

Les commerces et le caritatif fricotent à Noël



Fabien et Mathieu emballent les cadeaux des clients de la Fnac au profit de Caritas. Des bougies destinées à l'opération «un million d'étoiles» sont vendues à cette occasion. (PASCAL FRAUTSCHI)



FÊTES Les grands magasins ont chacun leur politique en matière d'emballage. à notre clientèle»

CAROLINE ZUMBACH

En cette période de Fêtes, les grandes surfaces se tournent vers les associations caritatives pour mieux servir leur clientèle. Ce partenariat original permet aux œuvres d'entraide de récolter des dons et de se faire connaître en emballant les cadeaux de certains magasins. En retour, ceux-ci peuvent montrer leur profil caritatif. Si le modèle semble des plus charitables, il permet également à certaines grandes enseignes d'emballer les paquets à moindres frais.

A la Fnac, Ariane Labezière, attachée de presse, se défend de faire la moindre économie de personnel grâce à la présence de Caritas: «Nous ne remplaçons pas notre personnel par des gens de Caritas puisque nous ne faisons pas d'emballages normalement. La présence de cette association nous permet d'offrir une prestation supplémentaire à notre clientèle.» Du côté de l'œuvre caritative, aucune impression d'être exploités, au contraire. Cette action leur permet de récolter des dons. Les travailleurs sont payés par Caritas via une boîte de placement. Aucune rémunération n'est donnée par la Fnac mais l'association peut vendre ses propres bougies et en garder tous les bénéfices. «L'avantage pour nous, c'est aussi que nous sommes au chaud. Souvent, ce genre d'action a lieu dans les rues», précise, Fabien, engagé par Caritas pour l'occasion. Chez Payot, c'est la Croix-Rouge jeu-

«La présence de Caritas nous permet d'offrir une prestation en plus

ARIANE LABEZIÈRE, ATTACHÉE DE PRESSE DE LA FNAC SUISSE

nesse qui emballe les livres avec l'aide des employés du magasin. La direction rémunère la Croix-Rouge et lui laisse l'intégralité des dons. «Cette activité représente la recherche de dons principale de la Croix-Rouge jeunesse et lui permet de financer ses activités tout au long de l'année», précise Françoise Diggelmann, responsable de la communication à la Croix-Rouge genevoise. En 2008, l'association avait récolté plus de 28 000 francs en emballant des paquets à la Fnac et à Media Markt.

Même s'il n'y a aucune obligation de donner de l'argent, les clients offrent en moyenne entre 2 et 5 francs. «C'est l'occasion de faire une bonne action» explique Thierry, un client de la Fnac. Seul inconvénient, la qualité des paquets n'est pas forcément toujours parfaite... Chez Payot, on remédie à cela en formant les bénévoles à l'emballage.

Paquet cadeau payant

Certaines grandes enseignes préfèrent tout de même assurer leurs emballages malgré le coût que cela implique. Ainsi, Manor engage 8 personnes pour la période précédant Noël. Globus engage 10% d'employés en plus durant les mois de novembre et de décembre et à Coop City Fusteric, trois étudiants travaillent tout le mois de décembre à plein temps.

Le paquet cadeau gratuit et confectionné avec soin par des professionnels semble en voie de disparition. En la matière, C&A

fait office d'original puisqu'aucune possibilité de faire emballer son cadeau n'existe. Le client devra le faire lui-même après avoir payé sa pochette entre 50 centimes et 4 fr. 50. «Notre but est de garder les prix de nos produits le plus bas possible. Nous ne voulons pas répercuter le coût des paquets cadeaux sur l'ensemble de nos clients alors qu'ils ne sont pas forcément tous intéressés par ce service», précise le manager Peter Gadiant.



La Croix-Rouge jeunesse finance ses activités grâce à ces opérations d'emballage. (FRISCA FRUTSCH)