la lutte contre les violences.

Stéphane Hessel Ambassadeur de France et Président d'honneur de la Voix De l'Enfant.

