

RAPPORT COVID-19

Depuis le début de la pandémie



LES OPÉRATIONS

Depuis le début de la pandémie, nous avons dû, exceptionnellement, acheter des denrées afin d'offrir une grande diversité de produits en quantités suffisantes pour nos organismes. Nous avons fait ce qu'il fallait pour répondre aux besoins de nos citoyens.

- **Plus de 550 000 \$** ont été attribués à l'achat de denrées. Nous parlons de palettes de pâtes, fruits et légumes variés, de beurre de noix, etc.
- Nous avons devancé **le projet de livraison afin de combler les besoins** du réseau des organismes que nous soutenons.
- Nous avons **augmenté le nombre d'employés dans l'entrepôt** afin de pallier aux tâches excédentaires liées à la Covid-19.

Augmentation de la distribution de denrées selon les demandes d'aide alimentaire reçues

Mois	Augmentation distribution (%)	Total valeur marchande (\$)
Avril	123%	36 466 000 \$
Mai	51%	
Juin	62%	
Juillet	17%	
Août	9%	
Septembre	28%	
Octobre	14%	
Novembre	24%	
Décembre	41%	
Janvier	13%	
Février	21%	

LIAISON COMMUNAUTAIRE

- **Plus de 300% d'augmentation** d'appels enregistrés pour des demandes d'aide alimentaire reçues depuis mars 2020.
- **Nous avons multiplié nos actions auprès des organismes non membres** afin de répondre aux demandes urgentes.
- **Augmentation des quantités de denrées remises** à nos organismes accrédités (**41%**).

Nous avons remis pour **315 000\$ en cartes cadeaux d'épicerie à nos organismes** pour atténuer les dépenses à venir et couvrir le manque de denrées qu'ils pourraient connaître.

GOUVERNANCE

- Dès le 16 mars et jusqu'au début juillet, notre C.A. s'est tenu informé quotidiennement afin d'être aux faits et permettre d'être plus réactif.
- Les comités du C.A. ont continué leurs projets parallèlement à la gestion de la Covid-19.

RAPPORT COVID-19

Depuis le début de la pandémie



DÉVELOPPEMENT PHILANTHROPIQUE

Annulation de nos événements:

- 24e tournoi de golf annuel,
- Dîner du club des présidents,
- La cueillette qui redonne,
- La grande récolte pour les enfants,
- Tirage Roulez sans Faim.

Nous nous sommes tournés vers l'élaboration de campagnes virtuelles.

-
- L'accent a été mis sur le rayonnement de l'organisme sur les réseaux sociaux.
 - Nous avons quadruplé la portée organique de la page Facebook et de la page LinkedIn de Moisson Rive-Sud en investissant uniquement dans une stratégie numérique organique.

Nous avons créé des alliances corporatives avec un pomiculteur et un acériculteur de notre territoire, afin d'appuyer notre région et leurs délices artisanaux.

- Plus de 3000 produits de la pomme et de l'érable concoctés pour Moisson Rive-Sud ont été vendus dans le réseau.
-

LE BÉNÉVOLAT

- Nous avons diminué le nombre de bénévoles admis dans nos installations.
- Nous avons annulé tous les groupes corporatifs.
- Nous avons annulé tous les groupes scolaires.
- Nous avons diminué les stages.
- Nous avons accueilli des bénévoles pour des tâches administratives de suite à une forte demande d'implication.
 - La préparation des ensembles cadeaux de la pomme
 - La préparation des ensembles cadeaux de l'érable
 - Les remerciements et les appels pour reconnaître la générosité de nos donateurs
 - Et plus encore!

Nous ramenons l'humain à la philanthropie;

- Nous avons pu adapter, conjointement avec nos bénévoles, nos méthodes de remerciement afin d'offrir à nos précieux donateurs une reconnaissance personnalisée.
-