

# Karène Fredj : « Le CASIP évolue en fonction des besoins de la communauté »

**ENTRETIEN** Confrontée à une société en mutation, la directrice générale du CASIP engage la fondation dans un ambitieux plan stratégique à horizon 2030. Priorité aux seniors, au handicap et à l'action sociale, dans un contexte de fragilités accrues et de fortes attentes.

**Aj** Karène Fredj, vous êtes la directrice générale du CASIP – car on ne dit plus CASIP-COJASOR...

**Karène Fredj :** La fondation CASIP-COJASOR demeure. Le CASIP et le COJASOR ont fusionné en 2000 et forment une seule entité qui conserve ses deux piliers. C'est pour des raisons de simplification, notamment pour nos adresses e-mail, qu'on utilise CASIP désormais. Dans notre logo, il y a bien les deux C de CASIP et de COJASOR.

**Vous venez de lancer un nouveau plan stratégique à cinq ans. Pouvez-vous en résumer les grands axes ?**

**K.F. :** La société évolue, les enjeux aussi. Nous avons défini trois priorités : les seniors, les personnes en situation de handicap et la solidarité. L'isolement des personnes âgées est un défi croissant. À l'horizon 2030 arrive la génération de 68 - qui ne ressemble pas à celles qui sont arrivées du Maghreb ou de Pologne – avec des attentes nouvelles en matière d'hébergement



et de services. Il faut adapter l'offre en conséquence. Sur le handicap, les réponses manquent partout à l'échelle nationale, et c'est encore plus criant dans la communauté juive. Enfin, il faut plus que jamais soutenir ceux qui affrontent des situations de grande précarité.

**QUID du financement de ce plan ?**

**K.F. :** 65 % de notre activité est financée par les pouvoirs publics et les bénéficiaires et 35 % par nos fonds propres, des dons et des legs. Pour lancer de nouveaux projets, nous avons besoin de nouveaux donateurs. Eux comme les legs sont essentiels pour notre fondation

reconnue d'utilité publique. C'est pourquoi nous travaillons notre notoriété, notre image, notre logo. Nos publications aussi, car si tout le monde connaît le CASIP, peu mesurent l'étendue de nos missions. Nous innovons, cherchons des réponses peu coûteuses, mutualisons certains achats. Nous avons également créé « Friends of CASIP » qui sollicite les Français juifs ayant émigré aux USA, notamment quand leurs parents dont on s'occupe sont restés en France.

**Quel bilan reprenez-vous des cinq dernières années, marquées par la pandémie de Covid ?**

**K.F. :** Nous avons effectué un gros travail pour que nos responsables développent notre esprit maison via des formations (« Management by CASIP »). Chaque responsable peut proposer des idées, mettre en place des projets et chercher des financements. Nous sommes

“ Nous avons effectué un gros travail pour que nos responsables développent notre esprit maison ”

satisfaits : presque tous nos établissements ont été évalués par les organismes d'État entre 3,7 et 4 sur 4. Nous avons même récolté des étoiles, ce qui signifie qu'on a dépassé les objectifs fixés par nos autorités de tutelle. Pendant

le Covid, nous avons su réagir en passant rapidement de 40 000 à 60 000 repas livrés par jour. Ensuite, il y a eu l'inflation, la guerre en Ukraine, le 7 octobre...

**Votre philosophie d'action a-t-elle changé ?**

**K.F. :** Dans l'accompagnement social en général, nous sommes passés d'une culture où, grosso modo, on disait aux gens ce qu'ils avaient à faire, à une culture où ils doivent trouver en eux et développer ce qu'on appelle la capacité d'agir, mais avec notre aide.

**Pour mener à bien votre plan stratégique, avez-vous besoin de recruter et si oui, avez-vous des difficultés ?**

**K.F. :** Nos quatre métiers clés – soignants, travailleurs sociaux, éducateurs, mandataires judiciaires – sont en tension. Dans ce contexte, ce sont les salariés qui choisissent leur employeur. D'où notre travail sur la « marque employeur » : conditions de travail sereines, mission porteuse de sens, etc. À nous de savoir l'exprimer. Nous avons mis en place pour les managers des outils pour recruter et fidéliser les talents, et nos parcours de formation internes ont permis des promotions internes remarquables. Pour toucher les jeunes, nous avons aussi compris qu'il fallait communiquer autrement, via les réseaux sociaux, un spot TV, un film décalé avec jewbuzz, un nouveau slogan... Notre site web sera, lui, revu à la rentrée et d'autres nouveautés vont arriver. ■

**Propos recueillis par Gérard Clech**

## Les origines des noms de famille

Par Alain Kaminski  
Secrétaire général  
de la FSJF



**E**n yiddish, en allemand et dans d'autres langues germaniques, un enfant c'est *kind*. Ce terme s'est immiscé dans les patronymes juifs pour nous donner quelques noms, certes peu fréquents, comme **Kinderlerer**, celui qui enseigne aux enfants, **Kindrajch**, qui a beaucoup d'enfants ou **Kinderman** l'homme enfant. Des variantes ont donné **Kinder**, **Kindler**, **Kindel**. Aussi, nombreux sont les **Frajnkind**, littéralement l'enfant heureux. On rapproche et c'est

une erreur les très fréquents **Zalkinder**. Celui-ci est lié au préfixe **Zal** que l'on retrouve chez les **Zalman** et qui est la forme yiddishisée de Salomon, avec les trois consonnes S, L, M, qui forment le trilitère de Salomon, **Schlomo** en hébreu, **Schloïmé** pour les yiddishistes. Donc **Zalmenson** est le fils de Salomon comme **Zalmanow** ou **Zalmenhof** en russe, comme **Ludwik Zalmenhof**, le père de l'espéranto, et **Zalkinder** sera l'enfant de Salomon. On aura même des **Zalkindson**,

littéralement le fils de l'enfant de Salomon. On ne rencontre pas de **dziecko**, l'enfant en polonais, qui ne se retrouve pas parmi les patronymes juifs. En revanche, mon père m'apprit qu'il y avait en Pologne des familles juives, résidant dans les villages autour des forêts, qui s'appelaient **Dzieciol**, vous prononcerez bien entendu **dienchow**, le e avec sa cédille à l'envers impliquant une prononciation nasale du e, presque un e sorti des narines, et le t barré

comme un w à l'anglaise, mais cela signifie en polonais un pic-vert. Un grand classique reste le très germanique **Susskind**, c'est l'enfant doux qu'on retrouve en **Zyskind** en yiddish. Ce patronyme juif nous rappelle bien entendu le film de propagande nazie tourné en 1940 qui s'intitulait *Le Juif Süß*, surnom donné au banquier juif Joseph Süß Oppenheimer au XVIII<sup>ème</sup> siècle, juif de cour accusé de tous les maux, et qui tristement finira au bout d'une corde. ■