

URGENCE PREMIERS PAS

Faisons grandir les enfants, pas la pauvreté.

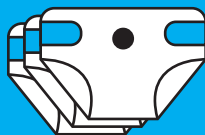
OPÉRATION URGENCE PREMIERS PAS

BILAN

L'OPÉRATION EN CHIFFRES



53 000 kits
pour bébés distribués
en 3 mois



5,9 millions
de couches distribuées

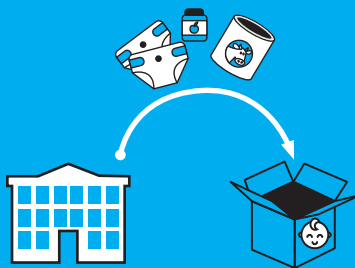


2,2 millions
de boîtes de lait
& petits pots distribués

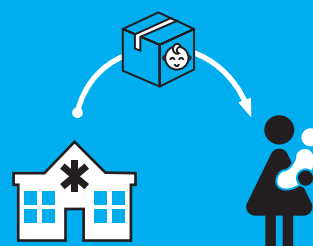


6,1 millions d'euros
de produits distribués*

*(valeurs GMS)



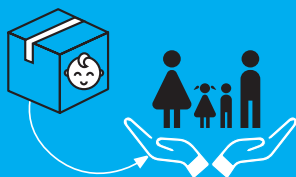
25 entreprises
partenaires



600 associations partenaires
pour la distribution des kits

GRÂCE À URGENCE PREMIERS PAS

POUR LES FAMILLES



89 % des familles
ont pu répondre aux
besoins de première
nécessité de leurs enfants.



86 % des familles
affirment que l'opération
a permis de réduire
le stress à la maison.

POUR LES ASSOCIATIONS



100 % des associations
ont mieux répondu
aux besoins de leurs
bénéficiaires.



93 % des associations
ont aidé plus de familles
dans le besoin.

L'opération a été menée en partenariat avec l'Agence du Don en Nature et le Secrétariat d'État chargé de l'enfance et des familles.
L'évaluation d'impact porte sur 113 structures distributrices et 148 familles.

Source : Évaluation d'impact de l'opération
Urgence Premiers Pas, Juillet 2021



« UNE GRANDE PARTIE DU DÉVELOPPEMENT INTELLECTUEL ET PHYSIQUE DE L'ENFANT SE FAIT PENDANT LES TROIS PREMIÈRES ANNÉES DE SA VIE. LES ENFANTS PRIVÉS DE SOINS ET D'UNE ALIMENTATION ADAPTÉE AVANT L'ÂGE DE 3 ANS VONT SUBIR DU STRESS, DES PROBLÈMES DE SANTÉ ET DES RETARDS DE CROISSANCE QUI VONT IMPACTER TOUTE LEUR VIE. IL EST URGENT D'AGIR MAINTENANT AVANT QU'IL NE SOIT TROP TARD. »

Denis Metzger

BREAK POVERTY FOUNDATION

Parce que chaque enfant et jeune doit avoir les mêmes chances de vivre et de s'épanouir, Break Poverty Foundation identifie et soutient des solutions innovantes contre l'extrême pauvreté, avec un seul objectif : **offrir un avenir à tous les jeunes, en France et dans le monde, en s'attaquant aux racines de la pauvreté.**

Son action repose sur trois piliers : la sélection et le financement de programmes à fort potentiel, la recherche, et la mobilisation pour des solutions innovantes contre la pauvreté.

Ses programmes ciblent en priorité les **trois domaines** suivants : **le soutien à la petite enfance, la prévention du décrochage scolaire et l'insertion professionnelle.**

Dans son ambition d'enrayer le déterminisme social dès le plus jeune âge et suite à la crise liée au Covid 19, **Break Poverty a mis en œuvre de nouveaux programmes de soutien pour répondre aux besoins urgents de la jeunesse et la petite enfance en situation de précarité.**

L'opération Urgence Premiers Pas lancée le 31 Mars 2021 a permis de **venir en aide à plus de 53 000 familles en leur fournissant gratuitement des biens infantiles essentiels tels que des couches et du lait en poudre.** Nous sommes fiers de ce travail accompli grâce à la mobilisation de nombreux acteurs publics et privés.

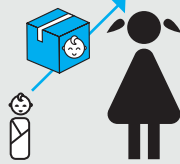
Un grand merci à vous tous !

L'URGENCE D'AGIR POUR LA PETITE ENFANCE EN DANGER

> LES BESOINS EN AIDE ALIMENTAIRE EXPLOSENT DEPUIS UN AN

2,1 millions de français
dépendent aujourd'hui de l'aide alimentaire.

Parmi eux, 50 %
déclarent y avoir recours depuis moins d'un an.



Plus de 100 000 bébés supplémentaires
dépendent désormais de
l'aide alimentaire pour
survivre et grandir.



Plus de 1/3 des parents défavorisés sont contraints
de **restreindre la quantité de lait**
ou de **petits pots** qu'ils donnent
à leurs enfants faute de moyens
financiers suffisants.

Sources : étude précarité infantile et aide alimentaire, menée en mars dernier par l'Institut Break Poverty.
Étude CSA 2021 pour les banques alimentaires.

> LANCEMENT DE L'OPÉRATION URGENCE PREMIERS PAS

L'opération Urgence Premiers Pas a été lancée le 31 mars dernier dans les locaux de l'ADAA (Association de Distribution de l'Aide Alimentaire) à Bourges. L'occasion pour les organisateurs et le Secrétaire d'État chargé de l'enfance et des familles, Adrien Taquet, d'écouter les récits édifiants de jeunes mamans, dont le quotidien a été lourdement impacté par la crise.

Parmi elles, Malika, mère de deux jeunes enfants, salariée dans le secteur de la restauration et dont le compagnon a perdu son emploi :

**« Les prix des couches et du lait ne cessent d'augmenter...
Je ne peux plus faire face. »**

Anaïs, maman de deux enfants dont le dernier a 11 mois, se trouvait, avant le COVID, dans une situation plutôt confortable. Créatrice d'un organisme de formation en langue des signes dans le Cher, ses contrats ont été stoppés en 2020 et n'ont pas été reconduits. Son mari, actuellement en chômage partiel, se prépare à perdre son emploi. Le couple, qui venait de contracter un crédit immobilier, se retrouve en grande difficulté pour subvenir aux besoins de leurs enfants.

« La solidarité est devenue primordiale. On ne demande pas beaucoup à chacun, mais si tout le monde pouvait donner un peu, tous ceux qui se retrouvent dans la même situation que la nôtre pourraient s'en sortir. »



« De plus en plus de parents nous disent la difficulté de leur quotidien. Nous devons collectivement faire mieux pour nos enfants, pour notre société. »

Adrien Taquet,
Secrétaire d'État chargé de
l'enfance et des familles.



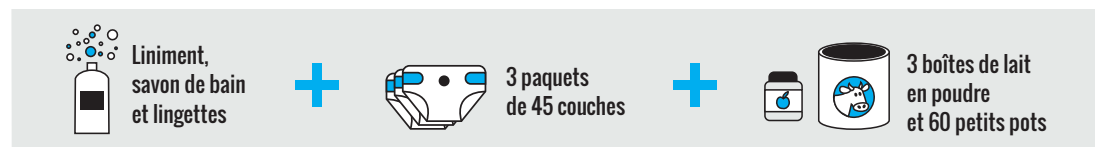
**SECRÉTARIAT D'ÉTAT
CHARGÉ DE L'ENFANCE
ET DES FAMILLES**

*Liberté
Égalité
Fraternité*

PLUS DE 53 000 KITS DISTRIBUÉS POUR LEUR VENIR EN AIDE

L'Institut Break Poverty est opérateur et coordonnateur de ce projet lancé avec le Secrétaire d'État chargé de l'enfance et des familles et en partenariat avec l'Agence du Don en Nature.

> COMPOSITION DES KITS



> APPROVISIONNEMENT

L'Institut Break Poverty et l'Agence du Don en Nature mobilisent **les grands acteurs du secteur de l'alimentation et de l'hygiène infantile** afin de bénéficier de produits gracieusement ou à bas prix.

> LOGISTIQUE

Les produits commandés ou obtenus gratuitement sont livrés dans les entrepôts de l'Agence du Don en Nature (ADN), situés à Dourges. Une fois livrés, ils sont mis en ligne sur le catalogue ADN accessible par plus de 1200 associations d'aide aux familles vulnérables situées partout en France. ADN est par ailleurs garant de la qualité des associations partenaires, celles-ci sont validées selon un processus rigoureux. Les associations passent leurs commandes de produits infantiles. Ces commandes sont expédiées ensuite par un transporteur partenaire dans les locaux de l'association pour être distribuées aux familles.

Chaque commande est validée par les équipes de l'Agence du Don en Nature pour garantir leur légitimité et des quotas sont mis en place afin d'éviter d'éventuels abus.



> DISTRIBUTION AUX FAMILLES

Les familles bénéficiaires accèdent ensuite aux produits sur tout le territoire français via les relais locaux de l'Agence du Don en nature comme :

- Les épiceries sociales et solidaires
- Les centres d'hébergement
- Les foyers de l'ASE
- Et d'autres grands réseaux associatifs comme les Restos du cœur, les banques alimentaires, le Secours Populaire...



Romain Canler,
Directeur général de
l'Agence du Don en Nature.

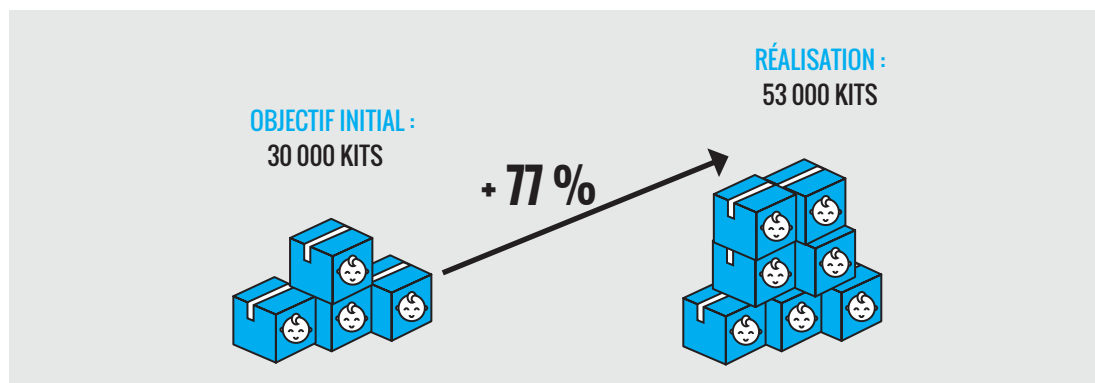
« La fourniture de denrées alimentaires et de produits de 1^{ère} nécessité aux plus démunis est plus que jamais nécessaire : c'est une urgence vitale mais également un moyen d'éviter le basculement durable dans la grande pauvreté »

L'AGENCE
DU DON
EN NATURE

UN OBJECTIF LARGEMENT DÉPASSÉ

> PLUS DE 53 000 KITS DISTRIBUÉS

L'opération avait pour objectif initial de couvrir les besoins de produits de première nécessité de 30 000 enfants âgés de 0 à 3 ans, sur une période de 3 mois à l'aide d'un budget de 1 900 000 €, subventionné par la DGCS.



> PLUS DE 4 MILLIONS D'EUROS DE PRODUITS OFFERTS PAR NOS PARTENAIRES

La mobilisation des entreprises du secteur, des fondations et des particuliers pour soutenir cette opération a été forte :

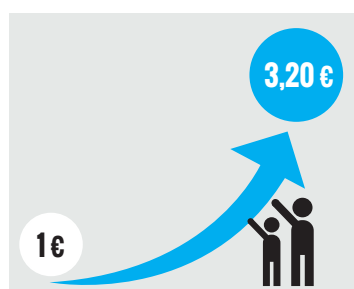
- **3,3 M€ économisés grâce à des prix très bas** (60 % de réduction sur les prix GMS)
- **717 000 € de dons en nature**
- **202 000 € de dons financiers collectés** dont 36 000 euros provenant de donateurs particuliers.

Grâce à ce mouvement solidaire collectif, nous avons pu combler les besoins essentiels de plus de 53 000 enfants pour 3 mois ou plus **soit 23 000 enfants de plus que l'objectif fixé initialement.**

> BILAN FINANCIER DE L'OPÉRATION

Le bilan financier de l'opération s'élève lui à **2 107 412 €**.

BILAN DÉFINITIF DE L'OPÉRATION	
Dépenses d'achat de produits	1,7 M€
Frais logistique / Transport / RH	0,4 M€
Dépenses totales	2,1 M€



Grâce à ce budget, des produits bébés d'une valeur de plus de 6 Millions d'euros ont été distribués aux parents les plus démunis. **Pour chaque euro dépensé, 3,20 € de produits infantiles essentiels ont été distribués aux familles en situation de précarité partout en France.** Cet effet de levier supérieur à 3 est généré par la mobilisation significative d'un grand nombre d'entreprises du secteur.

UNE OPÉRATION À FORT IMPACT POUR LES FAMILLES BÉNÉFICIAIRES

Break Poverty et l'Agence du Don en Nature ont mené **une évaluation d'impact de l'opération**. Une série d'indicateurs quantitatifs et qualitatifs ont été suivis à travers des questionnaires envoyés aux bénéficiaires et aux associations.

> DES FAMILLES BÉNÉFICIAIRES EN GRANDE PRÉCARITÉ

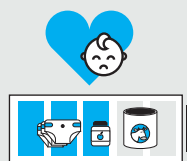


96 % d'entre elles
sont des femmes.

81 % sont en recherche d'emploi.
44% vivent seules.



87 % d'entre elles avaient
difficilement accès aux biens
de première nécessité
pour leurs bébés.

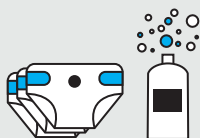


46 % ne parvenaient pas
à couvrir l'ensemble des besoins
quotidiens de leurs enfants.

> L'OPÉRATION A PERMIS DE RÉPONDRE AUX BESOINS URGENTS DES BÉBÉS DÉFAVORISÉS



85 % des familles
ont pu nourrir leurs bébés
correctement
grâce à l'opération.



93 % des familles
ont pu répondre aux besoins
essentiels d'hygiène
de leurs bébés.



91 % des familles
ont pu réaliser d'autres achats
essentiels grâce aux
économies réalisées.

> LES EFFETS DE L'OPÉRATION SUR LES CONDITIONS DE DÉVELOPPEMENT DE L'ENFANT



86 % des familles
déclarent que l'opération
a permis de réduire
le stress à la maison.



2/3 des familles
ont acquis des connaissances
sur la bonne prise en charge
de leur enfant.



« L'opération a permis de nourrir mon enfant correctement et d'enlever l'angoisse permanente de se demander si on va pouvoir le nourrir toute la semaine. »

Anais, Mère de Lali 11 mois.
Nouvelle bénéficiaire de l'épicerie sociale et solidaire de l'ADAA à Bourges.

UNE OPÉRATION À FORT IMPACT POUR LES STRUCTURES DISTRIBUTRICES



> DES STRUCTURES QUI N'AVAIENT PAS ACCÈS AUX PRODUITS BÉBÉS



Pour **89 %** d'entre elles
il était difficile ou extrêmement
difficile d'avoir accès à ces biens.



Muriel Sergheraert,
Directrice du Secours
Populaire de Lomme

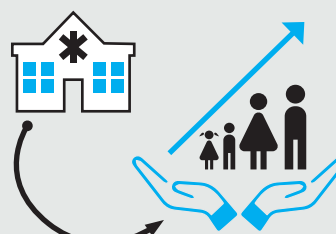
« Nous avons beaucoup de
difficultés à trouver des
produits pour jeunes enfants
car ils sont très spécifiques et
coûteux. »



> L'OPÉRATION A PERMIS D'AMÉLIORER ET D'ACCROÎTRE L'ACCOMPAGNEMENT DES STRUCTURES



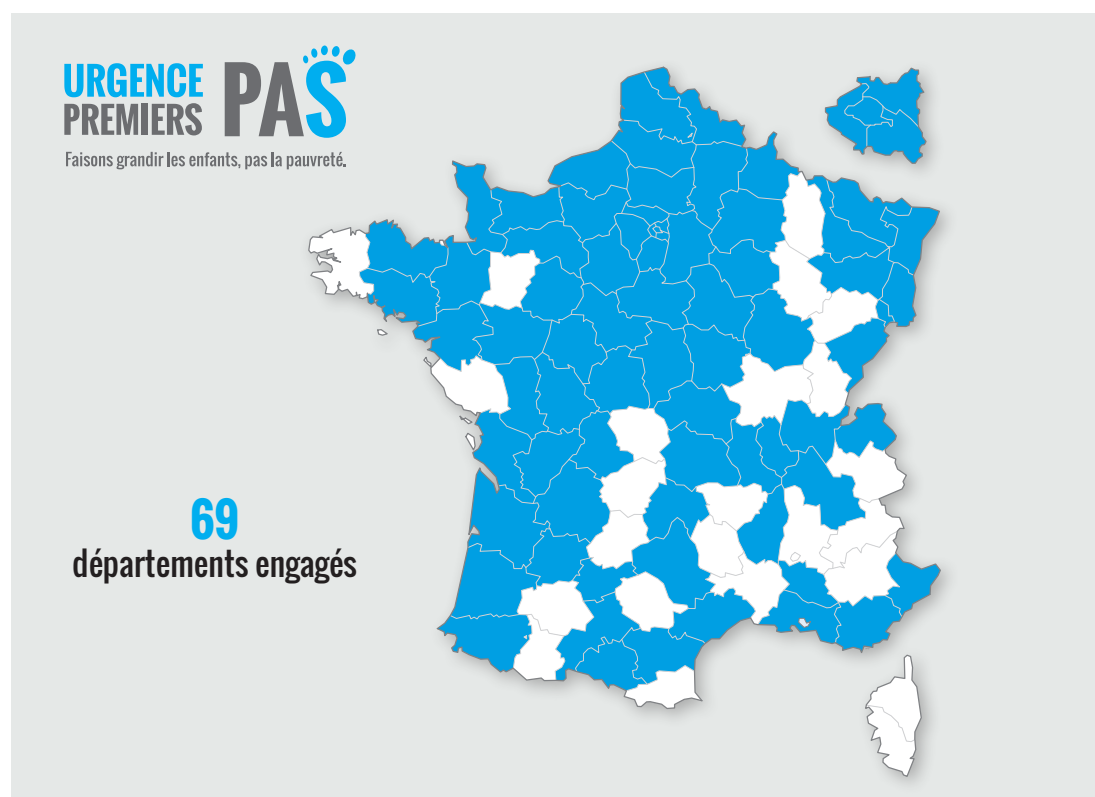
100 % affirment que l'opération a permis de mieux
répondre aux besoins de leurs bénéficiaires.



93 % des structures estiment que l'opération leur
a permis d'aider de nouvelles familles dans le besoin.

Notre étude d'impact a montré une très grande satisfaction des structures bénéficiaires sur la quantité, la qualité et le conditionnement des produits. Des besoins supplémentaires ont été remontés sur la diversité des tailles de couches disponibles, la variété des goûts des petits pots ainsi que sur le manque d'accès au matériel ou aux jeux pour bébés.

> UNE OPÉRATION QUI A TOUCHÉ L'ENSEMBLE DE LA FRANCE



> DES FAMILLES ET DES ASSOCIATIONS RECONNAISSANTES

« J'ai perdu mon emploi pendant le confinement, et depuis c'est très difficile pour nous. Grâce à vous, j'ai moins honte devant mes enfants et ma femme. »

« Nous avons une maman qui n'en croyait pas ses yeux le jour où elle a vu les boîtes de lait. Elle avait les larmes aux yeux. Elle nous a beaucoup remercié. Bravo encore à vous et un grand merci de penser à ces familles. Vous ne pouvez pas imaginer le bien que vous leur faites. »



« Merci beaucoup pour les couches et le lait, que je ne serais pas arrivée à acheter toute seule. »

CONCLUSION

Cette opération a confirmé un besoin très important et une réelle difficulté des familles en situation de précarité à se procurer ces produits infantiles essentiels en particulier les couches et les boîtes de lait en poudre. Ces deux derniers sont non-substituables, spécifiques et très coûteux. Il en résulte bien souvent une privation en biens de première nécessité des enfants de moins de 3 ans.

En 3 mois, une immense chaîne de solidarité menée par Break Poverty, et l'Agence du Don en Nature, a permis de distribuer des millions de produits infantiles à plus de 50 000 jeunes parents défavorisés afin de répondre aux besoins essentiels de leurs enfants.

Cette chaîne de solidarité a été rendue possible grâce au soutien du Secrétariat d'État chargé de l'enfance et des familles ainsi qu'à la mobilisation exceptionnelle de près de 25 entreprises du secteur afin de répondre à une situation d'urgence.

Grâce à cette mobilisation, plus de 6M€ de produits ont été distribués avec un peu moins de 2M€ de financement public.

L'opération Urgence Premiers Pas a eu un impact significatif sur les familles. L'évaluation d'impact a montré que 90 % d'entre elles ont pu couvrir les besoins essentiels de leurs enfants grâce à l'opération. Cette opération, qui visait initialement à répondre à l'urgence liée à la crise COVID, a révélé un besoin structurel des jeunes parents défavorisés qui ne trouvent pas les produits essentiels pour leurs bébés dans les structures traditionnelles de l'aide alimentaire. Au-delà de la crise sanitaire que nous traversons, il est donc urgent de trouver les solutions pérennes pour répondre à ce besoin.



« Urgence Premiers Pas est une action d'urgence face à l'explosion des besoins mais c'est aussi une opération qui doit permettre aux associations de pouvoir distribuer durablement ces produits bébés trop souvent absents des chaînes de l'aide alimentaire. Avec cette opération Urgence Premiers Pas, Break Poverty souhaite apporter une réponse durable aux besoins des jeunes parents défavorisés. »

Valérie Daher,
Directrice de Break Poverty
Foundation.

BREAK POVERTY
FOUNDATION

79 % des familles risquent de se retrouver en grande difficulté lorsque l'opération s'arrêtera, dont près de la moitié en incapacité totale de répondre correctement aux besoins d'hygiène et alimentaire de leurs bébés.

Un grand nombre d'entreprises partenaires expriment d'ores et déjà leur volonté de poursuivre leur engagement dans la durée.

UN GRAND MERCI A TOUS NOS PARTENAIRES

Cette opération d'envergure a été rendue possible grâce à la mobilisation très forte de nombreux acteurs, privés et publics, déterminés à soutenir cette petite enfance en difficulté.

Les partenaires opérationnels et financiers



Les partenaires médiatiques





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 1200 associations partenaires.

Romain Canler
Directeur Général
romain.canler@adnfrance.org

78 rue Taitbout - 75009 Paris
www.adnfrance.org



Fondée en 2017 par des chefs d'entreprises, la Fondation Break Poverty 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, l'accès au premier emploi.

Valérie Daher
Directrice Générale
vdaher@breakpoverty.com

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



Le secrétariat d'État auprès du Ministère des Solidarités et de la Santé, en charge de l'Enfance et des Familles, a pour mission de proposer des mesures pour garantir le droit à la sécurité, à la santé et à l'éducation des enfants.

14 avenue Duquesne - 75350 Paris
www.solidarites-sante.gouv.fr

