Pacte POUR LES PREMIERS PAS

Ensemble,
faisons grandir les enfants,
pas la pauvreté.

OPÉRATION PACTE POUR LES PREMIERS PAS

ÉTUDE D'IMPACT SUR LE VOLET DE L'HYGIÈNE

L'AGENCE DU DON EN NATURE

BREAK POVERTY FOUNDATION

DONSSOLIDAIRES® RECONNUE D'UTILITÉ PUBLIQUE

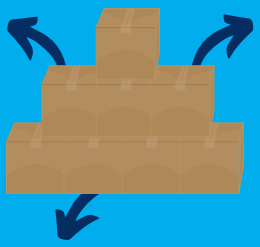
MINISTÈRE DU TRAVAIL, DE LA SANTÉ, DES SOLIDARITÉS ET DES FAMILLES
Liberté
Égalité
Fraternité

LES CHIFFRES CLÉS DE L'OPÉRATION

Un programme de grande ampleur

100 000
familles bénéficiaires

96
départements touchés



3 800
associations partenaires pour la distribution

Une réponse globale en matière d'hygiène

Un objectif de collecte et de distribution largement dépassé !

13,6 millions
de couches

295 000
packs de lingettes

298 000
produits lavants et de soin

+15% par rapport à l'objectif initial

Un effet démultiplié grâce à un effort collectif

9,4 millions d'euros

de produits distribués

Un effet de levier de 3

sur l'opération au global

26

entreprises partenaires

Une opération rendue possible grâce à nos partenaires, dont

BIOCODEX France

CATTIER PARIS COSMÉTIQUE & NATURE

Cooper

essity

body nature L'ESTIME DE L'ÊTRE

EXPANSCIENCE LABORATOIRES

Giphar

LABORATOIRES GILBERT

hydra beauty & clean

kenvue

LA ROSÉE PARIS

NAOS

L'ORÉAL

Kimberly-Clark

Saforelle

Pierre Fabre

P&G

unimédias

URIAGE EAU THERMALE

UNHYCOS PARIS

WaterWipes

WELEDA Depuis 1921

wellpharma

“

BREAK POVERTY FOUNDATION

“Près de 400 000 familles en France ne peuvent pas nourrir ou offrir des conditions d’hygiène adaptées à leur enfant faute de ressources financières suffisantes. Depuis plus de 3 ans, Break Poverty se mobilise avec l’Agence du Don en Nature et maintenant avec Dons Solidaires pour fournir à ces familles les kits nécessaires pour que leurs enfants grandissent dans de meilleures conditions. Merci au Ministère des Solidarités et à la Direction Générale de la Cohésion Sociale (DGCS) pour leur précieux soutien. Et merci aux dizaines d’entreprises qui nous accompagnent dans cette grande chaîne de solidarité. Grâce à vous, ce sont plus de 100 000 familles que nous avons pu soutenir ensemble grâce au Pacte pour les Premiers Pas !”

Valérie Daher,
Directrice Générale

L’AGENCE DU DON EN NATURE

“Nous sommes engagés depuis plus de 15 ans contre la précarité infantile. Nous savons donc que les familles de jeunes enfants sont parmi les premiers publics touchés par la pauvreté, que les besoins en produits d’hygiène bébé sont immenses et qu’il existe une attente légitime quant à la qualité de ces produits. En permettant de redistribuer massivement, et à moindre coût, des produits de grande qualité, le Pacte pour les Premiers Pas est un formidable outil pour permettre aux associations de solidarité de faire face aux effets délétères de la pauvreté.”

Romain Canler,
Directeur Général

DONSSOLIDAIRES®
RECONNUE D’UTILITÉ PUBLIQUE

“Grâce à l’opération Pacte pour les Premiers Pas, Dons Solidaires a pu, avec ses partenaires, mobiliser toute une chaîne de solidarité pour offrir des millions de produits d’hygiène infantile aux familles en situation de précarité. Cette initiative du Ministère des Solidarités est essentielle pour répondre à l’urgence sociale croissante et réduire les inégalités dès la naissance. Un grand merci à tous les acteurs, entreprises et associations, qui ont été la clé de la réussite de cette opération et nous aident à préserver la dignité des tout-petits et de leurs familles au quotidien.”

Dominique Besançon,
Déléguée Générale

L'URGENCE D'AGIR POUR RÉPONDRE AUX BESOINS MASSIFS DES PLUS FRAGILES

> DE PLUS EN PLUS DE FRANÇAIS TOUCHÉS PAR LA PRÉCARITÉ HYGIÉNIQUE

Près de **400 000 enfants** de 0 à 3 ans sont touchés par la précarité alimentaire et hygiénique

Source : INSEE, "Niveau de vie et pauvreté des enfants", 2021

Une augmentation drastique du prix des produits d'hygiène infantile : **+58% sur certains modèles de couches en 2023**

Source : TF1, reportage "+58% pour des couches" du 2 février 2023

1/3 des Français contraints de renoncer à l'achat de produits de soin pour leurs bébés

Source : Dons Solidaires, "Hygiène et Précarité en France", 2024

> LE LANCEMENT DU PACTE POUR LES PREMIERS PAS

Afin de poursuivre et compléter son action pour l'accès des plus précaires aux biens essentiels dans un contexte d'inflation grandissante, **le Ministère des Solidarités et de la Famille** a souhaité mettre en place dès la fin d'année 2023 **l'opération « Pacte pour les Premiers Pas »**, qui s'inscrit dans le cadre du Pacte des Solidarités.

Celle-ci a été lancée par la Ministre des Solidarités à l'occasion d'une visite de l'association Itiner'air à Beauvais le 17 octobre 2023, journée internationale pour l'élimination de la pauvreté, en présence de l'Agence du Don en Nature, Dons Solidaires et Break Poverty Foundation, ainsi que Procter & Gamble et L'Oréal, deux partenaires de l'opération.

A cette occasion, une distribution de produits a eu lieu dans les locaux de l'association, suivie d'un temps d'échange de la Ministre avec les familles présentes.

> *" Dans un contexte inflationniste où le budget des couches et du lait infantile explose (environ 3600€ sur les 3 premières années de vie d'un enfant), le Pacte pour les Premiers Pas est une aide nécessaire pour les plus démunis."*
>
> L'Association Itiner'air

UN DISPOSITIF MUTUALISÉ POUR MAXIMISER LA COLLECTE ET LA DISTRIBUTION

> LES TYPES DE PRODUITS

13,6 millions de couches + **295 000** packs de lingettes + **298 000** produits lavants et de soin

> APPROVISIONNEMENT

Afin d'assurer le succès de l'opération, la mobilisation des entreprises du secteur de la petite enfance a été primordiale. Des appels aux dons et des appels d'offres communs ont ainsi été diffusés fin 2023 pour optimiser au mieux les résultats de la phase de collecte grâce au don et à l'achat de produits à prix d'usine. Une attention a également été portée sur le **lieu de production et la qualité des produits** dans la sélection des fournisseurs : un partenariat a par exemple été formé avec le fabricant français de couches écologiques Naturopéra.

> LOGISTIQUE

Afin de bénéficier de l'expertise logistique de **l'Agence du Don en Nature** et **Dons Solidaires,** et ainsi de réduire les coûts de transport et les problématiques de stockage de certaines associations, les produits collectés ont été regroupés dans leurs entrepôts avant d'être acheminés vers les associations bénéficiaires. Celles-ci comprennent les associations partenaires de l'Agence du Don en Nature et Dons Solidaires, ainsi que les grands réseaux de l'aide alimentaire participant à l'opération, à savoir les **Restos du Coeur**, la **Fédération Française des Banques Alimentaires**, la **Croix Rouge Française**, le **Secours Populaire Français** et les épiceries sociales et solidaires du **réseau de l'ANDES**.

Les associations partenaires de l'Agence du Don en Nature et Dons Solidaires ont ainsi pu commander leurs produits directement sur les catalogues disponibles en ligne, tandis que les réseaux alimentaires ont été livrés sur plusieurs sites logistiques de leur choix.

Cette **approche coordonnée** a ainsi permis aux associations de recevoir régulièrement des produits en fonction de leurs besoins et de leurs capacités de redistribution aux familles.

> MAILLAGE

L'opération a bénéficié à des milliers d'associations implantées sur l'ensemble du territoire métropolitain .

96 **départements touchés**

3 800 **associations bénéficiaires***

** Estimation basée sur les indicateurs de réalisation transmis par nos partenaires*

UNE MOBILISATION D'AMPLEUR POUR DÉMULTIPLIER L'IMPACT DE L'OPÉRATION

Initialement, l'opération avait pour **objectif de venir en aide à 100 000 familles** parmi les plus vulnérables sur tout le territoire français par la distribution de plus de 13,5 millions de couches, 224 000 packs de lingettes et 200 000 produits lavants et d'hygiène.

Cette action a notamment été rendue possible grâce à une **subvention de 3,07 millions d'euros de l'Etat**.

> PLUS DE 28 MILLIONS DE PRODUITS DISTRIBUÉS

En 11 mois, les objectifs fixés en termes de produits collectés et distribués ont été largement dépassés, démontrant l'engagement fort des entreprises partenaires de l'opération pour répondre à l'urgence.

28 715 363 produits distribués

- **13,6 millions** de couches
- **295 000** packs de lingettes
- **298 000** produits lavants et de soin

En moins d'1 an

Grâce à un travail collectif

+15%

Par rapport à l'objectif initial de distribution

> UN EFFET DE LEVIER DE 3 GRÂCE À LA MOBILISATION DES PARTENAIRES

Grâce à la mobilisation de tous les acteurs impliqués, et en particulier des entreprises partenaires, l'opération a permis de distribuer **9,4 millions d'euros** de produits en équivalent valeur marchande, dont :

- **4,3 millions** issus de dons
- **5,1 millions** issus d'achats à prix d'usine.

Grâce aux dons des entreprises partenaires et à la mutualisation efficace des ressources logistiques (notamment pour le stockage et le transport), **l'effet de levier total de l'opération s'élève à 3.** Autrement dit, pour tout euro investi dans l'opération, l'équivalent de 3,05€ de produits ont pu être redistribués aux bénéficiaires.

de produits distribués
(valeur marchande)

dépensé par l'Etat

UNE OPÉRATION ESSENTIELLE
POUR SOUTENIR LES FAMILLES

> UNE OPÉRATION QUI OFFRE BIEN PLUS QUE DES PRODUITS D'HYGIÈNE INFANTILE

L'opération Pacte pour les Premiers Pas a permis d'alléger les contraintes financières des familles, mais aussi d'alléger leur quotidien à plusieurs niveaux, comme l'ont remonté les bénéficiaires rencontrés lors des visites en associations.

100 000 familles **ont bénéficié de produits de l'opération Pacte pour les Premiers Pas dans la durée***

+ DE RESSOURCES

"Avant, avec deux enfants, je n'arrivais même pas au 20 du mois. Déjà les couches les moins chères du magasin c'était 11-12€ par semaine. Depuis que je viens [à l'association], je suis soulagée et ça m'aide vraiment à arriver jusqu'à la fin du mois."
Mère bénéficiaire de l'opération

+ D'HYGIÈNE

"Avant je n'achetais pas de crèmes ou de gels douches car je ne suis pas payée. Maintenant, je viens deux fois par mois pour prendre des produits pour le bébé."
Mère bénéficiaire de l'opération

+ DE DIGNITÉ

"On a parfois des personnes qui viennent nous voir parce qu'elles achètent des produits de mauvaise qualité et le fait de se faire aider avec des produits de très haute qualité a permis à ces personnes de revivre différemment, d'être contentes d'elles, d'être en non-différence vis-à-vis des autres."
Président d'une association bénéficiaire

+ D'ÉGALITÉ DES CHANCES

"Je crois que cette action a un but, c'est de permettre à ces enfants d'être comme les autres. Et des parents qui accueillent leurs enfants dans de bonnes conditions matérielles, ça permet de résoudre une partie des problèmes et de gommer quelques inégalités à la racine et d'éviter leur reproduction."
Directrice d'une association bénéficiaire

- DE STRESS

"Au départ, les gens prenaient beaucoup. Alors que maintenant, de plus en plus souvent, on nous dit "ça, ce n'est pas la peine de m'en donner, j'en ai encore." Quand on passe de cette surconsommation due à un manque, à une consommation raisonnée et apaisée, on gagne aussi en autonomie."
Directrice d'une association bénéficiaire

** Estimation basée sur les indicateurs de réalisation transmis par nos partenaires*

UNE OPÉRATION À FORT IMPACT POUR LES ASSOCIATIONS PARTENAIRES

> UNE ENQUÊTE MENÉE AUPRÈS D'ENVIRON 200 ASSOCIATIONS

Afin de mesurer plus concrètement l'apport de l'opération sur le terrain, une étude d'impact a été réalisée auprès de **193 associations bénéficiaires** de l'opération grâce à l'envoi d'un questionnaire en ligne.

Les éléments remontés soulignent à quel point l'opération a su toucher des associations aux caractéristiques diversifiées et à travers tout le territoire métropolitain :

- Les associations répondantes sont à **43 %** indépendantes et à **57%** membres d'un réseau ;
- Elles sont implantées dans **70** départements de France métropolitaine ;
- Elles ont recours à des modes de distribution variés : **46%** d'épiceries solidaires / sociales et le reste en distribution en direct (colis alimentaires, centres d'hébergement, etc.) ;
- Elles accompagnent **tous types de publics**, avec un accent sur les femmes et les familles et les personnes en situation de migration ;
- Elles ont des capacités d'accueil variées : certaines reçoivent **plus de 400 familles** en moyenne par an (**17%**), une grande partie entre **100 et 400 familles** (**37%**) et près de la moitié **moins de 100 familles** (**46%**), montrant ainsi la diversité des associations ayant pu bénéficier de l'opération.

> DES ASSOCIATIONS CONFRONTÉES À DES BESOINS IMMENSES EN MATIÈRE D'HYGIÈNE INFANTILE

92% des associations estiment qu'au regard de leurs publics, les **besoins en produits d'hygiène infantile** sont "**importants**".

Près de 1/2 a pourtant déclaré qu'elles ne **distribuaient** que **"rarement ou jamais"** ces types de produits avant l'opération.

> *"C'est la première fois que nous avons pu répondre chaque semaine à la demande des bénéficiaires."*
>
> Une association bénéficiaire

Ces chiffres traduisent nettement **les besoins très importants des associations pour accompagner leurs bénéficiaires**, et l'importance des actions de solidarité qui leur permettent de mener ce combat au quotidien.

> DES ASSOCIATIONS BÉNÉFICIAIRES TRÈS SATISFAITES DE L'OPÉRATION

96%

des associations sont satisfaites des modalités d'approvisionnement et de livraison de l'opération , dont **47%** "très satisfaites".

94%

des associations sont satisfaites des types et de la diversité des produits proposés durant l'opération, dont **55%** "très satisfaites".

81 %

des associations sont satisfaites de la quantité des produits de l'opération, dont **38%** "très satisfaites".

> UNE OPÉRATION QUI A PERMIS DE RENFORCER L'ACTION DES ASSOCIATIONS

92% **des structures distributrices estiment avoir mieux répondu aux besoins des familles qu'elles accompagnent.**

91% des structures estiment avoir pu **économiser des ressources**, qu'elles soient matérielles ou humaines.

44 % ont **touché de nouvelles familles méconnues** de leur structure avant l'opération.

La **moitié des structures** a **développé de nouvelles activités** ou des activités existantes à destination des parents de jeunes enfants (soutien à la parentalité, conseils, orientation, etc).

"L'opération permet une meilleure réponse à l'urgence. Elle permet aux mamans de changer les couches plus souvent dans la journée, et donc d'ajouter du confort et une meilleure hygiène pour leurs bébés."

"Cette action est vraiment nécessaire car elle permet de consolider le modèle économique de notre structure. Les personnes recrutées permettent d'améliorer et d'enrichir l'accompagnement et la mission de conseil auprès de nos bénéficiaires."

"Enormément de nouvelles familles sont venues. Le bouche à oreille, ça marche. On a de plus en plus de familles dont les moyens sont très très bas qui viennent chercher des produits pour leurs enfants."

"Cela permet d'enrichir notre boutique solidaire et de compléter les aides existantes dédiées aux familles."

Témoignages d'associations interrogées dans le cadre de l'enquête

> SOUHAITS DES ASSOCIATIONS EN CAS DE RENOUVELLEMENT

3 suggestions ont été remontées par les associations dans la perspective d'un renouvellement de l'opération :

- Un élargissement de l'opération à d'autres produits de puériculture tels que des lits, des poussettes, des sièges autos ;
- Une quantité encore plus importante de produits mis à disposition, témoignant encore une fois des besoins immenses auxquelles sont confrontées les associations (en particulier sur certaines tailles de couches très demandées) ;
- La précision, dans certains cas, des allergènes contenus dans certains produits.

> ET POUR LA SUITE ?

En conclusion, les associations bénéficiaires ont souligné leur satisfaction et leur souhait de voir cette opération se poursuivre dans la durée. En effet, face aux besoins en produits infantiles qui ne tarissent pas, la pérennisation d'une telle opération est essentielle pour venir durablement en aide aux familles ainsi qu'aux associations qui les suivent au quotidien.

"Belle opération qui rencontre un grand succès, qui soulage les familles, et qui nous permet de répondre à un réel besoin."

"Nous souhaitons que ce type de subvention se pérennise afin de répondre aux besoins des familles avec des enfants en bas âge."

"Merci pour cette opération de qualité qui permet aux familles et enfants d'avoir accès à des produits de soin de qualité à des coûts exceptionnels. Plusieurs familles nous ont fait part du secours apporté."

"Au vu des augmentations permanentes sur ces produits, une continuité serait très profitable aux familles."

"Heureusement qu'il y a des actions comme ça, ça nous permet d'avancer dans notre structure et faire des choses qui sont encore mieux pour les personnes qu'on accueille."

Témoignages d'associations interrogées dans le cadre de l'enquête

L'AGENCE DU DON EN NATURE

Créée en 2008 et reconnue d'intérêt général, l'Agence du Don en Nature vient en aide aux personnes démunies par la collecte et la redistribution de produits neufs non-alimentaires à très grande échelle. Véritable passerelle entre le monde lucratif et le non lucratif, l'Agence du Don en Nature compte plus de 200 entreprises et 1600 associations partenaires.

Romain Canler
Directeur Général
romain.canler@adnfrance.org

55 boulevard de Sébastopol - 75001 Paris
www.adnfrance.org

DONSSOLIDAIRES®
RECONNUE D'UTILITÉ PUBLIQUE

Dons Solidaires®, association pionnière du don non-alimentaire et reconnue d'utilité publique, mobilise depuis 2004 une chaîne de solidarité pour un partage des biens plus responsable. Grâce aux dons de ses 220 entreprises partenaires, Dons Solidaires® vient en aide à plus de 1,4 millions de personnes en situation de précarité, d'isolement, de maladie ou de handicap.

Dominique Besançon
Déléguée Générale
dominique.besancon@donsolidaires.fr

13 Rue de Témara - 78100 Saint-Germain-en-Laye
www.donsolidaires.fr

MINISTÈRE
DU TRAVAIL, DE LA SANTÉ,
DES SOLIDARITÉS
ET DES FAMILLES
Liberté
Égalité
Fraternité

Le Ministère du Travail, de la Santé, des Solidarités et des Familles a, parmi ses missions, la prévention et la lutte contre la pauvreté. Il soutient notamment des actions visant à réduire les inégalités de destin dès le plus jeune âge.

14 avenue Duquesne - 75350 Paris
www.solidarite.gouv.fr

BREAK POVERTY
FOUNDATION

Fondée en 2017 par des chefs d'entreprises, Break Poverty Foundation a pour ambition de mettre fin à la pauvreté en agissant sur ses causes. Pour cela, elle intervient dans trois domaines d'action : le soutien à la petite enfance, la prévention du décrochage scolaire et l'accès au premier emploi.

Valérie Daher
Directrice Générale
vdaher@breakpoverty.com

81 Rue de Lille - 75007 Paris
www.breakpoverty.com

BREAK POVERTY
FOUNDATION