



Communiqué de presse
22 octobre 2018

Le Carillon devient un réseau national et développe ses services dédiés aux personnes sans-abri

*Désormais implanté dans 7 villes en France, le réseau de commerçants solidaires
Le Carillon ouvre un numéro vert et lance la première campagne d'information
adressée aux personnes sans-abri.*

Lancé à Paris en 2014, Le Carillon est désormais présent dans 6 autres villes et ouvre un numéro vert, le **0800 94 88 11**, pour se faire connaître plus facilement des personnes sans-abri. Une campagne de publicité, la première à destination de ces personnes, est également lancée pour les inviter à se rendre chez un commerçant du réseau ou solliciter de l'aide en composant le numéro.

Le Carillon, devient un réseau national de commerçants solidaires avec 7 villes en France

Comptant plus de 700 commerçants solidaires à Paris, Marseille, Nantes, Lyon, Lille, Bordeaux, Strasbourg, le réseau du Carillon **propose aux personnes sans-domicile un ensemble de petits-services toujours gratuits** (recharger son téléphone, réchauffer un plat, accéder aux WC, boire un café, imprimer un document, etc.) et identifiable grâce à des pictogrammes collés sur la vitrine du commerçant et accompagnés du logo Carillon. **Ensemble, ils ont rendu plus de 40 000 services en deux ans.**

Parce qu'il est difficile de toucher à grande échelle les personnes sans-domicile (qui sont 5124¹ rien qu'à Paris), **le Carillon lance la première campagne d'information qui s'adresse directement aux personnes sans-abri.** L'objectif est de faire connaître le réseau et d'inciter les personnes sans-abri à pousser la porte des commerçants proposant ces services.

Un numéro vert pour orienter les personnes sans-abri vers le réseau

Pour faire connaître le réseau et aider à faire franchir la porte des commerçants, Le Carillon lance un **numéro de téléphone gratuit à destination des personnes sans-abri : 0800 94 88 11**. Celles qui le souhaitent pourront entrer en contact avec des membres de l'association, pour obtenir des informations, être redirigées et éventuellement accompagnées vers les commerçants où la porte leur sera toujours ouverte. Le numéro sera, dans un premier temps, mis en place quelques semaines en phase test, et pourra par la suite se prolonger en fonction du résultat de l'opération.

¹ [nombre de personnes sans-abri recensées à Paris dans la nuit du 15 au 16 février 2018](#)

La création d'un numéro vert est une réponse aux besoins identifiés lors d'un focus group, réalisé avec plusieurs personnes sans-domicile en début d'année, afin de comprendre leurs difficultés. En interrogeant les personnes sans domicile sur leurs perceptions, ressentis, il a été possible d'identifier des freins qui peuvent empêcher une personne à la rue de franchir la porte d'un commerçant solidaire. Les principaux ? Seules, elles n'osent pas toujours pousser la porte d'un commerce pour demander de l'aide. Le manque de confiance en elles et le manque de confiance dans les commerçants pour celles qui ont été rejetées par le passé, sont des freins majeurs auxquels la mise en place d'un numéro vert veut répondre.

Le numéro vert est un outil essentiel pour élargir le champ d'action du Carillon, car si les bénévoles arpentent les rues pour aller à la rencontre des personnes sans domicile, le réseau ne peut aller à la rencontre de tous. L'ambition est de faire désormais venir les personnes sans-abri vers le Carillon, par un simple coup de fil.

La première campagne de publicité qui s'adresse directement aux personnes sans-abri

Le Carillon lance la première campagne de publicité ciblant directement les personnes sans-abri. Le message, qui incite les personnes sans-abri à prendre contact avec le Carillon, se veut à la fois rassurant et engageant. Il est diffusé en priorité sur les médias dont le focus group a révélé qu'ils pouvaient être efficaces auprès de ce public : radio, affichage urbain, métro, affichage municipal.

La campagne détourne les moyens d'expression propres aux personnes sans-abri (inscriptions sur un carton, s'adresser aux passagers du métro) pour transmettre les messages des commerçants, et plus globalement du réseau du Carillon.

La campagne d'affichage comporte une série de photos, les portraits de 6 commerçants membres du réseau. Les personnes sur ces photos sont tous de vrais commerçants du Carillon ayant accepté de se prêter à l'exercice. Un spot radio est également diffusé, reprenant les appels à la solidarité dans le métro.



La campagne a été conçue en pro-bono par TBWA\Corporate et photographiée par Quentin Houdas avec la collaboration de la Fondation Abbé Pierre,

Les commerçants représentés dans la campagne et leurs services :

- Guillaume, La Commune Immobilier (11e) : photocopier un document, envoyer un courrier
- Charly, Poissonnerie Lacroix (11e) : boire un verre d'eau, recharger son téléphone
- Clément, Dans la Foulée (11e) : utiliser les toilettes, accéder à une trousse de premiers soins
- Alix, Kodama (2e) : recharger son téléphone, accéder au WIFI
- Isabelle, Muesli's Bar (2e) : téléphoner, utiliser les toilettes
- Jonathan, JFL Opticiens (11e) : réchauffer un plat, appeler les secours

Grâce aux espaces gracieux offerts par plusieurs régies et mairies, la campagne sera par exemple visible dans toutes les gares parisiennes mais aussi en affichage urbain dans les villes où le Carillon s'installe, dans le métro, à la radio notamment sur Europe 1, RMC, NRJ, MFM, BFM ainsi que sur les supports d'affichage associatif (bains-douches, maisons des associations).

A propos du Carillon

Le Carillon est un réseau de commerçants solidaires qui proposent des petits services gratuits à tous ceux qui en ont besoin.

Le réseau du Carillon cherche à favoriser la création de liens humains afin que personne ne se sente seul. Les échanges de services, s'ils ont clairement pour objectif de répondre aux besoins primaires (boire, manger, se soigner), visent surtout à favoriser la création de liens durables. Les commerçants qui font partie du réseau sont identifiables grâce à des pictogrammes qui sont affichés sur leur devanture et qui indiquent les différents services qu'ils offrent.

Contacts presse :

TBWA\Corporate - lecarillon@tbwa-corporate.com

Chloé Tisseuil - Sophie Noel

01 49 09 25 15 / 25 54

Le Carillon - communication@lecarillon.org

Marine Huntzinger

06 21 82 60 50