

2013 - 2014 Rapport d'activité



	Le mot de la présidente	5
	Introduction	7
1) Phase de lancement	du projet (novembre 2013 à février 2014	4) 8
	La Boutique sans argent ?	
	té totale des biens et des services ?	
	nagasins gratuits	
2) La mise en œuvre pa	artenariale : un projet co-construit a	avec
toutes les parties pren-	antes (mars à août 2014)	14
La construction pa	artenariale	14
Rendre les habitai	nts acteurs du projet :	
la stratégie locale	de la Boutique sans argent	15
Focus : Méthodes	participatives reposant sur l'économie du	don16
La Boutique sans	argent soutenue par la Région Ile-de-Fran	ıce16
Focus : L'économi	ie du don, qu'est-ce que c'est ? Et quels liei	ns
avec l'économie co	ollaborative et l'économie circulaire?	18
Communication p	artenariale	19
_	de recul	-
3) Sensibilisation et di	ffusion grand public : la communica	ation
citoyenne de la Boutiq	ue sans argent (septembre à décembre 2	2014) 21
Zones de gratuité.		21
Communication g	rand public	24
Professionnalisati	on de l'association	25
Perspectives 2015		26
L'association en 2013-:	2014	27
Elámonto budasto	imag	- 0



Être pauvre, ça se paye. D'abord empiriquement, en raison des nombreuses contraintes économiques et sociales qu'appelle l'exclusion. Mais le tribut dont doivent s'acquitter les 8,6 millions d'individus qui vivent sous le seuil de pauvreté en France est aussi symbolique. Sous

l'effet de la crise, le sentiment de solidarité envers les plus modestes s'étiole. En 2014, l'enquête Conditions de vie et aspirations du CREDOC nous révélait ainsi que 37% des Français estiment que les personnes en situation de pauvreté « n'ont pas fait d'effort pour s'en sortir », que 44% considèrent que les aides publiques aux familles « leur enlèvent tout sens des responsabilités », tandis que 64% jugent que « s'ils le voulaient vraiment, la plupart des chômeurs pourraient retrouver un emploi ». Ces quelques chiffres illustrent l'hypocrisie et la paresse intellectuelle dont nous faisons preuve dans l'appréhension des phénomènes d'exclusion : nous préférons imputer la situation de nos concitoyens démunis à la faiblesse de leur volonté plutôt qu'interroger les dysfonctionnements structurels qui l'ont engendrée. Pire, notre système de protection sociale reprend progressivement à son compte cette éthique de la culpabilité individuelle : le bénéfice des prestations sociales est conditionnée à certaines contreparties, et nous avons encore l'audace d'invoquer l'esprit civique, « les droits et les devoirs », pour justifier les contrats parfaitement léonins que nous imposons aux chômeurs, aux malades ou aux sans-abri. L'assistance ne se mérite pas. Elle est le piètre dédommagement que la collectivité publique tend aux exclus lorsque le contrat social a été rompu. À bien y regarder, les allocations ou services que nous mettons à leur disposition sont bien peu de choses à côté des mois, voire des années de privation qu'ils peuvent avoir traversés. Ayons au moins la décence de leur épargner notre suspicion.



Aux antipodes d'une société qui prospère en stigmatisant les plus fragiles, La Boutique sans argent fait le pari de l'universalité et de la gratuité intégrale. Elle entend, à sa modeste échelle, instaurer un espace qui rétablit même éphémèrement l'égalité de tous. Des biens de consommation, des activités culturelles et des services y sont proposés sans contrepartie et sans conditions de ressources ou de statut. Ils sont offerts par tous ceux qui pensent que la solidarité peut se passer de mécanismes d'intéressement et d'une contractualisation factice. Que le lien social, la mixité et la convivialité naissent de la confiance et de la reconnaissance mutuelles.

Loin d'être romantique ou illusoire, le projet commence à faire la preuve de sa pertinence et de son efficacité. L'année 2014 a permis d'ancrer l'association dans le réseau partenarial de l'économie sociale et solidaire, de participer à de nombreux événements citoyens et de faire circuler des centaines d'objets entre personnes de toute condition sociale. L'organisation a vu renforcer ses forces vives, affluer les manifestations de soutien et développer ses moyens opérationnels. Ce premier rapport d'activité retrace ainsi les principales étapes de concrétisation de notre utopie.

Ninon Overhoff, Présidente de La Boutique sans argent





La Boutique sans argent promeut par ses activités les valeurs de gratuité, de mieux-vivre ensemble et de ré-emploi des objets sousutilisés. Depuis 2014, elle organise des zones

de gratuité, événements permettant à chacun de faire don d'objets dont il n'a plus (ou peu) l'usage et de récupérer les choses qui peuvent lui être utiles : vêtements, livres, électro-ménager, accessoires, jeux pour enfants, tous les objets sont les bienvenus, à conditions d'être propres et en bon état. Il n'y a pas d'échange, pas de troc, pas de système monétaire : le fonctionnement est tout à fait gratuit et désintéressé. Notre projet est d'ouvrir un magasin gratuit, lieu stable où cette activité de don puisse être accueillie et qui soit également le siège d'animations citoyennes tout aussi bénévoles, désintéressées et gratuites. Le magasin gratuit sera ouvert à tous et nous serons particulièrement attentifs à créer les conditions de possibilité d'une véritable mixité sociale.

Le premier exercice de l'association a été extrêmement riche et jalonné d'étapes qui prouvent non seulement un développement rapide du projet mais aussi un intérêt fort pour nos activités de la part du grand public et des acteurs publics et associatifs. On pourra citer rapidement : le soutien de la Région Ile-de-France aux deux premières années de notre activité, dans le cadre de l'appel à projet « Projets socialement innovants – économie locale et collaborative », le succès public de nos premières zones de gratuité et la création d'un premier emploi au sein de l'association. En quatorze mois, nous sommes avons mené à bien une phase de lancement administratif et stratégique (novembre 2013 – février 2014), une phase de mise en œuvre de notre recherche partenariale (mars – août 2014) et enfin une phase de diffusion et de sensibilisation auprès du grand public (à partir de septembre 2014). Ce rapport d'activité annuel retrace ce travail enthousiasmant et annonce nos prochains défis dans le développement du lien social, de l'économie circulaire et, bien sûr, du don.



### Comment est née La Boutique sans argent ?

L'association La Boutique sans argent a été fondée en octobre 2013 avec l'ambition de créer à Paris ou en petite couronne un magasin gratuit ouvert à tous, qui puisse accueillir non seulement des objets dont les personnes souhaitent se défaire, mais également un ensemble d'activités et de services créés et animés par des bénévoles : un lieu vivant, convivial, et reposant sur la logique du don. Le projet est une adaptation du principe des « freeshops » ou « Umsonstladen », répandus à l'étranger, et prend également exemple sur la première expérimentation française allant dans ce sens, le Magasin pour rien de Mulhouse.

Il s'adapte particulièrement bien au contexte de la capitale pour plusieurs raisons :

- Premièrement, ses habitants sont plus confrontés que d'autres aux contraintes d'un petit logement, ce qui représente un contexte très propice au délaissement d'objets dont on n'a plus ou peu besoin. Ce point est souligné par l'étude Les secondes vies des objets : les pratiques d'acquisition et de délaissement des produits de consommation\* : la forte concentration urbaine favorise une plus grande tendance au ré-emploi des objets, démarche de consommation et de citoyenneté qui s'inscrit directement dans les mécanismes de l'économie circulaire et collaborative.
- Deuxièmement, c'est aussi là que l'isolement social pourra être ressenti de la façon la plus aiguë\*\*: relatif anonymat, peu d'interactions de voisinage, forte concentration de personnes isolées (en particulier,

<sup>\*\*</sup> CREDOC, Etude des solitudes en France, 2013



 $<sup>^{\</sup>ast}$  Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie - CREDOC, 2012

jeunes et personnes âgées isolés). Face à cette situation, il est nécessaire et urgent de créer des espaces différents, socialement porteurs, qui puissent être le lieu d'une construction de liens sociaux fondés sur l'entraide, la solidarité et la confiance entre concitoyens. C'est pourquoi le projet de La Boutique sans argent, quoique essentiellement ouvert à tous, s'axe fortement sur la vie très locale du quartier et la possibilité de mobiliser ses habitants — en tant que donateurs, en tant que donateurs, en tant que bénévoles et animateurs de projets.

- Troisièmement, le besoin social auquel La Boutique sans argent entend répondre est issu pour une large part des difficultés monétaires éprouvées par les ménages. Or, selon l'Institut d'aménagement et d'urbanisme de la région d'Ile-de-France, Paris et la Seine-Saint-Denis représentent la moitié des territoires pauvres de la région. Dans certains quartiers parisiens, tels que celui de La Chapelle Porte d'Aubervilliers, deux fois plus de foyers vivent sous le seuil des bas revenus que la moyenne parisienne (25% contre 12%).
- Enfin, pour garantir une fréquentation large du magasin gratuit, il est nécessaire qu'il soit implanté à proximité de transports en commun, dont le réseau est particulièrement riche à Paris et en petite couronne.

#### Le projet conjugue trois grands principes:





# Pourquoi la gratuité totale des biens et des services ?

Reposant intégralement sur la gratuité pour les usagers, le fonctionnement que nous proposons est le seul qui donne un accès égal aux biens et services indépendamment des revenus des personnes : une dépense de quelques euros peut être un frein pour une personne en situation de précarité.

Le projet de La Boutique sans argent promeut et s'inscrit dans l'économie du don, dont le principe est de nouer des liens sociaux d'autant plus forts qu'ils sont construits sur le don désintéressé. L'économie du don a le mérite de faire naître une importante reconnaissance vis-à-vis du donneur et de l'ensemble des personnes donneuses ; cette reconnaissance conduit souvent les personnes qui ont reçu quelque chose à faire un don à un tiers (autre que le premier donneur), ce qui tisse les liens en réseau.

Les solutions innovantes mettant en œuvre l'économie du don sont de plus en plus nombreuses et identifiées par les citoyens ; ainsi, le CREDOC note, concernant les impacts de la crise sur le lien social : « Certains soulignent la montée de l'exclusion et de l'extrême pauvreté, d'autres au contraire mettent en lumière les initiatives locales, individuelles s'appuyant sur l'entraide, de nouveaux modes de vie et d'interaction, en apportant des solutions à problèmes très concrets. « Potagers citoyens » dans lesquels des particuliers font pousser fruits et légumes en libre-service, « cafés suspendus » dont la pratique issue de Naples se répand et consiste à payer

<sup>\*</sup> CREDOC, Baromètre de la cohésion sociale 2013



en avance un café, un sandwich ou tout autre consommation à l'avance pour un futur client dépourvu de moyens, tout récemment l'expérimentation de « gratiferia » où les individus viennent donner les biens dont ils ne souhaitent plus se servir. »\* Parce qu'elle repose intégralement sur la gratuité et qu'elle construit le lien social, l'économie du don s'inscrit éminemment dans l'économie solidaire.

Comme la solution de La Boutique sans argent s'adresse à tous de manière égale, elle annule toute possibilité de stigmatisation. En ce sens, elle dépasse les solutions de solidarité « ciblée » vers un public en situation de précarité : les services gratuits pour les personnes démunies (selon des critères socio-économiques ou simplement se présentant comme telles) peuvent véhiculer malgré eux une « honte », une peur d'être stigmatisé comme « pauvre » si on y fait appel. La mixité sociale du projet de La Boutique sans argent prévient cet effet.



### Focus

### D'autres magasins gratuits...

Le principe des « freeshops » est né aux Etats-Unis dans les années 1960 et a été développé en Europe à partir des années 1990.

Aujourd'hui, le pays qui compte le plus de ces structures est l'Allemagne : malgré l'absence d'un réseau entre ces magasins gratuits et la relative confidentialité de certains d'entre eux, on peut en dénombrer une soixantaine sur le territoire national, dont sept à Berlin. Notre correspondante bénévole en Allemagne, Oriane Mack-Mallick, a pu prendre contact avec trois magasins gratuits (le Ula, le Umsonstladen Wessenessen et le Systemfehler à Berlin) et développer un dialogue avec l'un d'entre eux, qui a fait l'objet d'un article sur notre blog en octobre 2014.

Nous avons également été soutenus dès la création de notre projet par le magasin gratuit « historique » en France, le Magasin pour rien, porté par l'association mulhousienne La Maison de la Citoyenneté Mondiale. Cela nous a permis de bien circonscrire notre projet, notamment en termes d'évaluation, mais aussi de bénéficier de la volonté de son fondateur, Roger Winterhalter, de faire essaimer cette innovation sociale au-delà de l'Alsace.

Les magasins gratuits ont la particularité de pouvoir largement s'adapter au contexte local et même ultra-local en fonction de leur zone d'implantation et de ses habitants. Ainsi, par exemple, le Magasin pour rien de Mulhouse est né par essaimage du modèle de l' « Umsonstladen » de Freibourg, de l'autre côté du Rhin. Ce dernier est





implanté dans un quartier écologique et porte des valeurs militantes en termes de transition sociétale et écologique. Le Magasin pour rien, installé dans un quartier périphérique de Mulhouse proche d'un quartier d'habitat social, a quant à lui une vocation reposant nettement plus sur les principes de solidarité et de soutien aux personnes en situation de précarité.

Au cours de l'année 2014, le phénomène des magasins gratuits s'est développé en France : plusieurs structures ont ouvert (en Poitou-Charentes, dans le Nord-Pas-de-Calais, en Bourgogne, en Rhône-Alpes), ce qui montre le dynamisme du principe de gratuité et de l'économie du don dans notre pays. Le premier festival de la gratuité aura d'ailleurs lieu en juillet 2015, porté par les collectif Décroissants et auquel La Boutique sans argent est très heureuse pouvoir contribuer.

Ci-dessous et page précédente : le Systemfehler, "Umsonstladen" à Berlin





1)

### 2) Mise en œuvre partenariale un projet co-construit avec toutes les parties prenantes Mars à août 2014

3)

Dès le lancement du projet, il a été essentiel à nos yeux d'impliquer tous les acteurs dans le projet de l'association : partenaires (financiers et opérationnels) et personnes concernées (bénévoles, usagers de la Boutique sans argent). Le fonctionnement de l'association proprement dit ainsi que la gouvernance relevant de chaque aspect du projet sont solidement arrimés à la participation et à la co-construction des solutions à partir de diagnostics partagés.

## La construction partenariale

Afin d'atteindre notre objectif de toucher un public en situation de précarité tout en favorisant une forte mixité socio-économique à travers une communication large, il est apparu important d'avoir la possibilité d'implanter le projet dans ou aux abords d'un quartier prioritaire de la politique de la Ville. C'est dans cet objectif que nous nous sommes tournés vers les bailleurs sociaux dans notre démarche de recherche de locaux : la plus-value sociale de notre projet rencontre les objectifs de ces acteurs en termes de développement social et urbain.

Nous avons ainsi proposé un partenariat fort à ces acteurs : nous allouer un lieu d'activité, c'est devenir notre mécène fondateur et, à ce titre, participer à la vie du projet dès son fondement. Les instances de co-construction des projets intègrent ainsi ce mécène fondateur afin qu'il ait une implication opérationnelle réelle et reconnue.



Durant cette phase de prospection, nous avons également rencontré des acteurs susceptibles de nous aider à cadrer le projet en termes de publics et de territoires, tels que l'équipe de développement local du quartier La Chapelle – Porte d'Aubervilliers et la Mairie du XIXe arrondissement.

Par ailleurs, les étapes de création administrative et de cadrage du projet de l'association ont bénéficié de l'aide du Carrefour des Associations Parisiennes (CAP), à la fois par un accès aux modules de formation du Certificat de Formation à la Gestion Associative (CFGA) et par un soutien personnalisé en terme de cadrage et de lisibilité du projet, ainsi que d'aide à la gestion budgétaire.

Rendre les habitants acteurs du projet : la stratégie locale de la Boutique sans argent

L'idée est de construire un véritable lieu de vie et de sociabilité avec les personnes qui habitent ou fréquentent le quartier. Le magasin gratuit est ouvert à tous, indépendamment du niveau de revenus et de l'implantation géographique, mais il cherche à impliquer tout particulièrement les personnes qui seront amenées à le fréquenter régulièrement. C'est ainsi que nous avons conçu une méthodologie afin de mettre en place un programme événementiel de partage des savoirs et savoir-faire : chaque personne pourra venir proposer de partager ses connaissances ou initier à une activité artistique ou technique. Ce programme événementiel sera intégralement co-construit avec les personnes et cherchera à favoriser le pouvoir d'agir des personnes (« empowerment ») : bien que le principe repose, comme les dons d'objets, sur le don sans contre-partie et sans échange, les participants seront invités à devenir eux-mêmes animateurs d'un atelier, selon leurs centres d'intérêts et leurs compétences.



### Focus

#### Méthodes participatives reposant sur l'économie du don

Les méthodologies pour assurer une participation réelle des personnes prendront pour la plupart appui sur le modèle du « focus groupe », qui combine entretien approfondi et groupe de discussion dans le cadre d'un groupe réduit (les recommandations vont de quatre à douze personnes.) Par exemple, le comité de programmation des événements pourra d'abord structurer son approche selon le modèle du « cercle de dons ». Le cercle de dons est un processus issu de l'économie du don qui facilite les dons d'objets et de services selon les possibilités de chacun. Dans ce cas de figure, il ne concernerait que des services: chacun exprime, d'une part, une ou deux demandes de service ou d'événement qu'il souhaiterait voir mis en place (demande) et, d'autre part, propose son aide ou son intervention sur un thème qu'il a envie de partager

selon ses centres d'intérêt et savoirfaire (proposition de don). Cette façon de présenter les premiers échanges a le mérite de mettre en place les jalons de la construction des liens sociaux : chacun se met dans la position de donner et de recevoir, ce qui est propice à construire des rapports où personne ne se sent lésé. Elle permet de prendre conscience rapidement des demandes qui peuvent être satisfaites facilement (le participant A demande : « Je souhaiterais apprendre à réparer mon vélo », le participant B propose : « Je peux montrer comment réparer son vélo ») ou susciter des demandes et propositions auxquelles on n'aurait pas pensé spontanément (le participant C demande: « Je voudrais apprendre des recettes de cuisine asiatique », le participant D se rend compte qu'il peut accéder à cette demande sans avoir songé auparavant à valoriser ce savoirfaire.) Cette méthode permet donc de se valoriser en tant que personne dans le groupe et développe l'empowerment.

### La Boutique sans argent soutenue par la Région Ile-de-France

Nous avons répondu à plusieurs appels à projets lancés au début de l'année 2014. Nous sommes heureux et fiers que notre réponse ait été retenue en juillet 2014 par la Région Ile-de-France dans le cadre de son programme de soutien aux « Projets socialement innovants » relevant de l'économie locale et collaborative.



Le projet de la Boutique sans argent conjugue en effet les enjeux de l'économie collaborative et de l'économie locale avec ceux de l'économie du don. Il repose intégralement sur l'économie collaborative : les usagers du lieu de dons sont autant les fournisseurs que les bénéficiaires des biens et services offerts.

Le modèle va même plus loin que la plupart des structures d'économie collaborative, qui souvent mettent en commun l'usage d'un objet (outil de bricolage, voiture, etc.) mais où l'objet proprement dit demeure propriété d'une personne physique ou morale. Le lieu de dons favorise le délaissement des objets eux-mêmes et donc une circulation réelle des biens en fonction des besoins des uns et des autres. Il est assez probable que l'objet qu'une personne obtient dans le cadre d'un don sera redonné lorsque la personne n'en aura plus besoin ou bien que cette personne fera don d'un autre objet dont elle se rendra compte qu'elle n'a plus l'usage : on observe lors des zones de gratuité que les personnes souhaitent très souvent laisser un « contredon », qui pourtant n'est pas obligatoire ou même conseillé.

Un espace reposant intégralement sur le don incite en effet à la réflexion individuelle autour des questions du besoin : « Ai-je réellement besoin de garder cet objet que je n'ai pas utilisé depuis des années sous prétexte qu'il est à moi ? Ne serait-il pas plus utile à quelqu'un d'autre, comme l'objet que je viens de récupérer me sera utile très prochainement ? » Le principe au fondement de l'économie collaborative, la collaboration de l'ensemble des parties prenantes pour une meilleure répartition des objets utiles mis en commun et une meilleure circulation, est exactement le modèle adopté par le projet du La Boutique sans argent.

Le projet favorise également l'économie locale dans la mesure où les objets et services offerts sont issus directement du territoire d'implantation du lieu de dons. Le théoricien de l'économie du don Charles Eisenstein en rend compte ainsi : « Il est absurde d'extraire du pétrole et du métal de mines, de manufacturer une table et de l'envoyer par bateau de l'autre côté de l'océan alors que la moitié des gens de ma ville ont de vieilles tables dans leur cave. »\*

<sup>\*</sup> Charles Eisenstein, A circle of gifts, traduction française sur le site de la Boutique sans argent



### Focus

# L'économie du don, qu'est-ce que c'est ? Et quels liens avec l'économie collaborative et l'économie circulaire ?

L'économie du don repose à la fois sur la gratuité et sur l'aspect désintéressé du don (en ce sens, le troc ne relève pas de l'économie du don stricto sensu puisqu'il suppose un échange bilatéral avec une contre-partie clairement identifiée.) L'économie du don propose un modèle où les individus peuvent se défaire de biens qui leur sont superflus (objets sous-utilisés, mais aussi surplus de production pour un producteur par exemple) en les offrant, sans attendre de contre-partie directe. Le modèle permet un partage des richesses qui crée un réseau de liens sociaux très fort reposant sur la confiance: en s'inscrivant dans cette logique, l'individu sait qu'à des moments divers et sans tenir une « comptabilité » des choses données et reçues, il sera soutenu par la communauté des donateurs et donataires en cas de

besoin.

L'économie collaborative, quant à elle, a pour principe que les individus sont à la fois producteurs et consommateurs des richesses produites. Elle ne relève donc pas nécessairement de la gratuité, mais s'appuie fortement sur les valeurs de coproduction et de collaboration entre citoyens. L'économie circulaire, elle, est un modèle qui cherche à maximiser l'usage et la transformation des richesses, par opposition aux usages du « jetable », catastrophique pour l'environnement. Le premier échelon de l'économie circulaire. avant les aspects de réparation et de recyclage, est le ré-emploi direct des objets en bon état, qui pourtant se retrouvent encore trop souvent mis aux ordures. C'est dans cette logique que s'inscrit le projet de la Boutique sans argent.



### Communication partenariale

Notre recherche partenariale s'est notamment appuyée sur une communication à destination des partenaires financiers et opérationnels susceptibles d'être sensibles à notre projet. Ainsi ont été créés :

- Le site web laboutiquesansargent.org



Il a été pensé de manière à rendre l'information sur notre association et son activité la plus claire et simple possible. Un blog a été intégré au site, pour pouvoir relater chronologiquement les avancées du projet et donner une vue pas à pas de « l'aventure du gratuit ». L'article le plus partagé et le plus visité en 2014 a été le texte manifeste de l'association, « Pourquoi nous avons besoin d'une boutique sans argent à Paris » (715 likes via le site). Ce site a été créé bénévolement par Judith Tchonang-Nono Caminade, également trésorière de l'association, et Axel Bluem, développeur web bénévole de l'association

- Une plaquette partenariale présentant notre recherche de locaux. Elle a été adressée aux acteurs que notre projet pouvait intéresser et diffusée sur notre site internet.



## Réflexion et prise de recul

Enfin, un travail plus théorique a été initié dès cette étape du projet afin de pouvoir construire une véritable réflexion sur les usages et la portée de la gratuité dans le cadre du réemploi et, plus largement, de l'économie circulaire. Les recherches en sciences sociales sur l'économie du don alimentent également notre analyse.

Nous pensons qu'il est essentiel de pouvoir porter un regard scientifique sur une innovation sociale comme le projet de la Boutique sans argent, non seulement pour pouvoir piloter le projet au mieux, mais aussi pour pouvoir apporter un terrain aux études scientifiques. Un texte du chercheur américain Charles Eisenstein a notamment été traduit sur notre site, qui donne une première approche des mécanismes de l'économie du don. Nous chercherons à lier des relations avec les milieux universitaires au fur et à mesure du développement du projet associatif.



1) 2)

3) Sensibilisation et diffusion grand public : la communication citoyenne de l'association Septembre à décembre 2014

### Zones de gratuité

Forte de retours encourageants et d'un premier soutien financier effectif de la Région, l'association a cherché à partir de la rentrée 2014 à sensibiliser la grand public à son projet. Tout en étant toujours à la recherche d'un lieu d'activité qui puisse accueillir ses projets de manière stable, nous avons souhaité lancer l'activité de dons dès cette année, de manière événementielle. Les événements organisés sont appelés « zones de gratuité » et reposent sur le même principe que celui du magasin gratuit, à ceci près qu'ils se déroulent sur une ou deux journées, dans le cadre d'événements plus larges. Ces événements sont toujours le fruit d'un travail de partenariat opérationnel ; les trois zones de gratuité que nous avons animées à l'automne 2014 ont été co-organisées avec Co-recyclage.com.



#### Zone de gratuité / Festival des Utopies Concrètes (FUC)

27 et 28 septembre 2014 / Paris 19e

La zone de gratuité organisée dans le cadre du Festival des Utopies Concrètes a été un très grand succès public : sur deux jours, ce sont plusieurs milliers d'objets qui ont été donnés et récupérés, avec des participants très enthousiastes et divers (pour une part, des festivaliers sensibilisés aux questions de transition, pour l'autre part, des habitants du quartier curieux).

Zone de gratuité / Festival Sans argent, 100 ressources Eco-Business Angels / 14 novembre 2014 / à la Maison des Acteurs du Paris Durable, Paris 4e

Cette zone de gratuité a été organisée à la Maison des Acteurs du Paris Durable dans le cadre du dixième anniversaire des Eco-Business Angels. Elle a permis de faire circuler des objets apportés à la fois par des professionnels du développement durable participant à la journée et par des citoyens informés de l'action via la communication de notre association. Cet événement nous a également permis de rencontrer d'autres acteurs de l'économie sociale et solidaire et d'échanger sur nos expériences.

La journée a également été l'occasion d'une intervention de Debora Fischkandl, directrice de l'association, à la table ronde « Economie circulaire » aux côtés de Renaud Attal (Corecyclage) et de Wassim Chelfi (Upcycly).



### Zone de gratuité / Free Market de Paname

6 et 7 décembre 2014 / Paris 3e

Le Free Market de Paname accueille un marché de créateurs et des événements festifs pendant tout un week-end. La zone de gratuité dans ce cadre a permis de sensibiliser un public nouveau à nos actions et nous a donné une belle visibilité dans l'espace du Garage de Turenne.



Ces événements nous ont permis de rencontrer un public très réceptif à nos actions et à nos valeurs, indépendamment du lieu et des sensibilités personnelles de chacun. Un grand nombre de personnes s'est intéressé à la structure, en nous interrogeant et en nous laissant leurs coordonnées afin d'être informés des avancées du projet.

Souvent, passé la surprise initiale face au principe de gratuité totale, les personnes ont montré une grande reconnaissance vis-à-vis du donataire anonyme et de notre association.

La générosité est « contagieuse » : le plus souvent, les personnes souhaitent laisser un objet, parfois quelque chose qu'ils portent sur eux, sur la zone de gratuité lorsqu'ils ont trouvé eux-mêmes leur bonheur. Certains vont jusqu'à retourner chez eux pour faire à leur tour un geste de solidarité en apportant des objets dont ils n'ont plus besoin — ou, comme cela est arrivé, pour nous apporter des gâteaux faits maison!





### Communication grand public

S'appuyant sur le site web de l'association existant depuis le printemps, notre stratégie de communication grand public est essentiellement numérique, afin de nous assurer une grande réactivité et de restreindre au maximum les effets environnementaux qu'aurait une communication principalement papier.

Nous avons créé une page facebook (plus de 800 likes en décembre 2014), qui a été relayée par nombre de pages partenaires ou sensibles à nos actions, et un compte twitter. Cette stratégie a porté ses fruits : dès le mois de septembre, où ces deux outils ont été créés, et en concomitance avec le début de la sensibilisation publique événementielle, le site de l'association a

enregistré une fréquentation de son site en hausse de près de 800% par rapport aux mois précédents (2800 visiteurs uniques en septembre).

En octobre, nous avons également créé une newsletter qui permet d'informer de nos prochaines actions et de l'actualité de l'association. Elle est envoyée environ une fois par mois aux personnes qui se sont inscrites lors d'événements ou via le site de l'association.



Ci-contre : une édition de la newsletter



Par ailleurs, et en complément de cette communication dématérialisée, un matériel de communication événementiel a été créé, comprenant des éléments signalétiques réutilisables que nous mettons en place lors de nos événements, des étiquettes accrochées aux objets données et créées à partir de matériaux de récupération, des flyers imprimés sur papier recyclé nonblanchi.

# Professionnalisation de l'association

Debora Fischkandl a été recrutée en CDI au mois d'octobre 2014 afin de faire face au développement du travail de terrain, de partenariat et de gestion administrative de l'association. Il s'agit d'un contrat CAE-CUI, soutenu par Pôle Emploi, et il intègre une part de formation externe : ainsi, en plus de son activité salariée, Debora Fischkandl a validé au second semestre 2014 un Certificat de Formation à la Gestion Associative (CFGA), dont les modules théoriques ont été dispensés au Carrefour des Associations Parisiennes (CAP).





Forte de l'important développement de son activité au cours de ce premier exercice, l'association entend mener plusieurs chantiers en 2015.

Premièrement, l'activité de « zones de gratuité » sera poursuivie, en cherchant à développer des partenariats diversifiés qui puissent favoriser la diffusion des principes de don et de gratuité auprès de publics divers : étudiants, personnes en situation de précarité, personnes sensibilisées aux enjeux environnementaux mais aussi néophytes... Nous aurons également l'occasion de nous associer à l'été 2015 au premier festival de la gratuité en France, qui se tiendra dans la Drôme.

Deuxièmement, et parallèlement à cette diffusion grand public de nos activités, nous poursuivrons notre recherche d'un lieu qui puisse accueillir notre activité de manière stable. Dans cette optique, nous explorons de nouvelles voies qui puissent assurer une part de fonds propres financiers, tout en restant dans une logique résolument solidaire et reposant sur le don : ainsi travaillons-nous sur un projet de café à prix libre qui puisse compléter harmonieusement l'activité du magasin gratuit et diversifier nos sources de revenus tout en restant ouvert à tous, suivant les principes fondateurs de l'association.





Conseil d'Administration Présidente : Ninon Overhoff

Trésorière: Judith Tchonang-Nono Caminade

Membres actifs Axel Bluem Oriane Mack-Mallick

Salariée Debora Fischkandl



### Eléments budgétaires

#### **Financements**

En juillet 2014, l'association a obtenu un financement de deux ans de la Région Ile-de-France, dont la première partie, s'élevant à 11 000 euros, a été versée dès cette année. Par ailleurs, l'association bénéficie depuis octobre 2014 d'une aide à l'embauche de Pôle Emploi (un an renouvelable) : un contrat CAE CUI, aidé à hauteur de 1020 euros mensuels.

#### Charges financières

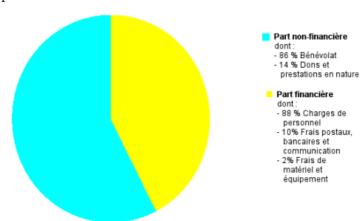
Les dépenses de l'association pour cet exercice ont été de 4218 euros, réparties en charges de personnel (88%), frais postaux, bancaires et communication (10%) et frais de matériel et équipement (2%).

Valorisation du bénévolat et des prestations en nature L'association a bénéficié de travail bénévole et de prestations gratuites estimées à 5730 euros, soit :

484 heures bénévoles, valorisées au SMIC horaire,

800 euros de prestations, incluant la gratuité de la formation au CFGA et l'emplacement alloué gratuitement à nos activités événementielles.

Les objets donnés dans le cadre de notre activité de zones de gratuité n'entrent pas dans ce calcul.



Conformément à son attachement à faire vivre les principes de l'économie du don, l'association a bien tenu son objectif de faire reposer son activité sur une part non-financière majoritaire, puisque celle-ci représente près de 58% du budget global de l'association.





Association loi 1901 SIRET 79997211200012