

Rapport Annuel

2025



SAFE DRINKING WATER
IS EVERYONE'S BUSINESS

Sommaire

Édito	3
Mot du Directeur Général	4
L'essentiel	6 - 9
Célébrer 20 années d'excellence au Cambodge	10 - 12
Du changement de cap au succès : engendrer un impact en milieu urbain	14 - 15
Affiner notre modèle : l'approche "mid-scale"	16 - 18
Une évolution pour OWE Vietnam	20
Perspectives pour 2026	22
Partenariats et Reconnaissance	24 - 27
Rapport financier	29 - 31

Édito

Chères amies, chers amis,

2025 fut une année si intense qu'elle nous donne le sentiment d'avoir duré bien plus que 12 mois. Et pourtant, c'est bien dans cet intervalle relativement court que tant d'événements se sont déroulés.

Cette année a été marquée par de multiples crises : un conflit armé entre la Thaïlande et le Cambodge, le renversement quasi-simultané des gouvernements à Madagascar et au Népal, le secteur international du développement secoué par le choc de la fermeture de USAID.

Rien ne laissait présager toutes ces difficultés, ni leurs multiples conséquences pour les populations que nous accompagnons à travers nos projets.

Face à ces défis, nos équipes ont incarné un message fort : celui d'une organisation résiliente, profondément ancrée dans les réalités locales, capable de s'adapter à des contextes volatiles et de fournir en continu un service essentiel d'accès à l'eau potable aux populations, même en cas d'urgence.

Je tiens à remercier l'ensemble de nos amis et partenaires, qui nous ont permis de traverser ces crises avec les ressources et la flexibilité nécessaires.

2025 a également marqué une année de transition importante pour notre organisation. En septembre, Pierre-André Térissé a succédé à Julien Ancelet après dix années de direction générale. Je tiens à remercier sincèrement Julien pour son engagement à nos côtés, qui a permis à 1001fontaines de franchir des étapes décisives. Je me réjouis également de l'arrivée de Pierre-André.

Grâce à nos équipes et partenaires locaux, 1,5 million de personnes peuvent désormais boire une eau potable au quotidien, dont près de 400 000 enfants qui bénéficient de livraisons gratuites de bonbonnes à l'école. L'impact de 1001fontaines a ainsi continué de croître en 2025. Garantir la qualité de notre eau jusqu'au point de consommation et la continuité de son approvisionnement reste plus que jamais un service vital.

2026 posera certainement de nouveaux défis, mais avec votre soutien et votre confiance, je suis convaincu que 1001fontaines, avec ses talents engagés, poursuivra son développement de manière résiliente et pérenne.

Bien à vous,

Yves Bernaert
Président de 1001fontaines



Mot du Directeur Général

Mes premiers mois chez 1001fontaines ont été consacrés à l'écoute de nos équipes et bénévoles, ainsi qu'à des visites dans chacun de nos pays d'opération. J'ai également rencontré François Jaquenoud, notre co-fondateur, car je souhaitais entendre la genèse de cette formidable aventure. De ces échanges, j'ai retenu deux mots, que je pense être au cœur du projet 1001fontaines : **échelle** et **innovation**.

ECHELLE : plus de 4 milliards de personnes n'ont toujours pas accès à une eau potable.

Face à ce constat, une question s'impose : comment faire davantage ?

Passer à l'échelle signifie bien sûr répliquer des solutions durables.

Au Cambodge, il y a vingt ans, tout a commencé en couvrant quelques villages. Aujourd'hui, ce sont 18 provinces et plus de 350 *Water Kiosks*. Puis, nous avons conçu et fait grandir un autre modèle à Madagascar, dans la ville de Tamatave. Il y a bientôt deux ans, nous avons commencé à dessiner au Bangladesh un pilote adapté aux villages du sud-ouest du pays. Et en 2025, nous avons initié un projet au Népal. Ce sont désormais quatre projets.

Mais au-delà de l'ouverture de nouveaux territoires, l'enjeu est aussi de penser plus grand : au Cambodge, 10 millions de personnes vivent dans les villages ; au Bangladesh, sur un territoire d'une taille équivalente, elles sont plus de 100 millions. **Comment répondre à ces besoins, comme nous l'avons fait au Cambodge, mais à une échelle bien supérieure ?**

INNOVATION : elle est au cœur de notre parcours et, me semble-t-il, la clé du passage à l'échelle. Guidée par le terrain, elle répond aux besoins des équipes comme des populations locales. Au Cambodge, tout a démarré en adaptant les lampes UV des refuges alpins pour traiter l'eau à un coût minimal. À Tamatave, l'innovation s'est traduite par le choix de kiosques urbains, desservis par une unité de production unique, et le recyclage de jerricanes d'huile végétale plutôt que l'importation de bonbonnes.

C'est grâce à ces solutions innovantes, adaptées aux réalités locales, que nous trouverons les réponses aux grands enjeux qui attendent 1001fontaines :

- **au Bangladesh**, étendre notre pilote à une région, puis deux, puis sur l'ensemble des zones rurales du pays
- **au Népal**, capitaliser sur le pilote pour explorer de nouvelles voies
- Enfin, **en Afrique**, trouver un ou plusieurs points d'entrée à partir desquels nous pourrions passer à l'échelle.

Grandir en innovant, le projet 1001fontaines est plus vivant que jamais, de quoi inspirer un nouveau chemin pour les 20 prochaines années.

Amicalement,

Pierre-André Térissé
Directeur Général de 1001fontaines





L'essentiel

Depuis 2004, 100fontaines élabore et déploie des solutions pérennes d'accès à l'eau potable pour les populations vulnérables.

Zones rurales



Site de production



Livraison à domicile



Consommateurs

Selon la densité de population, le site de production d'eau potable peut être soit un *Water Kiosk* géré par un entrepreneur, soit une infrastructure de taille moyenne, exploitée par des équipes plus nombreuses. Le site assure la production et la distribution de bonbonnes de 20 litres d'eau potable jusqu'au domicile des consommateurs, y compris les plus isolés.

Zones urbaines



Usine de production



Points de vente



Consommateurs

Dans les zones urbaines, des usines de production d'eau plus importantes desservent des points de vente décentralisés, au plus près des foyers de populations vulnérables.

La qualité de l'eau est garantie depuis la production jusqu'au point de consommation et son prix est abordable, rendant le service universel. Tous les efforts convergent vers notre vision : celle d'un monde où chacun peut boire une eau potable et vivre en meilleure santé.



CAMBODGE

Partenaire local : Teuk Saat 1001

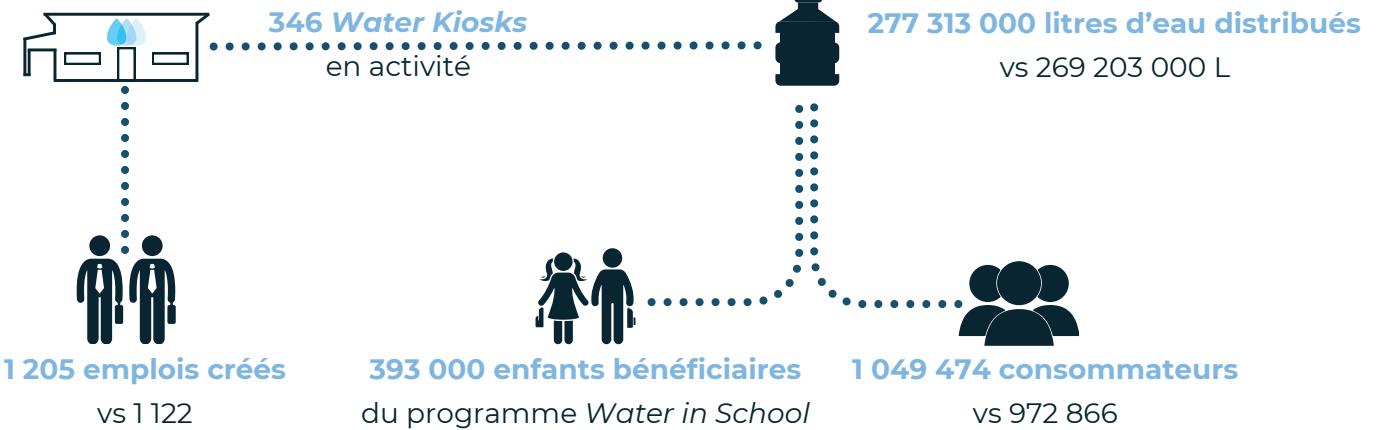
Contexte

En 2025, notre réseau de *Water Kiosks* a continué sa montée en performance, notamment grâce à la réhabilitation des sites de production, à l'accompagnement des entrepreneurs afin d'augmenter leurs ventes, ainsi que par l'amélioration des processus de livraison.

Le lancement, en décembre 2025, d'une unité de production de plus grande capacité, le *Water Kiosk 600+*, constitue également une avancée majeure. Cette nouvelle infrastructure permettra une production allant jusqu'à 600 bonbonnes par jour, contre 100 bonbonnes pour les *Water Kiosks* classiques.

Par ailleurs, nous avons continué de développer le programme *Water in School*, afin de garantir un accès durable à l'eau potable pour les enfants scolarisés.

Chiffres clés 2025 vs 2024



Objectifs 2026

- Lancer deux *Water Kiosks 600+*
- Intégrer les enjeux de résilience climatique au cœur de notre activité, notamment via des études menées avec des instituts de recherche internationaux
- Poursuivre l'institutionnalisation du programme *Water in School*, en renforçant son intégration dans les politiques publiques et en déployant des actions de formation à l'échelle nationale
- Définir et enclencher le plan à trois ans de Teuk Saat 1001



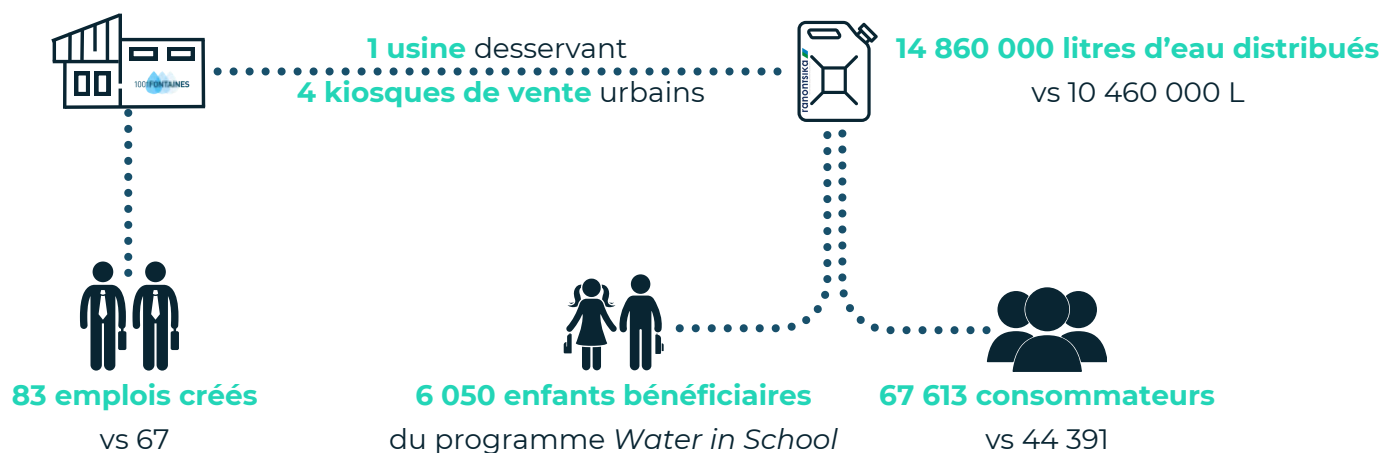
Contexte

Notre modèle “Hub & Spoke” mis en place à Tamatave continue de démontrer son potentiel, tant en termes d’impact que de viabilité économique. Les infrastructures existantes ont atteint leur pleine capacité, nécessitant un réinvestissement dans la capacité de production de l’usine, ainsi qu’une réflexion approfondie sur les perspectives de croissance. Par ailleurs, malgré un contexte politique et environnemental instable, les équipes ont fait preuve d’une grande résilience en 2025, assurant la continuité des services y compris en temps de crise.

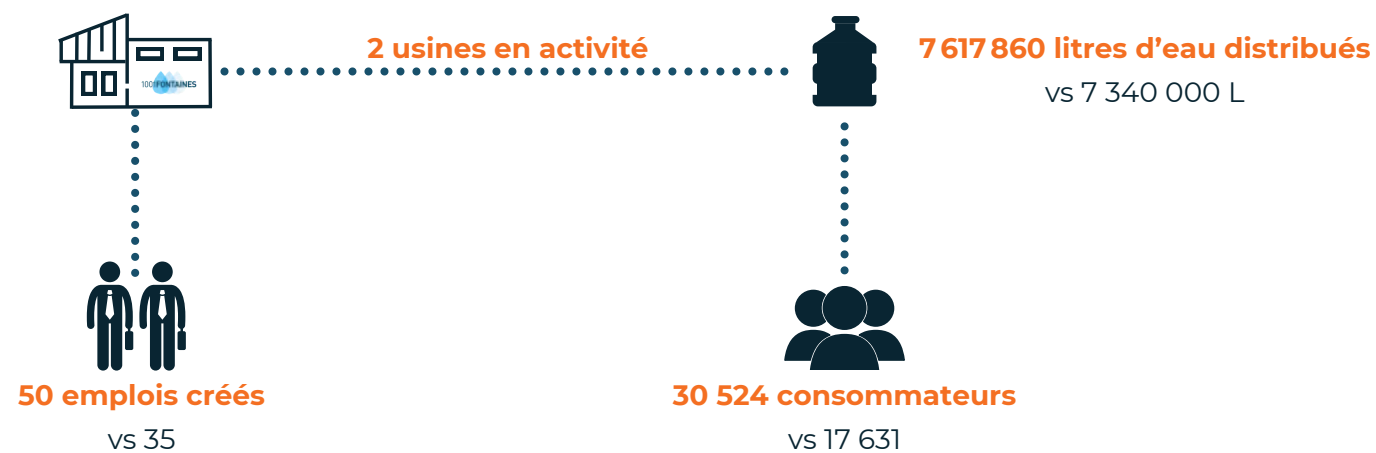
Contexte

En 2025, l’ONG Uttaran et 1001fontaines ont collaboré tout au long de l’année afin de valider la viabilité économique et le potentiel de mise à l’échelle du projet Uttaran Paani, déployé dans le sud-ouest du Bangladesh. Après avoir lancé deux usines à Tala et à Debhata, nous nous sommes concentrés sur l’amélioration des processus liés à la qualité de l’eau ainsi que sur l’optimisation des modèles de livraison, afin de desservir efficacement les foyers situés autour des sites de production.

Chiffres clés 2025 vs 2024



Chiffres clés 2025 vs 2024



Objectifs 2026

- Finaliser l’augmentation de la capacité de production à Tamatave, (notamment via un aménagement de l’usine et l’acquisition de nouveaux véhicules de livraison)
- Lancer la réplication de notre modèle dans une autre grande ville du pays, avec une exploration en cours à Mahajanga
- Poursuivre le développement des programmes sociaux, en particulier *Water in School*

Objectifs 2026

- Finaliser ce projet pilote initié en 2024 afin de lancer sa seconde phase
- Focaliser nos efforts sur le développement des ventes d’eau afin d’accompagner les usines vers l’équilibre financier
- Définir notre stratégie à moyen terme au Bangladesh

CÉLÉBRER 20 ANNÉES D'EXCELLENCE AU CAMBODGE

En novembre 2025, notre organisation partenaire **Teuk Saat 1001** a **célébré son 20^e anniversaire lors d'une cérémonie à Phnom Penh**, réunissant les équipes, 50 entrepreneurs ainsi que les membres du Conseil d'administration pour une journée d'échanges et de festivités.

Fort de son réseau national de *Water Kiosks*, petites usines de production et distribution d'eau en bonbonnes réutilisables, **Teuk Saat 1001 est devenue au fil des années un acteur incontournable de l'accès à l'eau potable au Cambodge rural.**

Cet anniversaire fut marqué par le Giant Puppet Project : les participants ont créé des marionnettes géantes aux couleurs de Teuk Saat 1001 et de la marque O-we.



Un impact transformateur sur les populations cambodgiennes

L'action de Teuk Saat 1001 joue un rôle déterminant dans l'accès à l'eau potable en zone rurale. Au cœur du modèle, **nos entrepreneurs améliorent à la fois la santé des communautés et le dynamisme économique local.**

Chaque *Water Kiosk* engendre un impact significatif :

- 3 000 consommateurs utilisent l'eau O-we au quotidien
- 1 000 enfants bénéficient d'eau potable gratuite à l'école via le programme *Water in School*
- Pour chaque *Water Kiosk*, 3 emplois sont créés directement au sein de la communauté

Avec un **réseau de 346 *Water Kiosks* en activité** en décembre 2025, Teuk Saat 1001 a ainsi profondément **transformé l'accès à l'eau potable au Cambodge rural**, faisant de la bonbonne réutilisable de 20 litres une solution privilégiée des communautés pour accéder à une eau de qualité.

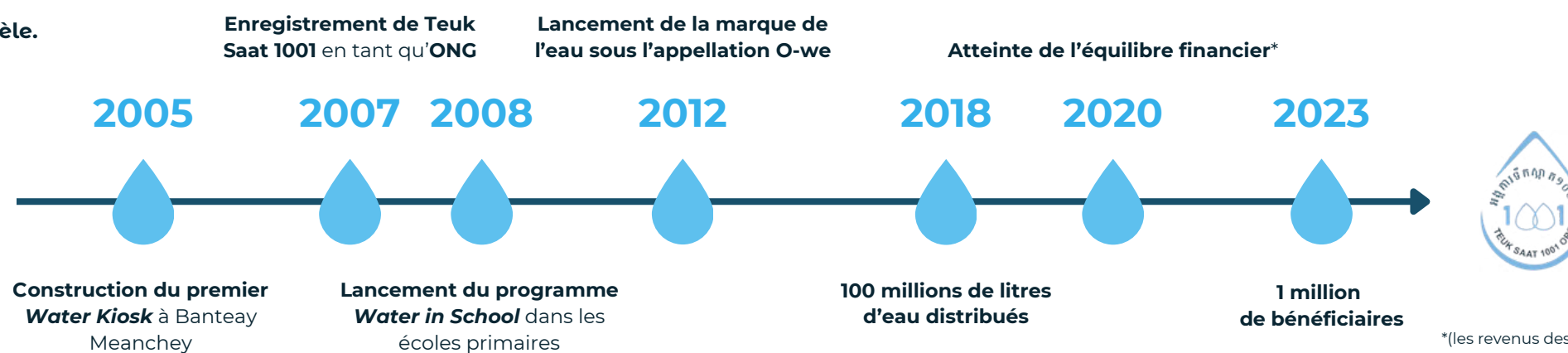
En dix ans, la part de la population rurale cambodgienne dans nos zones d'opération **consommant de l'eau en bonbonnes** est passée de **8 % à 24 %**, tandis que celle qui consomme l'eau des rivières a chuté de 22 % à 8 %. Cette évolution positive montre l'impact et le potentiel de nos projets sur la santé, mais également sur l'éducation, puisque le programme *Water in School* bénéficie désormais à 20 % des écoliers du pays.



En 20 ans, Teuk Saat 1001 a franchi des étapes structurantes qui témoignent de la montée en puissance de son modèle.



Amandine Chaussinand
Directrice de Teuk Saat 1001



* (les revenus des ventes d'eau couvrent l'ensemble des dépenses d'exploitation)



Les chantiers d'innovation de ces dernières années ont par ailleurs mis en lumière le fort potentiel des *Water Kiosks* existants :

- Le *Water Kiosk 2.0*, avec son design amélioré et ses capacités accrues, a permis une augmentation des ventes pour les sites ayant bénéficié de ces améliorations ;
- Le programme d'ajout de véhicules de livraison a engendré le recrutement de nouveaux consommateurs ;
- Les actions de formation, notamment à travers notre programme Black Belt ainsi que les séminaires destinés aux entrepreneurs et aux "advisors", ont contribué à renforcer les bonnes pratiques.

Cap sur l'excellence : vision et priorités pour l'avenir

Malgré ces avancées, l'accès à l'eau potable demeure un défi dans les zones rurales. Même dans les communes où nous travaillons, un tiers des personnes boivent encore une eau impropre à la consommation. C'est pourquoi cette célébration a également marqué **le lancement de la nouvelle orientation stratégique de Teuk Saat 1001**.

2026 marquera la dernière année d'expansion du réseau, un jalon majeur de l'histoire de Teuk Saat 1001. Pour autant, il ne s'agit pas de la fin de l'aventure. L'organisation va désormais se concentrer sur l'accroissement des ventes des sites existants, en :

- rendant les infrastructures résilientes face au changement climatique
- augmentant les capacités de production et de distribution des sites existants
- améliorant son efficacité, notamment à travers des chantiers de digitalisation
- poursuivant la formation des équipes et des entrepreneurs



Grâce à ce plan, **Teuk Saat 1001 ambitionne d'atteindre 2 millions de consommateurs** dans les dix prochaines années, tout en renforçant sa solidité financière afin d'assurer la maintenance de ses infrastructures à long terme.



DU CHANGEMENT DE CAP AU SUCCÈS : ENGENDRER UN IMPACT EN MILIEU URBAIN

Transformer l'accès à l'eau potable à Tamatave

À Tamatave, Ranontsika, partenaire de 1001fontaines, exploite une usine d'eau potable qui produit et distribue une eau abordable destinée aux ménages urbains ne disposant pas d'un accès à cette ressource. L'eau est purifiée puis distribuée dans des jerrycans réutilisables de 20 litres, via des points de vente répartis dans différents quartiers.



Luke Barrett
Directeur de Ranontsika

Cinq ans après le lancement de notre usine, le nombre de jerrycans produits annuellement a été multiplié par dix, avec une croissance de 42% pour la seule année 2025.

Aujourd'hui, **plus de 68 000 consommateurs**, soit **près de 15 % de la population de Tamatave**, boivent l'eau de la marque **Ranontsika**. Ces résultats reposent sur une équipe engagée, et en pleine croissance : les effectifs sont passés de 67 à 83 employés en 2025.

Les travailleurs saisonniers obtiennent progressivement des contrats permanents à mesure que la demande en eau augmente, tandis que les opportunités de promotion interne se développent.



Visite du projet Ranontsika par l'ambassadeur de France à Madagascar

Au-delà de Tamatave, ce modèle pourrait également s'avérer pertinent pour d'autres villes confrontées à des défis similaires en matière d'accès à l'eau. Une étude de pré-lancement menée à Mahajanga avec le soutien de l'ONG de conseil Practica confirme le potentiel de réplification de ce service.

La résilience à l'œuvre dans un contexte difficile

Opérer à Madagascar demeure un défi, ce qui rend ces résultats d'autant plus significatifs. En 2025, des périodes de tensions politiques et des mouvements de grève ont créé un climat d'incertitude, affectant l'administration publique et ralentissant certains processus de collaboration avec les partenaires locaux.

Nos équipes ont dû s'adapter tout en maintenant les opérations (notamment face à des difficultés opérationnelles, par exemple lors de l'importation de consommables pour notre laboratoire qui réalise les tests hebdomadaires de qualité de l'eau).

De plus, les pénuries récurrentes du réseau ont exercé une forte pression sur notre service. Un exemple marquant fut la défaillance du barrage alimentant le réseau, privant ainsi la population d'eau courante pendant plusieurs jours. Dans ce contexte, notre équipe a fait preuve de résilience, assurant la continuité des opérations et garantissant à des dizaines de milliers de familles l'accès à l'eau.



En parallèle, les chocs climatiques ont continué d'affecter la disponibilité de l'eau purifiée au sein de l'usine. Lors des alertes cycloniques survenues plus tôt dans l'année, les familles ont constitué des réserves d'eau potable en prévision d'éventuelles perturbations, entraînant des pics soudains de demande.



Cette fois encore, l'équipe de Tamatave a une nouvelle fois démontré sa résilience et sa capacité d'adaptation, en maintenant ses services afin de permettre à des dizaines de milliers de familles d'accéder à une eau potable au moment où elles en avaient le plus besoin.

Face à tous ces défis, notre priorité sera de consolider les acquis de notre projet à Tamatave en préparation de l'expansion vers de nouvelles villes du pays.

AFFINER NOTRE MODÈLE : L'APPROCHE "MID-SCALE"

Après avoir démontré la pertinence de nos services en zones rurales peu denses comme dans des contextes urbains à forte densité de population. Nous relevons désormais **un nouveau défi : adapter notre modèle aux zones rurales densément peuplées, via un modèle de production à échelle intermédiaire.**

Au **Cambodge**, notre réseau de *Water Kiosks*, géré par des entrepreneurs locaux, s'est révélé particulièrement efficace en **zones rurales peu peuplées** (environ 10 000 habitants), avec une livraison à domicile pour les ménages.

À **Madagascar**, en revanche, une unité de production unique alimentant des points de distribution est un modèle davantage adapté aux **grandes villes** (environ 500 000 habitants).



Le pari d'une approche intermédiaire

Cependant, il existe des **zones rurales densément peuplées** (50 000 à 100 000 habitants) qui se situent entre ces deux réalités :

- une demande élevée en eau pourrait saturer des kiosques de petite taille
- tandis que notre modèle desservant des points de vente ne répondrait pas aux attentes des populations en matière de livraison.

Pour répondre à cette problématique, **nous développons actuellement un modèle intermédiaire** : il s'agit d'**alimenter plusieurs villages ou petites villes depuis un site de production unique de taille plus importante, avec un système de livraison porte-à-porte.**

Nos pilotes au Bangladesh et au Népal serviront de plateformes d'apprentissage, afin de trouver le bon équilibre entre impact et viabilité financière.

Bangladesh : optimiser la taille des unités de production

Le projet Uttaran Paani, dans le sud-ouest du Bangladesh, constitue notre première expérimentation de l'approche "mid-scale". Il expérimente différentes tailles et localisations d'infrastructures afin d'identifier la capacité de production et la couverture optimale. Malgré les inondations et les manifestations, notre pilote a progressé de manière continue en 2025.



Zahid Shashoto
Chef du projet Uttaran Paani

Depuis 2023, Uttaran Paani livre directement des bonbonnes de 20 litres d'eau potable aux familles de la localité de Tala, démontrant la viabilité du marché.

Mi-2025, une deuxième unité de production a été ouverte au sein de la localité de Debhata, tandis que l'ouverture d'une troisième usine à Tala est prévue pour 2026 avec une capacité de 1 900 bonbonnes/jour contre 1 200 pour la précédente.

La collaboration étroite entre Uttaran et 1001fontaines a été cruciale pour le projet.

Une première mission menée de septembre à décembre 2025 par un ingénieur de 1001fontaines a porté sur la qualité de l'eau, les processus techniques et le renforcement de capacités. Un second ingénieur a ensuite réalisé trois missions courtes, travaillant avec Uttaran sur des sujets industriels, ainsi que sur la sélection des fournisseurs et les stratégies de distribution.



Unité de production de Debhata



Mehedi Hasan, Responsable des opérations d'Uttaran Paani et Martin Dubuisson, Coordinateur des opérations

Ces accompagnements ont permis de développer des procédures standard, de renforcer les systèmes de suivi de la qualité de l'eau, d'optimiser les choix de véhicules de livraison et de mettre en place des outils de reporting financier.

À l'approche de la dernière année de ce pilote, nous sommes prêts à identifier les tailles et périmètres de couverture les plus efficaces, ainsi que les trajectoires d'atteinte de l'équilibre financier, avec comme objectif d'**atteindre 1 million de personnes dans le sud-ouest du Bangladesh.**

AFFINER NOTRE MODÈLE : L'APPROCHE "MID-SCALE"

Népal : tester différents modèles de gestion des infrastructures

Malgré l'abondance des nappes phréatiques dans le pays, l'accès à l'eau potable dans la région du Terai, qui concentre près de la moitié de la population du pays, **reste très limité**. La plupart des ménages dépendent de puits tubulaires peu profonds, souvent contaminés.

En 2025, nos efforts se sont concentrés sur l'enregistrement d'une entreprise sociale locale et la création de partenariats avec les autorités provinciales et municipales. Nous avons sélectionné **deux municipalités, Ganeshman Charnath et Mirchaiya**, au sein desquelles deux unités de production seront installées.



En 2026–2027, nous testerons deux approches afin de déterminer si la gestion de ces infrastructures pourrait être déléguée à des entrepreneurs locaux ou bien internalisée.



Le projet continue d'être piloté par Anisha Karn, professionnelle expérimentée du secteur, qui a notamment effectué une immersion auprès de nos équipes cambodgiennes. Elle pilote désormais l'adaptation de l'approche "mid-scale" au contexte népalais.

Anisha Karn et Amandine Chaussinand, Directrice de Teuk Saat 1001, devant un de nos Water Kiosks

Le pilote permettra de produire des données sur la performance, l'équilibre économique, le modèle de gestion et les comportements des consommateurs, afin de soutenir une expansion future dans le Terai.

Ces expérimentations permettront de poser les bases d'un troisième modèle, adapté aux régions rurales densément peuplées, où se concentre une part majeure des besoins en eau potable.



UNE ÉVOLUTION POUR OWE VIETNAM

Depuis 2018, **1001fontaines** a soutenu l'entreprise sociale vietnamienne **OWE** afin de fournir de l'eau potable aux populations urbaines vulnérables de la ville d'Ho Chi Minh.

Toutefois, dans un contexte de forte concurrence sur le marché de l'eau en bonbonnes, nous avons rencontré des difficultés pour développer nos ventes et assurer notre viabilité financière. Au cours de cette période, nous avons travaillé à l'identification d'un modèle conciliant équilibre économique et impact social. Cette démarche nous a conduits à constater que l'atteinte de cet équilibre nécessitait une approche différente.

Ainsi, **en août 2025, avec le soutien des co-actionnaires du projet, nous avons transféré OWE à des entrepreneurs vietnamiens**. Les nouveaux gérants se sont engagés à préserver sa mission sociale, tout en maintenant la haute qualité de l'eau.

Nous souhaitons que cette décision **offre à OWE de nouvelles perspectives**, afin d'atteindre la viabilité financière tout en élargissant son impact social.

Ce que nous retenons de cette expérience

Opérer dans un contexte où l'eau en bonbonnes constitue déjà la solution privilégiée des populations vulnérables, implique une approche différente.

Au Vietnam, le service proposé se distinguait par la qualité de l'eau mais non par ses autres caractéristiques (contenant, prix, mode de distribution...).

Dans nos autres géographies, où les habitudes initiales consistent à faire bouillir l'eau issue de sources locales (puits, étangs...), nous pouvons nous appuyer sur l'attractivité de notre service d'eau en bonbonnes pour favoriser une adoption durable de nos solutions.

Cette expérience ne remet pas en cause notre capacité à opérer dans des environnements comme celui du Vietnam. Elle souligne en revanche l'importance de développer des approches adaptées, par exemple en sensibilisant davantage les consommateurs aux enjeux de qualité de l'eau, ou en collaborant avec les producteurs existants afin de renforcer la qualité de leurs pratiques.



PERSPECTIVES POUR 2026

L'année 2026 s'annonce comme un tournant majeur pour l'ensemble de nos projets, marquant à la fois la **consolidation** de nos modèles existants et le **déploiement** de nouvelles zones d'intervention :



CAMBODGE

Les **derniers Water Kiosks** seront construits, et des chantiers décisifs se clôtureront, notamment notre étude portant sur les risques climatiques et notre projet pilote du **Water Kiosk 600+** permettant une meilleure capacité de production, de stockage et de distribution. Ces avancées permettront à Teuk Saat 1001 de lancer un **plan de réinvestissement** ambitieux sur ses sites existants, visant à moderniser les *Water Kiosks* et à en accroître les capacités. L'objectif est de **doubler le nombre de personnes** bénéficiaires dans les années à venir.



MADAGASCAR

Le renforcement de notre présence à Tamatave se poursuivra, notamment grâce aux extensions de l'usine effectuées en 2025. Dans un contexte politique et climatique incertain, les équipes de Ranontsika travailleront également à définir **une stratégie de croissance durable**, pour consolider notre impact local.



BANGLADESH

La phase pilote arrivera à son terme. Avec **3 usines opérationnelles**, 1001fontaines et Uttaran tireront les enseignements de cette première collaboration, afin de définir la trajectoire de déploiement du modèle.



NÉPAL

2026 marquera le **lancement de nos activités**, avec l'ouverture prévue de notre projet dans 2 municipalités rurales du sud du pays, posant ainsi les bases de notre présence locale.

Parallèlement au déploiement de notre impact sur le terrain, nous continuerons à **explorer de nouvelles géographies et à développer des collaborations sectorielles** afin de bâtir les opportunités de croissance de demain.



PARTENARIATS ET RECONNAISSANCE

Promouvoir le modèle 1001fontaines

En 2025, 1001fontaines a multiplié les interventions dans des forums majeurs **afin de valoriser son modèle et contribuer aux réflexions** sur les solutions d'accès à l'eau potable.

01 Skoll World Forum

En avril, 1001fontaines a participé au Skoll Forum à Oxford, l'un des principaux rendez-vous mondiaux de l'entrepreneuriat social, rassemblant des leaders de l'impact et des organisations engagées dans la résolution de défis globaux.

Amandine Muret, notre Directrice du Développement, a co-animé une session avec Sasha Kramer, fondatrice de l'ONG SOIL et Tracey Keatman, coordinatrice du groupe WASH Funders.

Ensemble, **elles ont souligné le rôle essentiel de l'entrepreneuriat social dans la création de services durables.** Amandine Muret a présenté l'approche de 1001fontaines qui s'appuie sur des modèles économiques hybrides inspirés du secteur privé, pour apporter durablement l'eau potable aux communautés. Cette approche innovante se différencie notamment par une mesure d'impact centrée sur la satisfaction et les attentes des consommateurs.



02 AVPN

En septembre, 1001fontaines était présente au **Forum annuel de l'Asian Venture Philanthropy Network à Hong Kong.**

Cet événement majeur réunissait investisseurs sociaux, philanthropes, et acteurs de l'impact autour de solutions innovantes pour une Asie plus inclusive. Cette conférence a permis à 1001fontaines de rencontrer des pairs et d'échanger avec des fondations asiatiques intéressées par son modèle.



03 World Water Week

Enfin, en août, 1001fontaines s'est à nouveau rendue à la **Stockholm World Water Week**, avec pour objectif de :

- Souligner l'importance du suivi de la qualité de l'eau lors d'une session co-hostée avec l'**Institut de recherche Aquaya**
- Présenter l'eau en bonbonnes comme un service essentiel, et en forte croissance à l'échelle mondiale
- Créer des partenariats stratégiques pour soutenir l'expansion de 1001fontaines.



Faire évoluer les regards sur l'accès à l'eau potable

À l'occasion de la **Journée mondiale de l'eau**, 1001fontaines a publié une Tribune co-écrite avec Ranjiv Khush, cofondateur de l'**institut Aquaya**, intitulée « **Et si la baisse de l'aide internationale favorisait les initiatives hors réseau pour l'accès à l'eau potable ?** ».

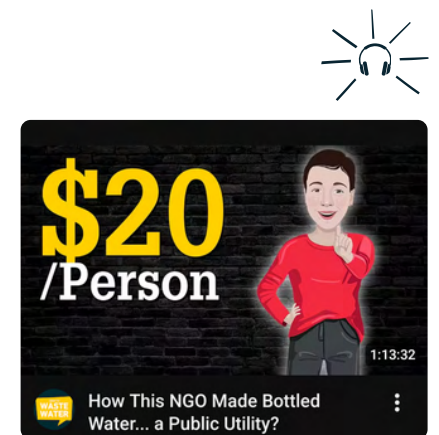
Cette prise de position mettait en lumière des solutions alternatives inspirées du secteur privé, parmi lesquelles l'eau en bonbonnes peut s'avérer comme un choix pertinent dans de nombreuses régions du monde.

[Lire notre tribune](#)



La même semaine, **Amandine Muret** a participé en tant qu'**invitée du podcast "Don't Waste Water" d'Antoine Walter.** Elle y démontre comment les services d'eau en bonbonnes peuvent être envisagés comme un véritable service public, s'ils sont mis en œuvre avec un financement et une gouvernance adaptés.

[Écouter le podcast](#)



Développer nos collaborations académiques

Cette année, 1001fontaines a décidé de s'associer à **Aquaya, un institut de recherche spécialisé dans les domaines de l'eau, de l'assainissement et de l'hygiène.** Cette collaboration vise à examiner l'évolution des systèmes d'eau en bouteille et d'eau courante dans les pays à revenu faible et intermédiaire. Axée sur le **Ghana et le Cambodge**, cette étude analysera les comportements de consommation, comparera les coûts des différentes solutions et évaluera les mécanismes de financement nécessaires pour les ménages à faible revenu.

En septembre 2025, 1001fontaines a lancé un projet avec l'**Institute for Sustainable Futures** de l'**University of Technology Sydney**, visant à évaluer les risques climatiques pouvant affecter nos **Water Kiosks** au Cambodge. L'objectif est de produire des recommandations concrètes afin de renforcer **la résilience de notre réseau face aux aléas climatiques.** Les résultats de cette recherche seront publiés en 2026 et partagés avec toutes les parties prenantes et les experts du secteur de l'eau.

Ces collaborations nous permettent de valoriser notre expérience et nos données en les mettant à disposition de la recherche pour accroître les connaissances sectorielles.

PARTENARIATS ET RECONNAISSANCE

L'engagement de nos partenaires et donateurs est crucial pour créer un impact durable et démontrer le potentiel de notre modèle innovant. Nous les remercions pour leur confiance et leur soutien.

WATER IN SCHOOL

Alfred und Anneliese Sutter-Stöttner Stiftung
Anne Frank Fonds
Big Give Trust / Reed Foundation
Bikay Cambodia
Brachard & Cie
Bright Light Foundation
CA-CIB UK
CDC Développement Solidaire
CID + CD Charity Foundation
Claray Foundation
CMA-CGM
Cogem
Culligan
Danone Waters
Däster-Schild Stiftung
David Bruderer Stiftung
Donateurs Individuels
Ecovadis
Edith Walder-Stiftung
EDM Club Rando
Educational & General Charitable Trust
Fairster Foundation
Fleurance Nature
Fondation Alfred Et Eugénie Baur
Fondation Anber
Fondation Coromandel
Fondation Freiaide
Fondation Gertrude Hirzel
Fondation Madeleine
Fondation Menton
Fondation Ping & Amy Chao
Fondation RAM Active Philanthropy
Giffard
Green Leaves Education Fondation
Groupe Arcante
Index Foundation
Intermarché
Isotoner
J&K Wonderland Fondation
La Rosée
Lighthouse Fondation
Lil Winston Churchill
Lombard International Assurance
Miscellaneous
Mondisan Stiftung
Myrium
Oakdale Trust
Pierre Fabre Oral Care

WATER IN SCHOOL

RG Hills Charitable Trust
Rotary Club Nyon
S&P Global Fondation
Souter Charitable Trust
Stiftung Nau Mai
Sweatcoin
Tauro Stiftung
The Angus Lawson Memorial Trust
The Bergman Lehane Trust
The Big Give Trust
The Carmela And Ronnie Pignatelli Foundation
The Haremead Trust
The Pat Newman Memorial Fund
The Reed Foundation
The SMB Charitable Trust
The Waterloo Foundation
The Wyn And Ken Lo Memorial Foundation
Third World Foundation

CAMBODGE

Carigest S.A.
Cartier Philanthropy
Fondation Veolia
Happel Foundation
Krüger Foundation
La Rosée
Leopold Bachmann Stiftung
Solidae
Tauro Stiftung
Util Stiftung
Sandoz Family Foundation

DÉPLOIEMENT STRATÉGIQUE

Baer & Karrer
Bright Light Foundation
Common Cents
Diehl Metering
Dift
Dovetail Impact Foundation
Donateurs Individuels
EthicDrinks
Fondation Arceal
Fondation Uningo
Joko
La Rosée
microDON
The Index Foundation
Vitol Foundation

BANGLADESH

Fondation Cesarini
Giffard
Nuxe
Vitol Foundation

PRO BONO

32 Décembre
Fondation Veolia
Latham & Watkins
Panel on the web
Prem C
Rémi Portier Photographie
Starvance

MADAGASCAR

Agence de l'eau Rhône Méditerranée Corse
Agence Française de Développement
Cartier Philanthropy
Coopération Monégasque
If! Foundation
Linsi Foundation
Métropole Aix-Marseille Provence

NÉPAL

Fondation Meyriez
Canton de Genève





RAPPORT FINANCIER

Comptes du siège français de l'association 1001fontaines

1 janvier 2025 – 31 décembre 2025

Compte de résultat par origine et destination

Exercice	2025 (€)		2024 (€)	
PRODUITS PAR ORIGINE				
1. PRODUITS LIÉS À LA GÉNÉROSITÉ DU PUBLIC	495 297	18 %	370 028	13 %
2. PRODUITS NON LIÉS A LA GÉNÉROSITÉ DU PUBLIC	1 960 443	69 %	2 163 704	77 %
3. SUBVENTIONS ET AUTRES CONCOURS PUBLICS	372 704	13 %	275 834	10 %
I. TOTAL	2 828 444	100%	2 809 566	100%
II. REPRISES SUR PROVISIONS ET DÉPRÉCIATIONS	0		0	
III. UTILISATION DES FONDS DÉDIÉS ANTÉRIEURS	1 192 423		2 398 473	
IV. TOTAL (1 + 2 + 3 + I)	4 020 867		5 208 038	
V. DÉFICIT	0		0	

Exercice	2025 (€)		2024 (€)	
CHARGES PAR DESTINATION				
1. MISSIONS SOCIALES	1 813 996	75%	1 939 671	79%
1. RÉALISÉES EN FRANCE	0		0	
2. RÉALISÉES À L'ÉTRANGER	1 813 996	100%	1 939 671	100%
◦ Cambodge	777 141	44%	865 333	45%
◦ Madagascar	351 590	20%	279 687	14%
◦ Bangladesh	259 419	14%	237 706	12%
◦ Birmanie	0	0	60 378	3%
◦ Vietnam	28 654	2%	117 896	6%
◦ Support aux opérations	353 192	20%	378 671	20%
2. FRAIS DE RECHERCHE DE FONDS				
1. FRAIS D'APPEL À LA GÉNÉROSITÉ PUBLIQUE	420 358	18%	388 834	16%
199 733	8%	197 579	7%	
2. FRAIS DE RECHERCHE D'AUTRES RESSOURCES	220 625	10%	191 255	9%
3. FRAIS DE FONCTIONNEMENT	171 807	7%	108 684	5%
II. DOTATIONS AUX PROVISIONS ET DÉPRÉCIATIONS	0		545 001	
III. IMPÔTS SUR LES BÉNÉFICES	0		0	
IV. REPORTS EN FOND DÉDIÉS DE L'EXERCICE	1 179 181		1 702 707	
V. TOTAL	3 585 341		4 684 898	
VI. EXCÉDENT	435 528		523 140	

RAPPORT FINANCIER

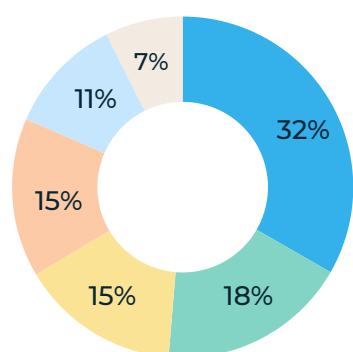
Produits

En 2025, les produits de 1001fontaines se sont élevés à 4,0 M€, marquant un recul par rapport aux trois exercices précédents (5,2 M€ en 2024, 4,6 M€ en 2023, 5,5 M€ en 2022).

Néanmoins, la capacité de levée de fonds de l'organisation reste suffisante pour financer ses projets, étant en outre complétée par la hausse des produits de l'entité sœur en Suisse (1.4 M€ en 2025).

Répartition des charges

*hors fonds dédiés et provisions



- 32% Cambodge
- 18% Recherche de fonds
- 15% Support et développement
- 15% Madagascar
- 11% Bangladesh
- 7% Frais de fonctionnement

Charges

Hors effets comptables, les charges de l'association demeurent stables entre 2024 et 2025, à 2.4 M€. Elles se contractent néanmoins fortement si l'on tient compte de la baisse des fonds dédiés, et de l'absence de provision comptable en 2025 (dépréciation de titres de participation liée au projet Vietnam en 2024, pour 545 k€).

Comme les trois années précédentes, le Cambodge représente moins de la moitié du budget " Missions sociales", loin de son niveau antérieur (2/3 voire 3/4 du budget).

Cette situation s'explique par des financements levés en Suisse et directement transférés au Cambodge, ainsi que par une diminution de la dépendance de Teuk Saat 1001, ses revenus d'activités permettant de couvrir l'essentiel de ses besoins financiers.

Les dépenses liées au programme malgache retrouvent un niveau comparable à celui de 2022 et 2023 (environ 20% des missions sociales), portées par l'augmentation des capacités de production et de distribution réalisée en 2025.

La part du programme Bangladesh dans les charges progresse légèrement, pour atteindre 14% du budget missions sociales en 2025. Cette évolution s'explique par le lancement de la seconde unité de production, et la construction de la troisième unité.

Suite à l'arrêt de 1001fontaines au Vietnam, les coûts liés au soutien transverse aux opérations reculent de 7%, après une forte baisse en 2024. Leur niveau est très proche des dépenses liées au programme à Madagascar. A noter que cette ligne intègre des coûts liés à l'exploration de nouvelles géographies, et à des actions de plaidoyer.

Les frais de collecte de fonds augmentent de nouveau en 2025, notamment les frais de déplacement et de mission. Certaines charges intégrées ici sont non décaissées, car correspondant à du mécénat en nature.

Les frais de fonctionnement enregistrent une forte progression, près de 60% en 2025, principalement liée à des mouvements d'effectifs au sein de la structure.

En conséquence, le niveau des coûts de structure (recherche de fonds et fonctionnement) retrouve un niveau élevé, comparable à celui de 2022. Néanmoins, l'analyse du ratio de ces coûts sur la base des seuls comptes de l'association française reste peu pertinente, dans la mesure où une partie des charges assimilables aux missions sociales est directement portée par les organisations partenaires.

Un ratio retraité après consolidation analytique fait ressortir un poids de 13% de la structure dans le budget global, voire de 8% en réintégrant les coûts directement couverts par les entrepreneurs O-we au Cambodge.

Le résultat net 2025 est excédentaire et s'établit à 436 k€. Cet excédent constitue avant tout un niveau de réserves non allouées, nécessaire au pilotage à moyen et long terme de l'association, et donc à la poursuite de sa mission sociale.

Budget 2026

Le budget 2026 intègre toutes les dépenses de 1001fontaines, y compris celles ne transitant pas forcément par les comptes de 1001fontaines France. Il n'est donc pas pleinement comparable avec les comptes présentés préalablement.

Activités	Budget 2026 (k€)	
CAMBODGE	2 000	43%
◦ Réseau de <i>Water Kiosks</i>	900	20%
◦ Programme <i>Water in School</i>	650	14%
◦ Innovation et modernisation	450	10%
MADAGASCAR	640	14%
BANGLADESH	440	10%
SOUTIEN OPÉRATIONNEL	400	9%
◦ Hub opérations	110	2%
◦ Développement	150	3%
◦ Plaidoyer	140	3%
STRUCTURE	640	14%
◦ Recherche de fonds	500	11%
◦ Fonctionnement	140	3%
TOTAL	4 600	100%





www.1001fontaines.com

CONTACT FRANCE

Pierre-André Térissé, Directeur Général
pa.terisse@1001fontaines.com

CONTACT SUISSE

Malik Bafou, Délégué Général
malik.bafou@1001fontaines.com

CONTACT COMMUNICATION

Clémentine Colas, Responsable Communication
clementine.colas@1001fontaines.com