

Téléthon Marques et enseignes se mobilisent

A l'occasion du Téléthon, les 3 et 4 décembre prochain, enseignes et marques se mobilisent dans un grand "shopping solidaire, parce que chaque geste compte". Certaines enseignes font de la "vente de produits partage" : elles proposent à leurs clients un large choix de marchandises dont une partie des recettes revient au Téléthon. Picard, par exemple, présente 16 recettes, accessibles à tous. Pour chaque produit acheté, Picard reverse 10 centimes au Téléthon. Carrefour a choisi de vendre des sapins naturels : pour un sapin acheté, 50 centimes sont redonnés. Shopi, enfin, met en avant des porte-clefs "Eugène" aux couleurs du Téléthon ou encore des bouquets de roses : un bouquet acheté, 1,5 € reversé... Côté grandes surfaces, 310 hypermarchés (Auchan, Carrefour,



Géant, E.Leclerc, etc.) s'engagent dans cette opération, organisée par Circular France. Cette fois, les consommateurs ont la possibilité de choisir des produits parmi les 17 marques partenaires (Orangina, Maxwell House, Le Petit Marseillais, Justin Broussin...), puis font valider les achats par l'é-

quipe d'animation. Ici, les marques reversent de 12 à 18% du prix de vente au Téléthon. L'opération est aussi relayée sur 3 sites de shopping en ligne : chronodrive.com, ooshop.com et telemarket.fr. En 2009, les 9 groupes industriels participants et 16 de leurs marques ont reversé 560 000 € au Téléthon grâce aux achats consommateurs. Faire ses courses, se faire plaisir et avoir un geste citoyen est donc possible. ■ Emmanuelle Kalfon