



DOSSIER DE PRESSE

CAMPAGNE L'ARRONDI SOLIDAIRE PAR LA BANQUE POSTALE

Contact : Gaëlle Mercier

✉ gaelle.mercier@microdon.org

☎ 06.85.00.47.91





SOMMAIRE

1. **L'ARRONDI solidaire**
2. **Campagne et visuels**
3. **Communiqué de presse**
4. **Associations mises en lumière dans la campagne**
5. **Partenaires**
6. **FAQ**
7. **Contact**

A circular inset image on the left side of the page shows a close-up of a person's hand using a credit card machine. The hand is pressing a button on the machine. The background of the inset shows a checkout counter with some items and a cash register. The rest of the page has a light blue gradient background.

L'ARRONDI EN CAISSE

1. L'ARRONDI PAR LA BANQUE POSTALE : LE RÉFLEXE SOLIDAIRE DU QUOTIDIEN

Proposé par l'entreprise sociale microDON certifiée ESUS et B-Corp, L'ARRONDI par La Banque Postale est la première solution de don participatif intégrée aux gestes du quotidien en France. Proposé depuis 2009, il permet à chacun de faire un micro-don de quelques centimes à une association d'intérêt général, en un clic, sans contrainte.

L'ARRONDI solidaire est aujourd'hui :

- Accessible : disponible dans plus de 7 000 points de vente de 40 enseignes variées : grande consommation / alimentaire, magasins spécialisés sur tout le territoire, pour un don d'en moyenne 0,35 ct d'euros en 2024
- Volontaire : un geste libre et anonyme
- Solidaire : plus de 87 millions d'euros collectés, dont 16 millions en 2024

Adopté par 1 Français sur 2*, L'ARRONDI par La Banque Postale transforme les petits gestes individuels en un puissant levier collectif. Il soutient des associations sélectionnées parmi les très grandes associations françaises et internationales, comme des acteurs locaux, ou de jeunes acteurs associatifs, agissant dans tout type de secteurs : social, environnement, grande précarité, recherche médicale, enfance & éducation...



Un outil simple, ancré dans le quotidien, pour une solidarité à grande échelle !

**Selon l'enquête Opinion Way x microDON réalisée en 2024*



CAMPAGNE ET VISUELS

2. CAMPAGNE ET VISUELS

CONCEPT DE LA CAMPAGNE

Derrière chaque “oui” à L'ARRONDI, une histoire d'impact.

À l'heure où les associations font face à une baisse de leurs financements et une augmentation des besoins, L'ARRONDI par La Banque Postale repart en campagne pour amplifier un geste simple, quotidien et accessible à tous : arrondir ses achats pour soutenir une cause solidaire.

À travers cette nouvelle campagne qui comprend des visuels et des vidéos pédagogiques incarnés par des partenaires réels de l'ARRONDI, nous valorisons des projets concrets rendus possibles par les micro-dons du quotidien, avec le soutien de citoyens, d'enseignes engagées et d'associations partenaires.

L'objectif de cette campagne : faire connaître, expliquer, et donner envie de dire OUI à ce réflexe solidaire connu par plus de 60% des Français pour augmenter l'impact positif de cette solution au bénéfice des associations partenaires. L'occasion également de répondre aux idées reçues et aux erreurs qui circulent parfois sur l'ARRONDI.

Pour incarner cette campagne orchestrée par microDON, entreprise sociale du Groupe La Banque Postale, du 9 au 22 juin 2025, 4 associations ont été sélectionnées parmi les centaines d'associations partenaires de l'ARRONDI : l'ARSLA, Handi'Chiens, Secours populaire, et Toutes à l'Ecole. Deux enseignes partenaires (Galeries Lafayette et Groupe Casino) font également partie du dispositif, qui comprend des visuels statiques et animés ainsi que des vidéos pédagogiques destinées aux réseaux sociaux permettant de répondre aux idées reçues.



Découvrir la campagne

VISUELS



MOZOO, L'AGENCE DERRIÈRE LA CAMPAGNE

Mozoo, c'est l'agence spécialiste de la publicité et du brand content, dans tous les nouveaux mondes digitaux. Notre mission est de réenchanter la publicité digitale, en aidant les marques à explorer les nouveaux espaces de créativité et de storytelling. Depuis 2010, Mozoo accompagne les plus grands annonceurs mondiaux dans la conception, la production et la diffusion de contenus innovants, performants et adaptés aux attentes et usages des audiences.

MOZOO

A circular inset image on the left side of the page shows a close-up of a hand holding a black cable connected to a microphone with a grey foam windscreen. The background of the entire page is a light blue gradient.

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

microDON part en campagne avec L'ARRONDI pour amplifier le réflexe de générosité des Français

A compter du 9 juin, microDON lance un nouveau dispositif de communication autour de L'ARRONDI solidaire, afin de convaincre plus de Français à faire l'arrondi en caisse au bénéfice des associations partenaires. Cette campagne de notoriété met en lumière les projets concrets de 4 associations soutenues grâce à ces dons. Cette nouvelle mobilisation de microDON, entreprise sociale du groupe La Banque Postale, s'inscrit pleinement dans l'ambition de la banque de développer la finance citoyenne.

Alors que le secteur associatif a plus que jamais besoin de trouver des sources de financement pérennes - les financements des associations ont baissé de 41% entre 2005 et 2020 - L'ARRONDI, une marque de l'entreprise solidaire microDON, filiale du groupe La Banque Postale, incarne un modèle de générosité simple, efficace et accessible à tous. Déjà adopté par un Français sur deux, ce dispositif permet d'arrondir ses achats en caisse pour faire un micro-don à une cause d'intérêt général. Chaque jour, c'est plus de 7000 magasins et 40 enseignes qui participent à cette dynamique de générosité embarquée.

Dans ce cadre, L'ARRONDI par La Banque Postale lance, dès le 9 juin 2025, une nouvelle campagne incarnée, accessible et pédagogique, centrée sur l'impact. Son objectif : accroître la notoriété du dispositif, accélérer son adoption par le grand public et amplifier la collecte au profit des associations en valorisant l'impact et le fléchage des dons.

Articulée autour d'un plan média digital, DOOH et print cette campagne, réalisée avec l'agence Mozoo, met en lumière 4 projets de solidarité, d'éducation et de santé rendus possibles grâce aux dons collectés chaque jour, pour les associations partenaires (Secours Populaire, Toutes à l'école, et l'Association de Recherche sur la Sclérose Latérale Amyotrophique, HANDI'CHIENS). Elle est complétée par 3 courtes vidéos, relayées sur les réseaux sociaux, qui déconstruisent les préjugés sur le don en caisse.

« Avec plus de 86 millions d'euros collectés dont 16 en 2024, microDON par La Banque Postale démontre le rôle majeur de la générosité embarquée pour les acteurs associatifs français, dont le budget de certains est assuré à 30% par les campagnes d'arrondis solidaires en caisse. Pour mobiliser davantage de citoyens et transformer chaque acte d'achat en une action solidaire, 4 associations partenaires incarnent l'impact positif de l'ARRONDI dans cette nouvelle campagne, qui valorise à la fois l'engagement des citoyens et la puissance du micro-don comme outil de solidarité à grande échelle. Elle témoigne de l'engagement de La Banque Postale, à travers microDON, à développer la participation de tous à une finance citoyenne. » déclare Pierre-Emmanuel Grange, Fondateur de microDON par La Banque Postale.

Dispositif média

- Campagne d'affichage urbain et digital du 09/06 au 22/06 dans toute la France avec une forte présence dans les gares, réseaux de métros et de bus
- Campagne digitale sur les réseaux sociaux du 09/06 au 22/06 sur Tik Tok et Instagram

Contact presse :

Marion Soulet – marion.soulet@laposte.fr – 06 25 57 37 68



**ASSOCIATIONS
MISES EN
LUMIÈRE DANS
LA CAMPAGNE**

ASSOCIATIONS MISES EN LUMIÈRE DANS LA CAMPAGNE

microDON accompagne plus de 400 associations soutenues par des collectes d'ARRONDI en caisse chaque année. Dans le cadre de cette nouvelle campagne de notoriété, nous avons choisi de mettre en lumière 4 associations emblématiques parmi les acteurs soutenus par L'ARRONDI, en écho aux causes qui mobilisent le plus les Français : l'éducation, la recherche médicale, la grande précarité et le soutien aux personnes malades. L'ARSLA, Handi'Chiens, Secours populaire et Toutes à l'école incarnent cet engagement quotidien en faveur d'un impact concret, porteur de sens et d'espoir. Grâce aux dons des Français, chaque centime devient un geste de solidarité pour ces causes essentielles.



L'ARSLA, Association pour la Recherche sur la Sclérose Latérale Amyotrophique (SLA ou maladie de Charcot) est, depuis 40 ans, l'association nationale de référence sur la SLA.

L'association se mobilise aux côtés de milliers de personnes malades, proches aidants, professionnels de santé et chercheurs pour vaincre la maladie de Charcot : une maladie neurologique invalidante et incurable qui condamne 5 nouvelles personnes chaque jour en France et pour lesquelles l'espérance de vie est réduite en moyenne à 3 ans, après le diagnostic.

Pour cela, l'ARSLA s'engage autour de 3 grandes missions :

- Financer directement les équipes de chercheurs
- Apporter de l'aide aux personnes malades et aux aidants
- Défendre les droits des personnes malades et sensibiliser les politiques et le grand public.

Présente sur tout le territoire grâce à l'engagement de ses bénévoles, elle est au plus proche des personnes malades et en lien avec tous des acteurs de la SLA (institutions privées, acteurs du soin, pouvoirs publics, etc.).

Les ressources de l'ARSLA sont à 92% issues de la générosité privée (particuliers, entreprises et fondations). Son action est guidée par une conviction forte : face à cette maladie grave et encore trop méconnue, il faut rester du côté de la vie, de la dignité, et de l'espoir.

Chaque année au mois de juin, l'ARSLA porte Éclats de Juin, sa grande campagne nationale de mobilisation. Marine Lorphelin ambassadrice de l'association s'engage cette année aux côtés de Pauline 22 ans, atteinte de la maladie de Charcot. Pensée comme un mois d'action, cette initiative fait passer la SLA de l'ombre à la lumière, en mobilisant citoyens, familles, entreprises, médias et institutions. Courses solidaires, défis connectés, rencontres, plaidoyer, événements... Éclats de Juin transforme l'indifférence en engagement, et l'urgence en énergie collective.

En 2025, l'ARSLA célèbre ses 40 ans et se prépare à devenir fondation, pour aller plus loin, plus fort, plus durablement. Son engagement reste intact : accompagner chaque personne, faire reculer la maladie, et bâtir un avenir de victoires collectives.

Pour en savoir plus : www.arsla.org - contact@arsla.org

ASSOCIATIONS MISES EN LUMIÈRE DANS LA CAMPAGNE

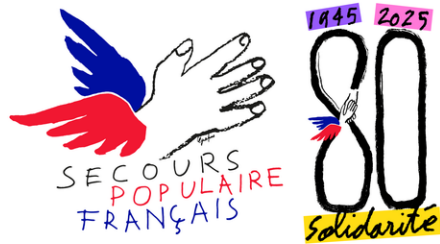


HANDI'CHIENS forme et remet gratuitement des chiens d'assistance à des personnes en situation de handicap et/ou de vulnérabilité. Ces chiens remplissent des missions individuelles, auprès d'enfants ou d'adultes, et des missions collectives, au sein de structures médico-sociales, scolaires ou judiciaires, en soutien à des professionnels.

Grâce à un réseau solidaire de plus de 800 bénévoles, dont 350 familles d'accueil et 60 délégués, chaque chien bénéficie d'une éducation bienveillante, rigoureuse et adaptée à sa future mission. HANDI'CHIENS agit dans six grands domaines : handicap moteur, épilepsie, assistance d'éveil (autisme, trisomie, polyhandicap), accompagnement social, réussite scolaire et assistance judiciaire.

Depuis 1989, l'association a remis plus de 3 500 chiens d'assistance, dont plus de 500 chiens à missions collectives, qui ont permis d'accompagner plus de 2 millions de personnes en situation de fragilité.

👉 www.handichiens.org – Le lien qui unit l'humain et le chien au service d'une grande cause .



Tout ce qui est humain est nôtre

Jour après jour, ici comme ailleurs, le Secours populaire, association reconnue d'utilité publique, agit pour un monde plus juste et plus solidaire, en permettant à chacun de s'émanciper et de trouver sa place de citoyen, là où il vit, travaille ou étudie. Issu du peuple, animé par lui, le Secours populaire promeut une relation d'égal à égal véritablement unique et un accueil inconditionnel. Présent partout, au bout de la rue comme au bout du monde avec son réseau de partenaires, il valorise systématiquement l'initiative comme mode d'action. L'organisation de l'association est profondément décentralisée et chaque animateur-collecteur bénévole peut ainsi agir : actions d'urgence, actions dans la durée, accompagnement global, sur les plans matériel, alimentaire, médical, moral, juridique, de formation, d'insertion sociale et professionnelle, d'accès au droit, à la culture et aux loisirs, au numérique, etc. Animateurs-collecteurs bénévoles comme partenaires, entreprises et donateurs, adultes comme enfants dès le plus jeune âge... tout le monde est invité à passer à l'action, à s'émanciper, à vivre la solidarité jour après jour. Enfant de la Résistance, le Secours populaire est lucide sur les obstacles, il est clairement désireux de peser sur les conséquences, sa façon d'y contribuer est d'inviter chacune et chacun à y prendre part en s'abstenant de tout clivage : il rassemble et crée du lien autour des valeurs partagées. Son engagement est un combat. Un mode d'action. Il est sur le pont. Là où ça bouge. Là où ça compte. Il a, tout naturellement, un rôle de vigie vis-à-vis des pouvoirs publics.



L'association Toutes à l'école, créée par la journaliste Tina Kieffer en 2006, offre une éducation de haut niveau à 1700 petites et jeunes filles issues de la grande pauvreté au Cambodge.

Situé à 12 kilomètres de Phnom Penh, son campus Happy Chandara scolarise ses élèves de la maternelle à la terminale, avec 100 nouvelles petites filles inscrites chaque année. Après leur baccalauréat (100% de réussite), l'association continue de les soutenir financièrement pour leurs études supérieures et les héberge au sein de ses deux foyers dans la capitale près des universités.

La prise en charge des élèves et étudiantes de Toutes à l'école est globale, avec sur son campus un centre médico-social et dentaire, deux internats pour les plus fragiles et une ferme agroécologique afin de fournir ses cantines en fruits et légumes bios pour les 2000 repas servis chaque jour.

En apportant une instruction de qualité bilingue à ces petites filles défavorisées, l'objectif de Toutes à l'école est qu'elles deviennent des femmes libres et instruites, capables de transmettre à leur tour le meilleur à leurs enfants et de jouer un rôle utile pour leur pays.



PARTENAIRES

NOUS REMERCIONS CHALEUREUSEMENT TOUS NOS SOUTIENS QUI RENDENT POSSIBLE CETTE CAMPAGNE.



Verifone crée des écosystèmes pour le commerce en ligne et en présentiel, comprenant tout ce dont les entreprises ont besoin - des dispositifs de paiement sécurisés aux outils de commerce en ligne, en passant par les services d'acquisition, les analyses de données, et bien plus encore. En tant que leader mondial de la fintech, Verifone favorise le déploiement de l'omni-commerce pour les entreprises dans plus de 165 pays et bénéficie de la confiance des marques les plus connues au monde, des petites entreprises comme des grandes institutions financières. La plateforme Verifone s'appuie sur une histoire de plus de quatre décennies d'innovation et de sécurité sans compromis, gérant chaque année plus de 12 milliards de transactions d'une valeur de plus de 500 milliards de dollars sur les canaux physiques et digitaux. Pour en savoir plus, consultez le site www.verifone.com/fr/fr.



**Always Designing
for People®**

Concevoir de meilleurs modes de travail grâce à des solutions à la pointe de la technologie, des services haut de gamme et des expériences uniques qui permettent aux collaborateurs d'atteindre pleinement leur potentiel. Ressources Humaines, gestion des talents, des temps et de la paie, basées sur les données et conçues pour vos collaborateurs.

Pour en savoir plus, rendez-vous sur fr.ADP.com



Forvis Mazars est un réseau mondial de référence de services professionnels. Opérant sous une marque unique dans le monde entier, le réseau compte deux membres seulement : Forvis Mazars, LLP aux Etats-Unis, et Forvis Mazars Group, SC, un partnership international intégré opérant dans plus de 100 pays et territoires. Les deux membres du réseau partagent un même engagement : offrir à chaque client une expérience inégalée, en fournissant des services d'audit, de fiscalité et de conseil, partout dans le monde. Cette vision stratégique commune doit permettre à nos clients et nos collaborateurs, mais aussi, plus largement, à notre secteur d'activité et à nos communautés, de continuer à se développer.

Solidement appuyé sur ses valeurs de transmission, Forvis Mazars est un acteur social responsable œuvrant à travers différentes politiques à l'égalité des chances, le partage et l'innovation sociale plus largement.





Grâce à ses marques, ses innovations et ses technologies, Henkel détient des positions mondiales fortes auprès des industriels comme des consommateurs. L'activité Adhesive Technologies est leader mondial des adhésifs, des produits d'étanchéité et des revêtements fonctionnels. Avec son activité Consumer Brands, Henkel détient des positions de leader sur de nombreux marchés et catégories dans le monde, en particulier pour les soins des cheveux et pour les lessives et produits d'entretien. Les trois premières marques internationales du Groupe sont Loctite, Persil (Le Chat en France) et Schwarzkopf. En 2024, Henkel a réalisé un chiffre d'affaires de plus de 21,6 milliards d'EUR et un bénéfice d'exploitation ajusté d'environ 3,1 milliards d'euros. Les actions préférentielles Henkel sont listées à l'indice boursier allemand DAX. Le développement durable fait partie intégrante de l'histoire de Henkel et le Groupe a dans ce domaine une stratégie claire avec des objectifs concrets. Fondé en 1876, Henkel s'appuie aujourd'hui sur une équipe empreinte de diversité, de près de 47 000 personnes à travers le monde – unies par une culture forte, des valeurs d'entreprise et une raison d'être partagées : « Pioneers at heart for the good of generations ». Pour en savoir plus, rendez-vous sur www.henkel.fr

Henkel en France

Henkel est en France un acteur clé des produits de grande consommation (soins des cheveux, détergents et produits d'entretien) et des technologies adhésives. Avec des marques aussi connues que Le Chat et Mir, Schwarzkopf, Loctite et Rubson, les produits Henkel sont présents dans près de 70% des foyers français. Présent dans l'hexagone depuis plus de 50 ans, Henkel France a son siège à Boulogne Billancourt et développe des relations fortes avec de nombreux partenaires locaux. Le groupe s'appuie sur près de 870 salariés et deux sites industriels (Villefranche-sur-Saône et Epernon), exportant 90% de leur production. Pour en savoir plus, rendez-vous sur www.henkel.fr



Brasseur leader avec une large gamme de bières, HEINEKEN Entreprise est au cœur des régions avec ses 4 brasseries en France.

À travers sa feuille de route « Brassons un Monde Meilleur », HEINEKEN Entreprise s'engage en matière d'environnement, de responsabilité sociale et de consommation responsable.

En partenariat avec microDON depuis 2019, les collaborateurs contribuent à cet engagement collectif avec l'arrondi sur salaire qui s'intègre dans sa politique RSE.



Worldline [Euronext : WLN] accélère la croissance des entreprises de toutes tailles - rapidement, simplement et en toute sécurité. S'appuyant sur des technologies de paiement de pointe, une expertise locale et des solutions personnalisées à destination de centaines de marchés et d'industries, Worldline favorise la croissance de plus d'un million d'entreprises dans le monde.

Worldline a généré un chiffre d'affaires de 4,6 milliards d'euros en 2024.

La raison d'être de Worldline est de concevoir et exploiter des services de paiement et de transactions numériques pour contribuer à une croissance économique durable et renforcer la confiance et la sécurité dans nos sociétés. Worldline les rend respectueux de l'environnement, accessibles au plus grand nombre, tout en accompagnant les transformations sociétales.





FAQ

QUESTIONS FRÉQUENTES

Qu'est-ce qu'un micro-don ?

Le micro-don désigne un don de faible montant de quelques centimes à quelques euros, et correspond à une nouvelle possibilité pour chaque citoyen d'exprimer sa générosité dans des actes du quotidien, plus souvent. Sur le principe des petits ruisseaux qui forment les grandes rivières, les micro-dons, additionnés les uns aux autres, représentent une opportunité de financement de plusieurs millions d'euros pour les projets associatifs d'intérêt général ou d'utilité publique.

Où vont les dons ?

Les dons vont à des associations bénéficiaires, choisies en amont par les entreprises souvent avec la contribution de leurs salariés. microDON s'assure que les associations respectent les critères de l'intérêt général et audite les structures avant leur onboarding.

Pour L'ARRONDI solidaire en magasin, le nom des associations est affiché sur les terminaux de paiement électroniques et/ou sur la PLV (publicité sur le lieu de vente).

Sous quelle modalité ?

Les fonds collectés grâce à L'ARRONDI en caisse sont reversés par microDON en s'appuyant sur la technologie d'eZyness, établissement de monnaie électronique du groupe La Banque Postale agréé par l'ACPR (autorité de contrôle de la Banque de France en charge de l'agrément et de la surveillance des établissements bancaires, d'assurance et de leurs intermédiaires). microDON est enregistré comme agent prestataire de services de paiement d'eZyness dans le [registre des agents financiers](#) publié par l'ACPR. Pour contrôler le reversement des fonds par les enseignes, microDON se connecte directement à leurs systèmes d'information par l'intermédiaire de ses partenaires techniques et collecte des données qui sont confrontées aux données comptables des enseignes.

Pourquoi l'ARRONDI solidaire n'est pas déductible des impôts ?

Le montant des dons (d'une moyenne de 35 centimes d'euros en 2024) est trop faible pour justifier l'émission d'un reçu fiscal. Les coûts associés au traitement de la demande et à l'émission du reçu dépasseraient la valeur de votre don. Les dons réalisés dans le cadre de L'ARRONDI en caisse n'ouvre donc pas droit à l'émission d'un reçu fiscal.

Les enseignes ont-elles des avantages fiscaux vis-à-vis des dons des clients ?

Non, l'enseigne ne bénéficie d'aucune défiscalisation liée au montant des dons collectés : ce sont bien les clients qui donnent et non l'enseigne, qui est organe collecteur. De même, les enseignes ne récupèrent aucune commission sur les dons. Elles reversent la totalité de la collecte aux associations bénéficiaires.

Nous sommes déjà tellement sollicités... pourquoi participer ?

Pour éviter tout phénomène de sur-sollicitation, les équipes de L'ARRONDI travaillent à développer des campagnes solidaires sur des temps limités.

Mais L'ARRONDI solidaire reste dans tous les cas une démarche volontaire que vous êtes libre d'accepter ou refuser à tout moment.

Par rapport à d'autres outils de collecte plus classiques :

- Il reste accessible à tous par son faible montant
- Il est facilité par sa forme : intégré dans des actes de la vie courante
- Il ne pose aucune contrainte en matière d'engagement
- Il offre la possibilité de contribuer à son échelle à quelque chose de plus important grâce au collectif

Autant de raisons qui ont déjà séduit des millions de Français, y compris des non donateurs qui ont trouvé à travers L'ARRONDI une manière plus simple, indolore et sans contraintes de donner quand ils en ont envie !

Pourquoi microDON et La Banque Postale ont choisi de lancer une campagne de notoriété pour L'ARRONDI ?

La campagne vise à renforcer la visibilité et l'impact de L'ARRONDI solidaire, solution de générosité embarquée dans les paiements proposée par microDON, entreprise sociale de La Banque Postale. Elle s'inscrit dans le cadre de sa stratégie d'entreprise à mission, en ligne avec ses objectifs environnementaux, sociaux et territoriaux. L'objectif est d'accroître la notoriété de L'ARRONDI pour maximiser les collectes auprès des Français et générer un impact sociétal positif.

Pourquoi ces associations ont-elles été choisies pour la campagne ?

Les associations sélectionnées (Secours Populaire, Toutes à l'école, ARSLA) parmi les nombreuses associations soutenues par les campagnes d'arrondi en caisse sont des partenaires qui incarnent des causes variées alignées avec les préoccupations des Français. La campagne permet de montrer concrètement comment leurs dons soutiennent des projets de solidarité, d'éducation et de santé. Pour Toutes à l'école et l'ARSLA, des campagnes d'arrondi en caisse seront par ailleurs lancées en juin 2025.

Quel est le dispositif de la campagne ?

La campagne repose sur une approche multicanale, intégrant des dispositifs print, digital, affichage DOOH et social media. Elle est conçue pour maximiser la couverture et la répétition avec un ton ludique et accessible. La campagne inclut également des vidéos pédagogiques qui déconstruisent les préjugés sur le don en caisse.

100 % des dons sont-ils reversés aux associations ?

Les dons collectés via L'ARRONDI sont reversés à hauteur de 100 % aux associations bénéficiaires. 10 % des collectes sont ensuite prélevés aux associations, qui servent à financer le fonctionnement de microDON, entreprise sociale agréée ESUS (Entreprise Solidaire d'Utilité Sociale) et certifiée B Corp. Ce modèle économique permet de garantir la viabilité et la qualité du dispositif : accompagnement des enseignes et des associations, développement technologique, traçabilité des flux financiers, et sécurisation des dons. Ces 10 % ne sont donc pas des frais prélevés par un acteur financier tiers, mais la contribution nécessaire pour faire fonctionner un outil de collecte solidaire rigoureux, transparent, et accessible au plus grand nombre.

A hand holding a smartphone, with a blue circle overlay containing the word CONTACT.

CONTACT

CONTACT

Vous souhaitez en savoir plus sur la campagne, obtenir des visuels ou organiser un échange avec nos équipes ? Notre contact presse est à votre disposition :

Gaëlle Mercier

gaelle.mercier@microdon.org

+33 (0) 6 85 00 47 91



Télécharger le kit de communication



FONDATION
NATURE
DECOUVERTES
SOUS L'ÉGIDE DE LA FONDATION DE FRANCE

FAITES UN DON EN CAISSE,
AGISSEZ AVEC NOTRE FONDATION

En demandant L'ARRONDI à un autre
à l'euro supérieur donné avec L'ARRONDI
à une association membre de
la Fondation Nature & Découvertes