

Solidaime

Jamais la solidarité
n'a été aussi bonne



Qualité
garantie par

Bonduelle

international
DON de
0,10€

Reversé à

**HANDICAP
INTERNATIONAL**

Vivre debout

DON de
0,10€

reversé à

**HANDICAP
INTERNATIONAL**

Vivre debout

Novembre 2009

Pour son premier anniversaire, Solidaime affiche ses ambitions.

Depuis le lancement des produits Solidaime en septembre 2008 :

- **1,3 millions de produits** ont été achetés.
- **176 000 euros ont été collectés** au profit de cinq associations caritatives.
- Dans les magasins où ils sont présents, certains produits Solidaime peuvent détenir jusqu'à **5% de part de marché**.

Les clés d'une réussite

Les consommateurs sont de plus en plus nombreux à consommer autrement pour consommer utile. Après les produits bio et le commerce équitable, aujourd'hui s'ouvre une troisième voie : le commerce solidaire. Dans ce contexte de changement sociologique fort, Solidaime répond aux attentes des consommateurs en matière d'implication sociale. Cette nouvelle forme de don s'inscrit aussi dans les pratiques récentes des Français en matière de dons.



En 2010, de nouveaux produits rejoignent la gamme (19 produits alimentaires de grande consommation), en vente dans les enseignes Auchan, Leclerc et Intermarché.

Solidaime ambitionne de devenir l'acteur majeur des achats solidaires, lesquels pourraient représenter 5% du marché des produits alimentaires en France d'ici 5 ans.

La marque a pour objectif de reverser 5 millions d'euros par an aux associations qu'elle soutient d'ici 2015.

Opération spéciale Solidaime avec Auchan

Du 3 au 10 février 2010

Mise en valeur des produits Solidaime dans les magasins Auchan partout en France (animations et têtes de gondole) et prospectus Auchan sur les produits Solidaime distribué à 10 millions d'exemplaires



Les Français en quête de sens

Dans une société moderne fortement individualiste, matérialiste et rationnelle, les Français sont à la recherche de sens. Certains expérimentent même d'autres manières de vivre qui les placent à la pointe du changement sociétal. Aujourd'hui, on estime que 17% des Français se retrouvent dans ce groupe sociologique que l'on nomme «créatifs culturels»^{*}.

Les créatifs culturels pensent globalement et agissent localement autour de 6 pôles de valeurs :

- l'écologie, le «bio», les médecines douces,
- la reconnaissance des valeurs féminines,
- l'être plutôt que le paraître,
- la connaissance de soi, la vie intérieure,
- l'implication sociale,
- l'ouverture multiculturelle.

Désormais, il faut consommer autrement pour consommer utile

En matière de consommation, ces Français développent une approche dynamique, devenant de véritables «consomm' acteurs». Ils se tournent plus particulièrement vers des modes de consommation alternative privilégiant les produits bio ou issus du commerce équitable.

Les produits issus de l'agriculture bio, dont l'importance a été perceptible dès la fin des années 70, sont aujourd'hui présents dans tous les circuits de distribution et de consommation. Le chiffre d'affaires de ce marché a progressé d'1 milliard d'euros en 3 ans pour atteindre 2,6 milliards en 2008, gagnant 25% en un an.

Le commerce équitable, bien qu'étant une tendance plus récente, a également connu un fort développement et a atteint les 241 millions d'euro de chiffre d'affaires en 2007. En 2000, moins de 10 % des Français déclarait connaître le commerce équitable. En 2007, ils sont 82 % (Etude - Institut Nielsen).

La développement durable est une nécessité partagée

Les Français sont de plus en plus attentifs à l'impact de leurs gestes et de leur consommation sur l'écologie et leur environnement social et économique.

Le consommateur exerce désormais une véritable pression sur son écosystème pour qu'il remplisse les conditions de développement durable censées garantir une croissance harmonieuse de la planète et des hommes.

Cette prise de conscience est forte et quelquefois spectaculaire : les produits ou les organismes ne répondant pas à ces attentes, peuvent être écartés voir boycottés.

Aujourd'hui, une troisième voie, répondant à la quête de sens des Français dans leur consommation, s'ouvre : le commerce solidaire.

^{*}Michel, Yves (sous la dir.) 2007. Les Créatifs Culturels en France. éd. Yves Michel

Les Français sont généreux

On évalue la générosité des français à 5,734 milliards d'euros dont 2,734 milliards de dons manuels. En argent, en nature ou en temps, 56% des Français donnent **.

Donner est une véritable priorité pour les Français

En matière de générosité publique, plus de 7 personnes sur 10 pensent ne rien changer au montant de leur don en 2009 par rapport à 2008 ***. Au sein des arbitrages budgétaires que les Français sont actuellement amenés à réaliser, le don n'intervient qu'en dernière instance, au même niveau ou presque que le budget nourriture ou celui de la santé. Ce choix s'explique notamment par le fait que les donateurs sont très attachés au don, qui n'est pas un «luxe», mais un geste répondant à un besoin puissant ****.

La pratique du don s'intensifie

Les associations sollicitent de plus en plus les Français en diversifiant les modes de collecte (dons par SMS, dons de titres restaurants...) et en multipliant les événements propices aux dons (le renouveau de la collecte de la Croix Rouge).

Le nombre de personnes faisant deux à trois dons par an progresse depuis 2002.

En miroir, le nombre de personnes donnant une fois ou moins d'une fois par an diminue presque régulièrement ***.

La manière de donner évolue fortement

A côtés des dons «classiques» par chèque en fin d'année, sont apparues depuis quelques années d'autres formes de dons qui présentent des caractéristiques communes :

- Simples à effectuer (Près de 1 million de donateurs ont opté pour le prélèvement automatique.)
- De faibles montants (Dons en nature aux banques alimentaires, dons par SMS, dons de titres restaurants...).

Le donateur se recentre sur les causes proches

On assiste depuis 2008 à un recentrage des donateurs sur des causes plus «proches», liées à l'avenir de sa santé, au développement de son quartier ou de sa région, ou enfin aux personnes les plus faibles situées sur le territoire national. On note donc une remontée très remarquable des causes sociales pures. L'aide aux personnes en difficultés et les services sociaux connaissent une croissance de 10 points en un an.

** Baromètre 2008 de la générosité en France - Observatoire de la Fondation de France

*** Etude Cerphi août 2009

**** Etude Cerphi -Dons : tendances 2008 – Août 2008

Les donateurs attendent de l'efficacité et de la transparence, avant tout

La «recherche de sens» des personnes qui font un don a engendré une génération de «donateurs» attentive au «projet associatif», à son impact concret, et bien décidée à s'épanouir dans l'engagement caritatif.

Ainsi, les premiers critères d'incitation au don, chez les donateurs réguliers, sont l'efficacité (48%) suivie de la transparence (45%), avant la cause soutenue (43%)

Les premiers critères d'incitation au don :

Son efficacité



Sa transparence



La cause soutenue / le public destinataire



■ Grand Public ■ Donateurs réguliers ■ Non donateurs

Source : Quels sont les comportements des français vis à vis des associations et fondations en temps de crise ?
France Générosités - Juin 2009

Solidaime permet de **donner simplement**
d'une façon **quotidienne et transparente**

Solidaime, une manière simple de donner

La gamme de produits Solidaime répond à la quête de sens des Français dans l'acte d'achat. Elle permet d'exprimer une générosité quotidienne et discrète.

Acheter un produit Solidaime c'est :

- Acheter des produits de qualité garantis par de grandes marques (Alpina Savoie, Bonduelle, Continentale Nutrition, Laïta, Moulines Soufflet, France Champignon, Vivien Paille),
- Faire un don intégralement reversé à une association caritative,
- Etre acteur du don et maître de son choix,
- Ne pas payer plus cher : le prix des produits Solidaime est inférieur aux prix des marques nationales,
- Donner du sens à ses achats quotidiens.

Les gammes Solidaime réunit, à ce jour, 19 produits de consommation courante : farine, riz, pâtes, conserves de légumes, emmental, croquettes pour chiens. Les achats se multiplient ainsi tout au long de l'année et permettent des dons réguliers.



la gamme Solidaime

associations	Industriels	Produits	Références	PVC indicatifs	Montant du don unitaire
		Pâte Alimentaire	Spaghetti 500 g	0,99 €	0,08 €
			Coquillettes 500 g	0,99 €	0,08 €
			Torti 500 g	0,99 €	0,08 €
			Spaghetti 1 kg	1,92 €	0,15 €
			Coquillettes 1 kg	1,84 €	0,15 €
		 Emmental	Emmental râpé 200 g	1,60 €	0,15 €
			Emmental râpé 3x70 g	1,99 €	0,20 €
 <small>LES CHIENS GUIDES D'AVEUGLES Fédération Française des Associations de Chiens guides d'aveugles</small>		Croquettes	Croquettes pour chien 4 kg	5,35 €	0,50 €
			Croquettes pour chien 10 kg	10,55 €	1 €
		Conserve de légumes	Haricots verts très fins 4/4 (800 g)	1,20 €	0,10 €
			Haricots verts très fins 1/2 (400 g)	1,20 €	0,08 €
			Maïs 1/2 (300 g)	1,20 €	0,08 €
			Lentilles cuisinées 4/4 (800g)	1,20 €	0,10 €
		 Farine	Farine pâtissière 1 kg	0,70 €	0,08 €
			Farine fluide 1 kg	0,75 €	0,08 €
			Préparation pour pain blanc 1 kg	1,25 €	0,15 €
		 Riz	Riz Basmati 1 kg	2,75 €	0,25 €
			Riz long grain 4x125 g	1,40 €	0,15 €
		 Champignons de Paris	Champignons pieds et morceaux boîte 4/4	2,15 €	0,20 €

Les partenaires de Solidaime

Les dons sont gérés en toute transparence

Solidaime est la marque créée par l'association à but non lucratif Solidaime. Sa mission est de mener à bien l'ensemble de la démarche permettant le développement et la mise sur le marché des produits de la marque Solidaime.

Le montant des dons versés aux associations est affiché en permanence et remis à jour régulièrement sur le site internet www.solidaime.org.

Les associations caritatives s'engagent à fournir chaque année à Solidaime leur rapport annuel expliquant l'utilisation des fonds perçus ainsi que le montant de leurs frais de fonctionnement.



Pour que frères et sœurs
partagent la même enfance



LES CHIENS
GUIDES
D'ÂVEUGLES

Fédération Française des Associations
de Chiens guides d'aveugles

Un réseau de distribution proche de chacun, partout en France

Les produits Solidaime sont présents en grande distribution mais aussi dans des magasins spécialisés, partout en France.



Les croquettes pour chien sont aussi distribuées chez :



Opération spéciale Solidaime avec Auchan

Du 3 au 10 février 2010

Mise en valeur des produits Solidaime dans les magasins Auchan partout en France (animations et têtes de gondole) et prospectus Auchan sur les produits Solidaime distribué à 10 millions d'exemplaires



Solidaime, 5 ans pour devenir l'acteur incontournable des achats solidaires

Le consommateur sera toujours plus engagé et attentif

Les expériences de l'agriculture bio et du commerce équitable ont créé des changements capitaux dans les modes de consommation. Aujourd'hui, toutes les conditions sont réunies pour une nouvelle voie : le commerce solidaire.

Solidaime affiche d'ores et déjà une certaine vision de la solidarité

Solidaime a pour ambition d'accompagner les consommateurs dans cette nouvelle voie et de leur permettre d'exprimer leur solidarité d'une façon quotidienne, simple et transparente. La vision de Solidaime est de faire de la solidarité une valeur commune partagée par tous les acteurs de notre société.

D'ici 5 ans, Solidaime ambitionne de devenir la marque de référence des achats solidaires qui pourraient représenter 5% du marché des produits alimentaires.

A titre de comparaison, en 2008, les fruits et légumes bio ont représenté 4,3% des sommes dépensées par les ménages français en fruits et légumes frais ****. En ce qui concerne le commerce équitable, la part de marché du café équitable est de 3,7% *****.

La marque a pour objectif de reverser 5 millions d'euros par an, aux associations qu'elle soutient, d'ici 2015, et de devenir par la même, une source significative de financement des associations caritatives.

**** Données InterfelBio

***** Etude - Institut Nielsen

Solidaime

Jamais la solidarité
n'a été aussi bonne

En savoir encore plus ?

Vous ne trouvez pas votre produit Solidaime près de chez vous ?
Vous désirez mieux connaître les associations partenaires ?



suivez l'actualité de Solidaime
sur internet : www.solidaime.org

Facebook, Twitter et le blog : <http://humeurssolidaires.org>

Contact presse :

Agence Virasana

Charline Corbel • bonjour@virasana.fr • 06 71 62 07 06

Iconographie téléchargeable sur www.solidaime.org, rubrique Solidaime et la presse