

MONOPRIX

Information presse

Le 1^{er} juillet 2019

93% des Français pensent que « même s'il y a beaucoup de monde en ville, on peut très facilement se sentir seul(e) ». Depuis 10 ans, la Fondation d'entreprise Monoprix s'engage pour rompre les solitudes en ville.

En 2019, la Fondation d'entreprise Monoprix fête ses 10 ans. L'occasion de dresser un bilan de ses actions et de dévoiler les résultats d'une étude menée en partenariat avec Ipsos sur le thème « Les Français et la solitude en ville »¹.

LES FRANÇAIS ET LA SOLITUDE EN VILLE, LA MALADIE DU LIEN DANS NOTRE SOCIÉTÉ

Cette étude dévoile les différents aspects d'un phénomène qui concerne toute la société. Dans un contexte de défiance, plus de 9 personnes sur 10 (91%) affirment que la période actuelle favorise la solitude.

Les Français pensent que les personnes les plus concernées par la solitude sont les personnes âgées (83%), les personnes sans-abri (57%) et les personnes en situation de handicap ou ayant des problèmes de santé (55%). En réalité, 60% des personnes souffrant de solitude sont des femmes (vs 53% sur l'ensemble de la population), 38% ont moins de 35 ans (vs 31% sur le total des Français) et 28% sont dans une situation de précarité² (vs 22% pour tous les Français).

Les Français souffrant de solitude mettent en avant 3 facteurs principaux :

- Des événements soudains comme une rupture sentimentale pour 39 % de ceux qui sont touchés par la solitude.
- Les contraintes de vie et en particulier l'absence de relation amoureuse pour 50% des personnes souffrant de solitude, l'absence de relation sociale (40%), des revenus faibles, des problèmes financiers (39%) ou encore le fait de ne pas travailler (38%).
- Et leur état psychologique. 45% des personnes souffrant de solitude disent manquer de confiance en elles. Elles ressentent par ailleurs également un sentiment fort d'être incomprises (30%).

LA FONDATION MONOPRIX, 10 ANS D' ACTIONS SOLIDAIRES AU CŒUR DES VILLES

Créée en 2009, la Fondation d'entreprise Monoprix prolonge l'implication de l'enseigne au cœur des villes, en participant à la création et au renforcement du lien social. Son action se concentre autour de deux axes : l'accès à l'alimentation et aux produits de première nécessité

¹ - L'étude, menée par Ipsos, pour la Fondation Monoprix, a été conduite auprès d'un échantillon représentatif de 1 500 Français de 18 ans et plus, vivant dans des villes de 10 000 habitants et plus, interrogés online via le panel Ipsos, du 8 au 15 avril 2019.

² Revenus annuels nets du foyer de 24 000 euros ou moins.

et la lutte contre la solitude en ville. Pour les cinq prochaines années, la Fondation d'entreprise Monoprix s'engagera plus particulièrement dans la lutte contre la solitude face à la rue.

10 ANS DE DON DE MARCHANDISES



Quel impact ? Au cours des dix dernières années, la Fondation d'entreprise Monoprix a coordonné le don de 67,5 millions d'euros de marchandises, alimentaires et non-alimentaires, à plus de 300 associations comme les Banques alimentaires, la Croix Rouge, le Secours Populaire Français, Emmaüs ou encore les Restos du Cœur. Pour la partie alimentaire, cela représente

l'équivalent de 28 millions de repas distribués.

Elle est aussi devenue un mécène financier de taille en contribuant directement à hauteur de 2,5 millions d'euros à 160 projets différents permettant de soutenir en priorité les personnes en situation de précarité et les sans-abri qui sont les premières victimes de la solitude extrême. Enfin, son engagement passe aussi par la sensibilisation de ses collaborateurs dont près de 1 000 participent chaque année aux Jours Solidaires, en devenant bénévoles pour une association ou en s'impliquant activement dans un projet social.

LA FONDATION MONOPRIX, UN SOUTIEN INDISPENSABLE AUX ASSOCIATIONS

La proximité relationnelle, la convivialité, le vivre ensemble et la solidarité sont des valeurs défendues au quotidien par Monoprix. Depuis maintenant 10 ans, la Fondation d'entreprise Monoprix les incarne en œuvrant au service de l'intérêt général et en soutenant des projets portés par diverses associations dans le but d'accompagner, au cœur des villes, celles et ceux qui sont les plus isolés.

En témoigne le partenariat avec Unis-Cité et son programme « Les Intergénéreux » qui vise à lutter contre l'isolement des personnes âgées tout en offrant une plateforme de participation citoyenne aux plus jeunes. Depuis 2015, la Fondation Monoprix soutient l'association à travers collectes et ventes de produits ainsi que des campagnes de sensibilisation en magasin. Unis-Cité a également été la première association à bénéficier de l'opération L'ARRONDI, permettant aux clients Monoprix d'arrondir leur achat à l'euro supérieur.

Confiance et écoute sont les maîtres mots de l'engagement solidaire de la Fondation qui choisit chaque année une quinzaine de projets à soutenir. Ces partenaires associatifs reconnaissent l'impact déterminant du soutien de la Fondation d'entreprise Monoprix. En effet, 98 % des associations assurent que l'aide apportée a permis de consolider leur projet et 75 % s'accordent à dire que cela les a crédibilisées auprès d'autres partenaires tout facilitant l'innovation et l'expérimentation³.

³ Evaluation d'impact menée par le cabinet d'études EEXISTE conduite entre mars et mai 2019 auprès de l'ensemble des partenaires associatifs.

L'impact sur le terrain ainsi que les résultats de l'étude Ipsos confortent la Fondation d'entreprise Monoprix dans la mission solidaire qu'elle poursuit.

A propos de Monoprix :

Monoprix est une enseigne du GROUPE CASINO. Leader du commerce de centre-ville avec une présence dans plus de 250 villes en France à travers 3 formats d'enseigne (Monoprix, monop' et Naturalia). Monoprix opère environ 800 magasins, compte 21 000 collaborateurs et a réalisé, en 2018, 5 milliards d'euros d'activités. Pour plus d'informations, entreprise.monoprix.fr

CONTACTS PRESSE :

Monoprix – Arnaud Beaudou

abeaudou@monoprix.fr - Tél. : 01 78 99 86 35

Thomas Marko & Associés – Sylvain Camus

monoprix.corporate@tmarkoagency.com - Port. : 06 12 16 38 60