Bilan des « red kettles » – Armée du Salut USA

Nous reprenons ici certains éléments du bilan de l'opération RED KETTLES, bilan dont vous trouverez le bilan détaillé ici , ou là sur les sites de l'Armée du Salut américaine.

La campagne des marmites rouges a permis de recueillir un montant record de 103 million d'euros, et ce malgré la récession. Le bilan de l'an dernier s'élevait à 96 million d'euros.

Outre le dispositif habituel (bénévoles, célébrités, partenariats), cette campagne (lancée le jour de Thanksgiving à l'occasion du match des Dallas Cowbows), s'appuie désormais également sur internet via une multitude de dispositifs.

Classiquement, des marmites sont disposées physiquement pour recueillir des dons dans 25 000 emplacements à travers le pays, et des bénévoles assurent une présence physique sur les trottoirs et dans les centres commerciaux.
Les centres commerciaux partenaires tels que Walmart et Sam's Club ont permis ainsi de récolter 29% du total des dons.

Par ailleurs, la fondation Wallmart a versé 900 000 euros.

2 000 boutiques Kroger ont permis de récolter environ 8 million d'euros (8% du total de la campagne physique).

Un partenariat avec Target a permis de récolter 900 000 euros. Une opération particulière a été menée avec Hasbro, 5% des ventes étant reversée du 6 au 12 décembre.



Outre sa participation au dispositif physique, la chaine de magasins JCPenney a lancé un mini site permettant « d'adopter un ange », et plus concrètement de faire parvenir des cadeaux aux personnes concernées. Plus de 10 000 enfants et adultes ont pu ainsi être « adoptés ».

Une application Iphone, permettant de jouer la musique caractéristique a été développée, téléchargée par 59 000 internautes dans 47 pays.



Sur le site CoinCatch (ici) , un jeu gratuit permet de remplir sa marmite avec des pièces, un donateur anonyme ayant promis

de reverser l’équivalent au profit de la section de Detroit.

le site onlineredkettle, en ligne depuis 5 ans, a permis de récolter un montant de plus 1,4 million d’euros soit une augmentation de 100% par rapport à 2008.

Par l’intermédiaire de ce site, le visiteur est invité à créer sa propre marmite de collecte et à la diffuser auprès de ses proches pour qu’ils y déposent leurs contributions.

Indépendamment du dispositif RED KETTLE, les dons en ligne effectués en novembre et décembre, ont récolté plus de 7 million d’euros, soit une augmentation de 5,6% par rapport à 2008.

La présence de l’Armée du Salut sur Facebook, Twitter et d’autres réseaux sociaux a contribué à développer le bénévolat et les dons.

graphiques tirés du blog de l’Armée du Salut

DOING THE MOST GOOD

2009 Red Kettle Income Fact Sheet

The Salvation Army set a new fundraising record for its Red Kettle Campaign in 2009, raising more than $139 million to help people in need. The 119-year old campaign is the largest annual fundraiser of its kind and ran from Thanksgiving Day, November 26 until December 24th. An estimated 25,000 volunteers staffed red kettles on street corners nationwide to collect spare change and other donations. Below is a fact sheet, highlighting key fundraising statistics from the 2009 campaign, along with information for the previous five years.









