

PERSONNE NE LIT LES RAPPORTS DE MISSION.

ALORS on a fait COURT.

EN 2025, TOUTES LES 30 SECONDES, QUELQU'UN A REÇU UN COUP DE MAIN GRÂCE À UN PAQUET DE CHIPS, DE SABLÉS OU DE SERVIETTES : UN EN-CAS EN MARAUDE, DES FRUITS FRAIS, UNE JOURNÉE DE PROTECTION. PLUS D'UN MILLION DE FOIS DANS L'ANNÉE.

ALORS OUI, CE RAPPORT, ON EST OBLIGÉS DE LE FAIRE, C'EST LE PRINCIPE D'UNE SOCIÉTÉ À MISSION. MAIS ON VEUT SURTOUT EN PROFITER POUR VOUS MONTRER CE QU'IL SE PASSE VRAIMENT APRÈS VOTRE PASSAGE EN CAISSE. UNE DIZAINE DE PAGES, DES CHIFFRES VÉRIFIABLES, ET UN CHAPITRE ENTIER SUR CE QUI N'A PAS MARCHÉ. PARCE QU'UNE ENTREPRISE À MISSION QUI NE PARLE QUE DE SES RÉUSSITES, ÇA S'APPELLE UNE PLAQUETTE COMMERCIALE.

IL COUVRE L'ANNÉE CIVILE 2025, DU 1ER JANVIER AU 31 DÉCEMBRE.

Vous êtes pressé ?

LISEZ « 2025 EN 30 SECONDES » ET « LE BULLETIN DE NOTES ».

2025 EN 30 SECONDES

1 089 085.

OUI, ON A COMPTÉ.

EN 2025, RAMPAM A DÉCLENCHÉ **1 089 085** AIDES CONCRÈTES ET REVERSÉ **115 714 €** À CINQ ASSOCIATIONS. C'EST **3 FOIS PLUS** QU'EN **2024**. ON AVAIT PROMIS DE TRIPLER, ON A TENU PAROLE !

INDICATEUR	2024	2025	ÉVOLUTION
Aides concrètes déclenchées	392 646	1 089 085	X 3
Montant reversé aux associations	41 481 €	115 714 €	X 3
Aides par minute	0,8	2,1	X 3
Associations partenaires	5	5	=
Produits dans la gamme (fin d'année)	15	19	+ 4
Points de vente (fin d'année)	1 240	3 373	X 3

DEPUIS LE PREMIER PAQUET VENDU EN FÉVRIER **2024**, LE COMPTEUR AFFICHE **1 481 731** AIDES, ET LE MILLION EST TOMBÉ EN SEPTEMBRE **2025**.

SUR LE TERRAIN, L'ANNÉE **2025** RESSEMBLE À :

453 088

EN-CAS *distribués* EN maraude

DE QUOI OFFRIR UN EN-CAS À CHAQUE SPECTATEUR DE PLUS DE CINQ STADE DE FRANCE PLEINS.

48 TONNES

DE *fruits* ET légumes

L'ÉQUIVALENT DU POIDS DE 8 ÉLÉPHANTS.

180 234

JOURNÉES *de* PROTECTION *périodique*

SOIT L'ÉQUIVALENT D'UNE ANNÉE ENTIÈRE POUR PRÈS DE **500** FEMMES.

130 798

PORTIONS *pour* DES *étudiants*

DE QUOI DISTRIBUER UNE PORTION PAR JOUR À **1 000** ÉTUDIANTS PENDANT PLUS DE QUATRE MOIS.

**TOUT LE MONDE VEUT AIDER.
TOUT LE MONDE FAIT SES
COURSES. ON a RELIÉ *les* DEUX.**

1 PERSONNE SUR 3

**EN PRÉCARITÉ
ALIMENTAIRE**

67 % DES FRANÇAIS

DISENT VOULOIR AIDER

PRÈS D'UNE PERSONNE SUR TROIS EST EN SITUATION DE PRÉCARITÉ ALIMENTAIRE, C'EST-À-DIRE QU'ELLE N'ARRIVE PAS À FAIRE TROIS REPAS PAR JOUR (BAROMÈTRE IPSOS DE LA PRÉCARITÉ ALIMENTAIRE, **2023**). ET **67%** DES FRANÇAIS DISENT VOULOIR AIDER. L'ENVIE EST DONC LÀ. CE QUI MANQUE, C'EST LE PASSAGE À L'ACTE.

DONNER DEMANDE UN EFFORT : CHOISIR UNE CAUSE, SORTIR SA CARTE, RECOMMENCER LE MOIS SUIVANT. FAIRE SES COURSES, ON LE FAIT DE TOUTE FAÇON, CHAQUE SEMAINE, SANS Y PENSER. NOTRE PARI TIENT EN UNE PHRASE : **BRANCHER L'AIDE SUR UN GESTE QUI EXISTE DÉJÀ.**

CÔTÉ ASSOCIATIONS, LE BESOIN EST TOUT AUSSI SIMPLE. ELLES ONT BESOIN D'ARGENT RÉGULIER ET PRÉVISIBLE, TOUTE L'ANNÉE, PAS SEULEMENT ENTRE LA PINDE ET LA BÛCHE.

10 % DU CHIFFRE D'AFFAIRES. MÊME *les* MAUVAIS mois.

RAMPAM REVERSE AU MOINS 7% DE SON CHIFFRE D'AFFAIRES, PAS DE SON PROFIT, SANS SURCÔÛT POUR LE CONSOMMATEUR. EN 2025, RAMPAM SOCIAL A PERDU **XXX €** ET LES ASSOCIATIONS SONT PAYÉES QUAND MÊME. CHAQUE FAMILLE DE PRODUITS EST RATTACHÉE À UNE ASSOCIATION ET À UNE AIDE PRÉCISE.

LE *circuit* EST COURT :

1

UN MAGASIN NOUS COMMANDE DES PRODUITS.

2

SA FACTURE LANCE LE CALCUL DES AIDES.

3

TOUS LES 3 MOIS, ON FAIT LES COMPTES PRODUIT PAR PRODUIT ET ASSOCIATION PAR ASSOCIATION.

4

ON VIRE LE MONTANT À CHAQUE ASSOCIATION, QUI NOUS RENVOIE UNE ATTESTATION.

5

L'ASSOCIATION TRANSFORME CET ARGENT EN AIDE SUR LE TERRAIN.

NOS RÈGLES DE COMPTAGE SONT ÉCRITES POUR QUE PERSONNE N'AIT À NOUS CROIRE SUR PAROLE.

1 PRODUIT = 1 AIDE

CHIPS, PLATS CUISINÉS, SERVIETTES, LAVANTS MAINS

100 G DE SABLÉS = 1 AIDE

SOIT 125 G DE FRUITS ET LÉGUMES POUR LE SECOURS POPULAIRE

180 G DE COOKIES = 1 AIDE

SOIT 115 G DE FRUITS ET LÉGUMES POUR LES BANQUES ALIMENTAIRES

CHAQUE PRODUIT A SON ASSOCIATION. CHAQUE *euro* A une ADRESSE.

39 %

LE SAMUSOCIAL DE PARIS RESTE LE PREMIER BÉNÉFICIAIRE, AVEC 39 % DES MONTANTS REVERSÉS. MERCI *les* CHIPS.

ASSOCIATION	PRODUITS	AIDES 2025	REVERSÉ 2025	CE QUE ÇA FINANCE SUR LE TERRAIN
Samusocial de Paris	Chips, lavants mains	449 607	45 546 €	453 088 en-cas, soupes ou boissons chaudes en maraude, plus des douches à L'Oasis
Secours populaire	Sablés	265 249	26 525 €	33 tonnes de fruits et légumes en épiceries solidaires
Dons Solidaires	Serviettes	180 234	21 628 €	180 234 journées de protection périodique
Banques Alimentaires	Cookies	128 596	12 860 €	15 tonnes de fruits et légumes frais
Linkee	Plats cuisinés	65 399	9 156 €	130 798 portions de fruits et légumes pour des étudiants
TOTAL		1 089 085	115 714 €	

LES AIDES DU SAMUSOCIAL SONT AMPUTÉES DES LAVANTS MAINS AU DEUXIÈME TRIMESTRE.

NOTRE PREMIER ÉCHEC

LES LAVANTS MAINS

UN *produit* BIEN *intentionné* NE SUFFIT PAS : IL *faut* AUSSI *qu'il* TROUVE sa PLACE *dans* LE panier.

LE SAMUSOCIAL A REÇU MOINS QUE PRÉVU. EN 2025, ON A AUSSI CONNU L'UN DE NOS PREMIERS ÉCHECS : NOS LAVANTS MAINS, FABRIQUÉS PRÈS DE VICHY POUR FINANCER LES DOUCHES DE L'OASIS DU SAMUSOCIAL DE PARIS. LE PRIX ÉTAIT TROP ÉLEVÉ. ET LES ARGUMENTS DU PRODUIT – 99,9% D'INGRÉDIENTS NATURELS, UN EMBALLAGE EN PLASTIQUE RECYCLÉ ET RECYCLABLE – N'ONT PAS SUFFI À CONVAINCRE.

ON A DÛ ARRÊTER LA GAMME. LES RETOURS DE PRODUITS ONT RÉDUIT LES AIDES COMPTABILISÉES, ET UNE GRANDE PARTIE DE LA PREMIÈRE PRODUCTION NOUS RESTE SUR LES BRAS.

DERRIÈRE LES CHIFFRES, IL Y A DES GENS. ON *veut* MIEUX *vous* RACONTER *leur* HISTOIRE.

COMPTER LES AIDES, VÉRIFIER LES VIREMENTS, RÉUNIR LES FACTURES : C'EST INDISPENSABLE. MAIS CE N'EST PAS TOUTE L'HISTOIRE. CE QU'ON AIMERAIT VOUS RACONTER, C'EST CE QUE CES AIDES CHANGENT DANS LE QUOTIDIEN DES PERSONNES QUI EN BÉNÉFICIENT. ET CE QUE NOTRE SOUTIEN PERMET AUX ASSOCIATIONS DE FAIRE, DE MAINTENIR OU DE PRÉPARER.

AUJOURD'HUI, NOS PREUVES RESTENT SURTOUT DES CHIFFRES ET DES JUSTIFICATIFS. ILS MONTRENT CE QU'ON FINANCE, PAS ENCORE TOUT CE QUE CELA APORTE. IL FAUT QU'ON AILLE PLUS LOIN : ÉCOUTER LES PERSONNES ACCOMPAGNÉES, RECUEILLIR LEURS TÉMOIGNAGES AVEC LEUR ACCORD ET DONNER LA PAROLE AUX ÉQUIPES SUR LE TERRAIN. PAS POUR REMPLACER LES CHIFFRES PAR DE BELLES HISTOIRES. POUR MONTRER LA RÉALITÉ DERRIÈRE.

2 SUR 5

SEULEMENT DEUX ASSOCIATIONS SUR CINQ NOUS ONT RENDU UN RAPPORT DÉTAILLÉ SUR L'UTILISATION DE L'ARGENT. C'EST UN DES CHANTIERS DE 2026.

CHEZ *dong* SOLIDAIRES

**484 652
PROTECTIONS**

RAMPAM A PERMIS DE DISTRIBUER **484 652** PROTECTIONS EN **2025**, SOIT **36 047** MOIS DE RÈGLES COUVERTS ET ENVIRON **16 000** PERSONNES AIDÉES, DONT FATOU, MÈRE DE SIX ENFANTS. ENSEMBLE, AVEC LE LOSC, ON A AUSSI ORGANISÉ UN TOURNOI DE FOOT FÉMININ POUR PLUS DE **130** JEUNES FILLES.

CHEZ *banques* ALIMENTAIRES *sud* PACA

**3 306 KG
D'ORANGES**

NOS **3 034 €** ONT ACHETÉ **3 306** KG D'ORANGES : **30 055** PORTIONS DE **110 G** À **10** CENTIMES PIÈCE, DISTRIBUÉES LE JOUR MÊME AUX ASSOCIATIONS ET CCAS DE LA RÉGION. C'EST EXACTEMENT CE NIVEAU DE PRÉCISION QU'ON VEUT OBTENIR DE CHAQUE PARTENAIRE.

PARLER FORT, ÇA MARCHE.
PARLER juste, c'est OBLIGATOIRE.

EN **2025**, ON A POSÉ LA MÊME QUESTION QUATRE FOIS : SI ON PARLE PLUS FORT, EST-CE QU'ON DÉCLENCHE PLUS D'AIDES ? LA RÉPONSE EST OUI, À CONDITION QUE CHAQUE MOT TIENNE DEBOUT.

MAI

PASSAGE DANS QUI VEUT ÊTRE MON ASSOCIÉ ?

ENVIRON **2** MILLIONS DE TÉLÉSPECTATEURS. ZÉRO INVESTISSEUR. **+40 %** DE VENTES SUR LE MOIS, JUSQU'À **+70 %** DANS CERTAINES ENSEIGNES.

→ *le* JURY *n'a pas acheté.* LES consommateurs, si.

JUILLET

CAMPAGNE D'AFFICHAGE « LES MILLIARDAIRES DE LA CHIPS »

490 AFFICHES, **4** MILLIONS D'AUDIENCE ESTIMÉE, **2** MILLIONS DE PLUS VIA LA PRESSE. UNE PLAINTÉ, ET LE JURY DE DÉONTOLOGIE PUBLICITAIRE NOUS A DONNÉ TORT.

→ *un* MESSAGE *qui dérange doit* ÊTRE *blindé* MOT par MOT.

AOÛT

LANCEMENT DES CHIPS ET SABLÉS AROMATISÉS

ENVIRON 2 MILLIONS D'AUDIENCE.

→ *on* PEUT *faire* RIRE *sans* DILUER le FOND.

SEPT.

LE MILLION D'AIDES CUMULÉES

FRANCHI 19 MOIS APRÈS LE PREMIER PAQUET.

→ *la* VISIBILITÉ *ne* VAUT *que* PAR *ce* QU'*elle* FINANCE.

NOV.

LANCEMENT DE LA QUINZAINE DE LA CONSO SOLIDAIRE

HUIT MARQUES, QUINZE JOURS, UN MILLION DE PRODUITS.

→ *seul*, ON va PLUS *vite*. À *plusieurs*, ON va PLUS *loin*.

HUIT MARQUES, QUINZE JOURS, UN MILLION DE PRODUITS.

DÉBUT NOVEMBRE 2025, ON A LANCÉ AVEC SEPT AUTRES MARQUES LA PREMIÈRE QUINZAINE DE LA CONSOMMATION SOLIDAIRE, EN EXCLUSIVITÉ CHEZ CARREFOUR ET AVEC LE SOUTIEN D'ALEXANDRE BOMPARD. PENDANT QUINZE JOURS, 1 000 HYPERMARCHÉS ET SUPERMARCHÉS ONT MIS EN AVANT DES PRODUITS QUI FINANCENT UNE CAUSE, AU MÊME PRIX QUE LES AUTRES.

RÉSULTAT : 1 MILLION DE PRODUITS SOLIDAIRES VENDUS EN QUINZE JOURS, TOUTES MARQUES CONFONDUES. POUR RAMDAM, LES VENTES HEBDOMADAIRES MOYENNES PAR MAGASIN ONT BONDI DE 50 % PENDANT L'OPÉRATION.

+50 %

DE ventes PAR magasin POUR ramdam

CE qu'on EN retient : seule, UNE MARQUE SOLIDAIRE reste UNE curiosité EN RAYON. À huit, ON devient UNE CATÉGORIE QUE le DISTRIBUTEUR a INTÉRÊT À METTRE en AVANT.

LE BULLETIN DE NOTES

ON S'EST NOTÉS NOUS-MÊMES. ET on s'est MIS un « raté ».

SUR LES CINQ OBJECTIFS FIXÉS DANS LE RAPPORT 2024, DEUX SONT TENUS, UN EST RATÉ ET DEUX RESTENT À CONFIRMER CHIFFRES EN MAIN.

RENFORCER L'IMPACT PAR LES DONS

PROMIS : TRIPLER LES AIDES. FAIT : X 3, 1 089 085 AIDES.

TENU

DÉVELOPPER DE NOUVEAUX PRODUITS

PROMIS : 25 RÉFÉRENCES. FAIT : 19 RÉFÉRENCES, 4 ARRIVÉES, 4 DÉPARTS.

RATÉ

SENSIBILISER SANS MORALISER

PROMIS : TRIPLER NOTRE AUDIENCE. FAIT : ENVIRON 10 MILLIONS D'AUDIENCE CUMULÉE SUR TROIS CAMPAGNES.

TENU

SOUTENIR LES PRODUCTEURS LOCAUX

PROMIS : DOUBLER LES COMMANDES AUX PME. FAIT : VOLUMES X 2,8 ; ACHATS 2025 : **XXX €** (VS PLUS DE 500 K€ EN 2024).

À CONFIRMER

INNOVER DANS LA SOLIDARITÉ

PROMIS : 3 INITIATIVES PAR AN POUR PARLER DE SOLIDARITÉ AU PLUS GRAND NOMBRE. FAIT : LE PASSAGE DANS QUI VEUT ÊTRE MON ASSOCIÉ ? + LA QUINZAINE DE LA CONSO.

RATÉ

POURQUOI 19 *et* PAS 25 ?

PARCE QUE DÉVELOPPER UN PRODUIT EST LONG, GOURMAND EN TRÉSORERIE ET LIMITÉ PAR LES TAILLES DE BOÎTES. ON A PRÉFÉRÉ FAIRE MOINS DE PRODUITS, MAIS DES PRODUITS QUI RESTENT EN RAYON.

UNE ENTREPRISE À MISSION QUI
NE PARLE QUE DE SES RÉUSSITES,
ça s'appelle une plaquette commerciale.

VOICI 3 LIMITES QU'ON PRÉFÈRE ÉCRIRE NOUS-MÊMES AVANT QUE QUELQU'UN D'AUTRE S'EN CHARGE.

1

UN BÉNÉFICIAIRE PÈSE LOURD.

LE SAMUSOCIAL REÇOIT 39% DES MONTANTS ET LES CHIPS GÉNÈRENT 42% DES AIDES. SI LE RAYON CHIPS TOUSSE, C'EST

2

LES lavants MAINS n'ont PAS pris.

AU DEUXIÈME TRIMESTRE, ON A ENREGISTRÉ PLUS DE RETOURS QUE DE VENTES : 3 918 FLAcons ET 1 566 RECHARGES PASSÉS

UNE ASSOCIATION QUI S'ENRHUME.

EN AVOIRS.

3

ON mesure ce qu'on finance, pas
ENCORE ce que ça change.

SEULES DEUX ASSOCIATIONS SUR CINQ NOUS ONT RENDU UN
RAPPORT D'UTILISATION DES FONDS, ET LES FORMATS 40 G
N'ONT TOUJOURS PAS DE RÈGLE DE COMPTAGE TRANCHÉE.

ÉCRIRE UNE MISSION, C'EST FACILE. *c'est pour ça qu'on nous contrôle.*

TROIS REGARDS EXTÉRIEURS VÉRIFIENT QUE LA MISSION N'EST PAS QU'UN SLOGAN.

REGARD N°1

LE comité de mission

IL RÉUNIT CINQ PERSONNES : JULIE, COFONDATRICE, MARION, À
LA LOGISTIQUE, PIERRE-EMMANUEL GRANGE, FONDATEUR DE
MICRODONS, ANNE DERYCKE, DE LA FONDATION FONDAMENTAL ET
EX-SAMUSOCIAL DE PARIS, ET ANTOINE PINARD, DE LA BISCUITERIE
LOUBIO, QUI FABRIQUE NOS SABLÉS. EN 2025, IL S'EST RÉUNI
DATES XXX. NOUVEAUTÉ DE L'ANNÉE : CHAQUE
SÉANCE SE TERMINE PAR LES QUESTIONS DU COMITÉ. IL NOUS
CHALLENGE, ON RÉPOND. FINI L'EXPOSÉ À SENS UNIQUE.

REGARD N°2

L'auditeur, AUPEAM

ORGANISME TIERS INDÉPENDANT ACCRÉDITÉ COFRAC. SON AVIS,
RENDU LE 3 JUIN 2025, NE RELÈVE AUCUNE ANOMALIE
SIGNIFICATIVE : RAMPAM RESPECTE SES OBJECTIFS DE SOCIÉTÉ À
MISSION. UNE REMARQUE QUAND MÊME : NOTRE RAPPORT 2024
N'AVAIT PAS ÉTÉ PRÉSENTÉ EN ASSEMBLÉE GÉNÉRALE. CELUI-CI
LE SÉRA. PROCHAIN AUDIT EN 2028.

REGARD N°3

L'évaluation d'impact

RÉALISÉE PAR ELEMENTS IMPACT POUR NOTRE LEVÉE DE FONDS DE 1,3 M€. ELLE ESTIME NOTRE EFFICACITÉ À 0,3 WELLBY POUR 1 000 €, SOIT CINQ FOIS LE SEUIL D'EFFICACITÉ DE L'ACTION PUBLIQUE BRITANNIQUE, ET 99 % DE CET IMPACT PROFITE AUX PERSONNES AIDÉES. PRÉCISION IMPORTANTE : C'EST UNE PROTECTION, PAS UNE MESURE. IL RESTE À LA VÉRIFIER SUR LE TERRAIN.

FINANCER, C'EST BIEN. PROUVER CE QUE *ça* CHANGE, c'est MIEUX.

EN 2026, ON S'ATTAQUE À UNE NOUVELLE PRÉCARITÉ, ON DIVERSIFIE NOS ASSOCIATIONS ET ON DOCUMENTE ENFIN CE QUE NOS AIDES CHANGENT.

UNE *nouvelle* PRÉCARITÉ

LA NOUVELLE PRÉCARITÉ, C'EST CELLE DES ENFANTS. UN ENFANT SUR CINQ VIT SOUS LE SEUIL DE PAUVRETÉ. NOS GOURDES DE COMPOTE COFINANCENT DES FRUITS FRAIS POUR LES ENFANTS ACCOMPAGNÉS PAR LES RESTOS DU CŒUR, À RAISON D'UNE PORTION PAR PACK DE 4 ET DE DEUX PAR PACK DE 12. EN PARALLÈLE, ON RENFORCE LA PROTECTION MENSTRUELLE AVEC L'ARRIVÉE DES PROTÈGE-LINGERIE CHEZ DONS SOLIDAIRES.

DES *associations* CHOISIES *sur* CRITÈRES *écrits*

UN FONDATEUR ACTIF, UNE STRUCTURE APOLITIQUE ET NON CONFESSIONNELLE, UNE GOUVERNANCE TRANSPARENTE, PAS PLUS DE 50 % DE FINANCEMENT PUBLIC, ET UN POIDS DE RANDAM COMPRIS ENTRE 10 ET 20 % DE LEUR BUDGET. L'OBJECTIF EST QU'AUCUNE ASSOCIATION NE DÉPASSE 30 % DE NOS MONTANTS.

DES preuves

ON DEMANDERA UN RAPPORT D'UTILISATION À CHAQUE ASSOCIATION, AVEC AU MOINS UN RETOUR TERRAIN PAR AN. ON PUBLIERA DES RÈGLES DE COMPTAGE TRANCHÉES, FORMATS 40 G COMPRIS. ET CE RAPPORT SERA PRÉSENTÉ EN ASSEMBLÉE GÉNÉRALE. PROMIS À L'AUDITEUR, DONC PROMIS TOUT COURT.

OBJECTIF *d'aides* 2026 :

7 MILLIONS

SUPPLÉMENTAIRES

LE MODÈLE PASSE À L'ÉCHELLE. NOTRE *rigueur* AUSSI.

2025 A PROUVÉ QUE LE MODÈLE TIENT QUAND IL GROSSIT : **3** FOIS PLUS D'AIDES. ELLE A AUSSI MONTRÉ QU'À CETTE TAILLE, CHAQUE CHIFFRE ET CHAQUE MOT COMPTENT.

MERCI *aux* ASSOCIATIONS, *qui* TRANSFORMENT NOS VIREMENTS *en* AIDE *réelle*. AUX PRODUCTEURS, *qui* *fabriquent* EN *France*. AUX *enseignes*, *qui* nous FONT *de* LA place EN *rayon*. À *l'équipe*. ET À CHAQUE PERSONNE QUI A MIS UN PAQUET *ramdam* DANS SON CADDIE.



ANNEXES DISPONIBLES SUR DEMANDE : DÉTAIL DES VENTES ET DES AIDES PAR SEMESTRE, PREUVES DE VIREMENT ET ATTESTATIONS DES ASSOCIATIONS, AVIS DE L'ORGANISME TIERS INDÉPENDANT (AUPEAM, 3 JUIN 2025), ÉVALUATION D'IMPACT ELEMENTS IMPACT.