

#SDN2017 : l'Agence du Don en Nature présente le panier partage

29 mars 2017



A l'occasion de la Semaine du Don en Nature, l'Agence du Don en Nature organisait, le 23 mars dernier, une soirée-débat sur le thème de la générosité. L'association a profité pour revenir sur ses actions menées en 2016, ses projets à venir en faveur des plus démunis, et pour présenter son Rapport d'Activité 2016, réalisé et produit par Altavia.



Stéphanie Goujon, Directrice de l'Agence du Don en Nature, et Christian Ringuet, Président.

Croître pour des raisons de responsabilité, développer les partenariats avec les entreprises et se faire connaître du grand public pour récolter toujours plus de produits pour les plus démunis. Tels sont les objectifs présentés par Stéphanie Goujon, Directrice de l'Agence du Don en Nature, en introduction de la soirée débat organisée le 23 mars dernier, dans le cadre de la Semaine du Don en Nature. Ces objectifs s'inscrivent dans la logique des actions menées en 2016. « Notre action sociale s'est beaucoup développée », se réjouit Christian Ringuet, Président de l'association. « En 2016, nous avons récolté et redistribué 600 000 euros de produits par semaine grâce au travail mené en collaboration avec nos 130 entreprises partenaires. » Les actions conduites par l'Agence du Don en Nature ont ainsi permis de venir en aide à pas moins de 900 000 personnes.

En faire toujours plus

« Les chiffres de la précarité nous rendent modestes », relativise Christian Ringuet. « 9 millions de personnes vivent sous le seuil de pauvreté. Cela nous incite à en faire toujours plus ! » C'est dans cette optique que l'Agence du Don en Nature a récemment pris l'initiative d'étendre son action, en faisant campagne auprès des particuliers, avec le lancement, à l'automne dernier, du panier partage, en partenariat avec Carrefour. Une collaboration qui ne doit rien au hasard, puisque le géant de la distribution se trouve être un partenaire de longue date. En 2016, « Carrefour a fait don de 100 000 produits à l'Agence du Don en Nature », précise Sophie Fourchy, Directrice de la Fondation Carrefour, venue témoigner au nom du groupe.

Le panier partage, un concept innovant et prometteur

Le panier partage est né à travers Greenweez, le site e-commerce de Carrefour dédié aux produits bio. Le principe ? Lorsqu'un utilisateur fait ses courses en ligne, il a également la possibilité d'acheter un produit pour un plus démuné.

Outre son caractère innovant, le panier partage représente aussi, au vu des résultats de l'enquête réalisée par OpinionWay (voir ci-dessous), un levier de croissance prometteur en termes de dons de produits : selon l'étude, 66% des Français se disent prêts à faire un don dans le cadre d'un achat sur Internet.



Le rapport d'activité 2016 de l'Agence du Don en Nature, réalisé par Altavia.

La soirée a également été l'occasion pour l'Agence du Don en Nature de présenter son Rapport d'Activité 2016, réalisé et produit par Altavia, partenaire de l'association depuis sa création, en 2009.



Altavia a également pris en charge la conception des supports de communication, tels que les kakémonos et affiches grand format.



Les Français sont généreux...avec leurs proches.

Dans le cadre de la soirée débat sur le thème : « La générosité dans une société d'hyperconsommation : un paradoxe ? », Frédéric Micheau, OpinionWay, et Philippe Moati, économiste et co-Président de l'ObSoCo, sont venus présenter un état des lieux de la générosité des Français.

A première vue, les Français ont le cœur sur la main, puisque 83% d'entre eux se considèrent généreux, selon les résultats de l'enquête présentés par Frédéric Micheau. Mieux : 92% déclarent avoir fait preuve de générosité durant l'année écoulée, dont 52% auprès d'association par le biais de dons de produits. Mais c'est surtout auprès de leurs proches que les Français se sont montrés généreux (84%). Une tendance à la générosité « entre soi », corroborée par Philippe Moati : « 79% des Français déclarent avoir donné une fois dans l'année en faveur d'un objet leur appartenant. Or, la majorité d'entre eux ont donné à leur famille, ou à leurs amis. » Un phénomène somme toute à relativiser, puisque, toujours d'après l'économiste, « entre 2004 et 2014, les dons financiers ont grimpé de 4.9%, alors qu'une large majorité de personnes est encore plus encline à donner des objets ».

Frédéric Micheau présente les résultats de son enquête sur la générosité des Français