



Le don

**UN LEVIER DE DÉPLOIEMENT
DE L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE
ET SOLIDAIRE**

SOMMAIRE

Tribune	4
Economie circulaire et lutte contre la précarité matérielle, des objectifs convergents	6
L'économie circulaire, un modèle d'optimisation de l'utilisation des ressources	7
Le don, un outil de transition vers une économie circulaire	8
Le don, un outil dans la lutte contre la précarité matérielle	8
L'accès aux ressources matérielles, un enjeu clé pour la lutte contre la précarité	13
Les produits des entreprises, des ressources à mobiliser à des fins solidaires	16
Les invendus non alimentaires, un vivier important de gisements de ressources	17
Un cadre réglementaire favorable à la pratique du don	22
La loi AGECS : une récente avancée réglementaire significative pour le don de produits non alimentaires	25
Les étapes clés pour une démarche du don réussie	29
En tant qu'entreprise	31
En tant qu'institution publique	50
Fiches-produits	52
<i>Puériculture et monde de l'enfant</i>	54
<i>Articles et produits d'entretien</i>	55
<i>Équipement de la maison</i>	56
<i>Électroménager</i>	57
<i>Ameublement et articles de literie</i>	58
<i>Vêtements</i>	59
<i>Fournitures</i>	60
<i>Scolaires et bureau</i>	60
<i>Jeux et jouets</i>	61
<i>Produits culturels et sportifs</i>	62
<i>Articles et équipements de sport</i>	63
Présentation des rédacteurs du guide	64
Notes	66

TRIBUNE

Réalisé par l'Agence du Don en Nature et l'Institut National de l'Économie Circulaire (INEC), ce guide connaît une double vocation : présenter le don comme outil de lutte contre le gaspillage des ressources et la précarité matérielle, et apporter une méthodologie des étapes clés pour une démarche de don réussie.

Récemment mis en lumière par la loi anti-gaspillage (AGEC) pour une économie circulaire, le don évite une production de déchets en ce qu'il permet d'offrir un usage à des biens qui auraient été détruits ou recyclés en l'état. Toutefois, le don s'inscrit aujourd'hui dans un modèle économique de surproduction de produits manufacturés, et donc une surconsommation de matières premières. Cette surproduction est en contradiction avec le principe même d'économie circulaire, qui vise une gestion plus respectueuse des ressources, et, à terme, à la disparition des stocks invendus. Ainsi, nous avons souhaité analyser dans ce guide le rôle du don dans la transition vers une économie circulaire.

Comptant neuf millions de personnes pauvres¹ et quatre millions de personnes fragilisées² par la crise sur le territoire, la France est par ailleurs actuellement confrontée à des difficultés majeures d'approvisionnement. La crise sanitaire du Covid-19 a mis en valeur et renforcé des difficultés sociales, économiques et environnementales préexistantes et interconnectées.



Ces phénomènes nous invitent à repenser l'organisation de nos circuits de production et de consommation, afin que chacun puisse bénéficier à la fois d'un niveau de vie décent et respectueux de nos ressources. La transition vers une économie circulaire se doit ainsi de réconcilier développement durable et solidarité.

Dans ce cadre, représentant plus de 4 milliards d'euros de valeur marchande en 2019 selon l'étude de l'Agence de la transition écologique (ADEME) publiée en novembre 2021, les invendus non alimentaires du secteur industriel représentent un vivier majeur de ressources à exploiter. Le réemploi de produits invendus permet de réduire la génération de déchets tout en donnant accès à plus de confort matériel pour des publics n'y ayant pas accès par une redistribution plus efficace que les circuits marchands traditionnels. La loi relative à la lutte contre le gaspillage et à l'économie circulaire (loi AGEC) du 10 février 2020³ figure ainsi parmi les nouveaux outils à disposition permettant de tendre vers une société plus responsable sur les plans environnementaux et sociétaux.



L'interdiction de la destruction d'invendus et la valorisation du don dans le traitement de ces derniers est un premier pas vers une gestion plus raisonnée et une redistribution plus équitable des biens produits. Par ces dispositions, la loi AGECE permet de dépasser la notion de charité inhérente au don et le reconnaît légalement comme l'un des mécanismes s'inscrivant dans une économie circulaire.

Néanmoins, le don ne doit pas être considéré comme un objectif ultime mais comme un levier de réemploi de ressources existantes dans une logique de transition vers une économie circulaire. Cette dernière vise une transformation du modèle de surproduction de produits de consommation courante vers un modèle de production mieux régulé et plus vertueux permettant de ne plus générer d'invendus. Les acteurs économiques doivent anticiper ces évolutions et s'organiser pour poursuivre leurs engagements en faveur de la lutte contre la précarité, indispensables pour le secteur de la solidarité.

Les ressources à disposition des entreprises constituent une manne essentielle qui peut être mobilisée à des fins solidaires et circulaires. Alors qu'elles sont de plus en plus attendues sur la formalisation et la mise en place de stratégies d'engagement transparentes, la conciliation de ces différents enjeux devient pressante.

Une politique du don bien structurée s'inscrit dans cette démarche et permet d'apporter à ces enjeux une solution à impact fort. Pour cela, une méthodologie robuste et un accompagnement adapté sont nécessaires. Ainsi, ce guide présente les étapes clés pour une démarche de don réussie.

La collaboration de l'Institut National de l'Économie Circulaire (INEC) et de l'Agence du Don en Nature (ADN) pour la rédaction de ce guide témoigne d'une conscience partagée des dimensions environnementales, sociales et économiques de l'action de don.

***Nous souhaitons remercier
l'ensemble des interlocuteurs
interrogés pour l'élaboration de
ce guide, dont les contributions
ont permis d'en enrichir le
contenu et les réflexions.***



ECONOMIE CIRCULAIRE ET LUTTE CONTRE LA PRÉCARITÉ MATÉRIELLE

DES OBJECTIFS CONVERGENTS

L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE, UN MODÈLE D'OPTIMISATION DE L'UTILISATION DES RESSOURCES

Face à un modèle de production et de consommation linéaire (extraire, fabriquer, consommer, jeter) reposant sur le principe obsolète de l'abondance des ressources naturelles, une prise de conscience collective s'opère sur la nécessité d'une transition vers un nouveau modèle.

Il est nécessaire de réduire au maximum la consommation de matières premières vierges et d'optimiser l'utilisation de celles déjà présentes dans notre système socioéconomique.

Nos prélèvements sur les ressources naturelles dépassent largement la biocapacité de la Terre, c'est-à-dire sa capacité à régénérer les ressources renouvelables et à absorber les déchets, mettant en péril le fonctionnement même de nos civilisations. Ainsi, l'humanité utiliserait l'équivalent de 1,6 planète⁴ pour subvenir à ses besoins en termes d'approvisionnement des ressources et d'absorption des déchets. Alors que les tensions liées aux approvisionnements en ressources sont susceptibles de s'aggraver dans les années à venir, il est nécessaire de réduire au maximum la consommation de matières premières vierges et d'optimiser l'utilisation de celles déjà présentes dans notre système socioéconomique, tout en continuant à créer de la valeur.

Ainsi, l'économie circulaire implique de considérer les déchets comme des ressources, et de mettre en place de nouveaux modes de conception, de production et de consommation plus sobres et efficaces (éco-conception, écologie industrielle et territoriale, économie de fonctionnalité, allongement de la durée d'usage des produits etc.).





LE DON, UN OUTIL DE TRANSITION VERS UNE ÉCONOMIE CIRCULAIRE

Le don permet d'offrir un usage à des biens qui auraient été détruits ou recyclés en l'état.

Le don est un instrument de transition vers une économie circulaire en ce qu'il prévient une production de déchets en offrant un usage à des biens qui auraient été détruits ou recyclés en l'état. Il permet ainsi de respecter la hiérarchie de traitement des déchets inscrite dans le code de l'environnement : prévenir l'utilisation des ressources, puis promouvoir une consommation sobre et responsable des ressources basée sur l'écoconception, privilégier le réemploi, dont le don fait partie, avant d'opter pour des solutions de recyclage et enfin de valorisation par d'autres moyens.

Cette démarche doit néanmoins s'opérer en conscience du besoin en matières premières et en énergie nécessaire pour la fabrication des biens, sans oublier les conditions sociales de production de ceux-ci.

En plus de limiter le gaspillage de biens manufacturés et de matières premières non renouvelables, le don s'inscrit également dans une stratégie de redistribution plus équitable. En effet, en parallèle d'une surproduction de biens et donc d'une surconsommation de matières premières, un pan entier de la société française n'y a pas accès, participant à la création d'une fracture sociale.

LE DON, UN OUTIL DE LUTTE CONTRE LA PRÉCARITÉ MATÉRIELLE

La précarité peut être définie comme un état de privation ayant des répercussions sur un individu. Évoquer la précarité revient donc à se questionner sur les besoins d'un individu et la manière dont ceux-ci sont satisfaits. La mise en place de stratégies de lutte contre la précarité se traduirait donc, au moins en partie, par l'apport d'une réponse à des besoins qui seraient vus comme fondamentaux au développement d'un individu. Ces besoins humains essentiels

sont profondément imbriqués : besoins physiologiques, besoin d'estime de soi, de sécurité...

Quand on parle de produit de première nécessité, cette notion doit donc être appréhendée de manière large et contextualisée : un produit sera considéré comme « nécessaire » s'il remplit un besoin fondamental mais aussi s'il entre dans les normes de consommation de la majorité de la population.

La précarité doit être appréhendée beaucoup plus largement que la seule question alimentaire.

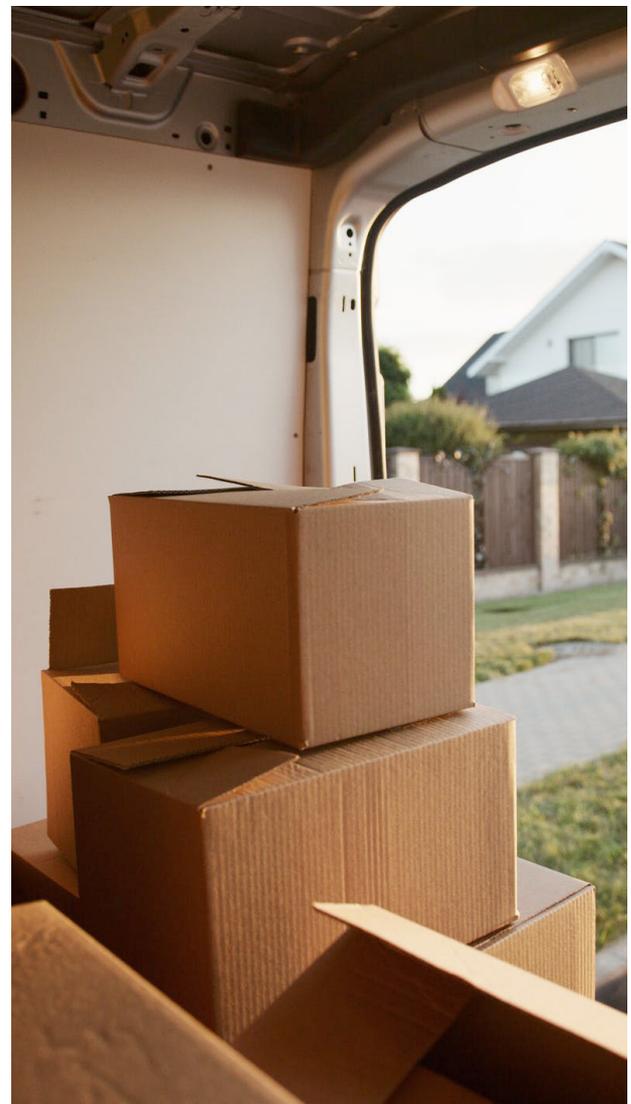
Seule la précarité alimentaire est inscrite dans le code de l'action sociale et des familles. Pourtant, la précarité doit être appréhendée beaucoup plus largement que la seule question alimentaire. Le concept de précarité matérielle, que porte ADN, permet ainsi de mettre en lumière l'écart des conditions d'existence matérielle entre membres d'une même société et les privations qui amèneront un individu à renoncer à l'assouvissement de certains besoins au quotidien. Il est possible de définir la précarité matérielle comme un état de privation global par rapport à des besoins intrinsèquement liés les uns aux autres.

Si, en matière de produits alimentaires, l'encadrement des pratiques de dons et les circuits d'accès aux produits sont très structurés en France, c'est bien moins le cas pour les produits non alimentaires. La question de l'accès aux ressources matérielles est ainsi au cœur des problématiques des organismes intervenant dans le champ de l'action sociale et participant à la politique de lutte contre la précarité. Cet enjeu est décisif puisqu'il détermine la capacité de ces acteurs à apporter une réponse efficace aux besoins de personnes en situation de pauvreté. Il permet par là même une réutilisation de ressources inutilisées et constitue donc aussi un levier de lutte contre le gaspillage non alimentaire.

Pour répondre à cette problématique, l'ensemble des acteurs de la lutte contre la pré-

carité s'appuient sur des dons émanant de la générosité des citoyens mais aussi de celle des pouvoirs publics et des entreprises. Ces ressources, employées à des fins solidaires, sont essentielles pour les aider à renforcer l'impact social de leurs actions sur le terrain.

Revenons dans un premier temps sur ces acteurs et leur fonctionnement.



Les associations de lutte contre la précarité et l'exclusion

D'après les chiffres clés de la vie associative 2019 de l'Institut national de la jeunesse et de l'éducation populaire (INJEP), 14% des associations en France interviennent dans le domaine de l'action sociale, humanitaire et caritative, de l'hébergement et du médico-social/santé. Cela représenterait environ 200 000 associations.

Il existe des grands réseaux nationaux et des réseaux territoriaux, des associations indépendantes et des groupes d'associations, des

associations d'envergure régionale et départementale ou locale. Parmi les réseaux nationaux, les acteurs suivants ont des implantations dans toute la France.

Tous opèrent une activité de collecte de produits en vue de les distribuer directement aux publics qu'ils accompagnent sur le terrain. Leur ancienneté, leur notoriété, leur maillage territorial en font des acteurs de premier plan dans la lutte contre la précarité et l'exclusion.



- **Les Centres Communaux d'Action Sociale (CCAS)**

Ces centres sont présidés par le Maire de la commune à laquelle ils sont rattachés. Le conseil d'administration d'un CCAS est composé d'élus locaux désignés par le conseil municipal et de personnalités qualifiées, dont des représentants associatifs dans le domaine du handicap, de la lutte contre l'exclusion et des personnes âgées. Ses fonctions sont multiples : elles passent de la gestion d'équipements et de services (restaurants solidaires, centres sociaux, hébergement) à l'octroi d'aides sociales facultatives et, depuis ces dernières années, à la distribution de produits aux personnes démunies.

- **Les épiceries sociales et solidaires**

Elles jouent également un rôle déterminant dans la lutte contre la précarité. Ces structures proposent des produits alimentaires et non alimentaires et sont portées par une collectivité (CCAS) ou par des associations. Fortes de leur ancrage local, les épiceries accompagnent souvent des personnes en difficulté et promeuvent un mode d'achat responsable et de qualité.

Les plateformes intermédiaires

D'autres acteurs viennent faciliter et renforcer l'accès aux produits de première nécessité au plus grand nombre. Ils agissent comme courroie de transmission entre des entités mettant des produits à disposition (des entreprises produisant des biens) et des entités les distribuant à des populations précaires (les associations

caritatives). Ces intermédiaires peuvent être de statuts variés (associations, entreprises à but lucratif) et de fonctionnement divers (service gratuit ou payant pour les donateurs). Quelques exemples :

A visée associative	A but lucratif
 <p>Associations qui collectent des produits non alimentaires auprès d'entreprises pour les redistribuer à des individus en situation de précarité via un réseau d'associations caritatives. Elles s'appuient sur des moyens logistiques et digitaux pour assurer leur mission sociale.</p>	 <p>Organisations à but lucratif proposant des solutions de valorisation des invendus et des déchets pour les entreprises. Ces acteurs s'appuient également sur des ressources logistiques et digitales pour leurs activités. Le don aux associations fait partie des solutions proposées.</p>

Les structures du réemploi

L'écosystème des acteurs du don intègre également des structures intervenant dans le traitement et la valorisation des biens avant qu'ils ne soient distribués ou vendus.

Ces formes de réemploi (opération par laquelle des substances, matières ou produits qui ne sont pas des déchets sont utilisés de nouveau pour un

usage identique à celui pour lequel ils avaient été conçus) ou de réutilisation (opération par laquelle des substances, matières ou produits qui sont devenus des déchets sont utilisés de nouveau) contribuent au prolongement de la durée de vie des produits et participent à l'économie circulaire et à la réduction de la production des déchets.

Quelques exemples :



Les ressourceries et recycleries sont des lieux de collecte, de valorisation et de mise en ventes de produits non-alimentaires. Généralement à l'initiative des collectivités territoriales, elles peuvent aussi être créées par des citoyens.



Entreprise d'insertion, spécialisée dans la vente et la réparation d'appareils électroménagers, équipements médicaux ainsi que dans la collecte, le tri et le recyclage de déchets issus d'équipements électriques et électroniques.



Réseau de l'économie circulaire et solidaire des jeux et jouets. Le réseau se compose aujourd'hui de 7 structures spécialistes du réemploi des jeux et jouets par l'inclusion socio-professionnelle

L'ensemble de ces organismes contribuent ainsi à la lutte contre la précarité et l'anti-gaspillage, avec une activité plus ou moins développée sur le non alimentaire.



L'ACCÈS AUX RESSOURCES MATÉRIELLES, UN ENJEU CLÉ POUR LA LUTTE CONTRE LA PRÉCARITÉ

Si le don apporte une solution à des enjeux environnementaux et sociétaux, il est à replacer dans un contexte de forte augmentation de la pauvreté en France. Ainsi, les acteurs de la lutte contre la précarité ont des besoins de plus en plus importants, notamment en biens matériels. Les produits les plus en tension sont les suivants (par ordre de priorité) :



Hygiène

Savons, shampoings, déodorants, brosses à dents, dentifrice, papier toilette, serviettes hygiéniques, rasoirs, mousse à raser, coupe-ongles...

Puériculture et soin bébé

Couches, sucettes, poussettes, landaus, jouets 1er âge, liniments, biberons, gels nettoyants bébé, lingettes...

Produits d'entretien

Lessive, produit vaisselle, essuie-tout, produits divers hors insecticides, matériel d'entretien

Matériel de cuisine

Vaisselles, couverts, casseroles, poêles, plats, tupperwares, verres...

Electroménager

Ensemble du petit électroménager, frigos < 1,80m, micro-ondes, fers à repasser, plaques de cuisson...

Literie et linge de maison

Oreillers, couettes, draps, alèses, matelas 90x190, surmatelas, sacs de couchage, tentes, serviettes de toilette



Multimédia

Ordinateurs, smart-phones, tablettes, TV...



Vêtements et accessoires

Tous types de vêtements, chaussettes, vêtements chauds, sous-vêtements, sacs de voyage, chaussures...



Fournitures

Scolaires : cahiers, cartables, trousse, règles, stylos/crayons

Bureau : petit mobilier, classeurs, imprimantes, caisses américaines, scotchs, ramettes de papier



Jeux, jouets et loisirs

Jeux de société, poupées, jeux d'extérieur, trottinettes, vélos, produits culturels, produits électroniques



Bien-être

Crèmes, maquillage, soins, parfums, masques, lotions...



Éléments de décoration

Luminaires, rideaux, outillage, peinture, parquet, tapis, accessoires...hors gros œuvre et produits « techniques »



Chantier d'insertion

Vêtements de travail, équipements de protection individuelle, outils de bricolage et de jardinage, matériel professionnel





Pour mener à bien leur mission d'intérêt général, les acteurs de lutte contre la précarité ont des besoins auxquels ils peuvent répondre de différentes manières :

En se fournissant chez des grossistes ou en grande distribution.

Cela laisse un plus grand choix pour les associations et leur permet d'acheter des produits qui correspondent aux besoins du terrain. Néanmoins, c'est une solution qui est très lourde dans leurs budgets, quelles que soient leurs tailles. Ces limites économiques les empêchent donc de facto d'avoir recours à ces fournisseurs ou dans des quantités très limitées. Par ailleurs, cela ne permet pas d'optimiser l'utilisation des ressources par la réutilisation de stocks invendus.

En se fournissant en produits de seconde main.

Cette option, si elle est plus viable économiquement et en accord avec les principes d'économie circulaire, présente plusieurs limites aux associations :

- Elle entraîne une offre plus limitée pour les bénéficiaires qui ne répond pas toujours à leurs besoins réels à un instant T. L'exemple le plus parlant est celui des vêtements : bien souvent, les associations reçoivent en majorité des vêtements de taille moyenne alors que les personnes qu'elles accompagnent auraient besoin de grandes tailles.
- Elle pose aussi un problème de qualité. Au-delà du fait que certains produits ne peuvent être utilisés une seconde fois (la majorité des produits d'hygiène par exemple), le niveau de dégradation des

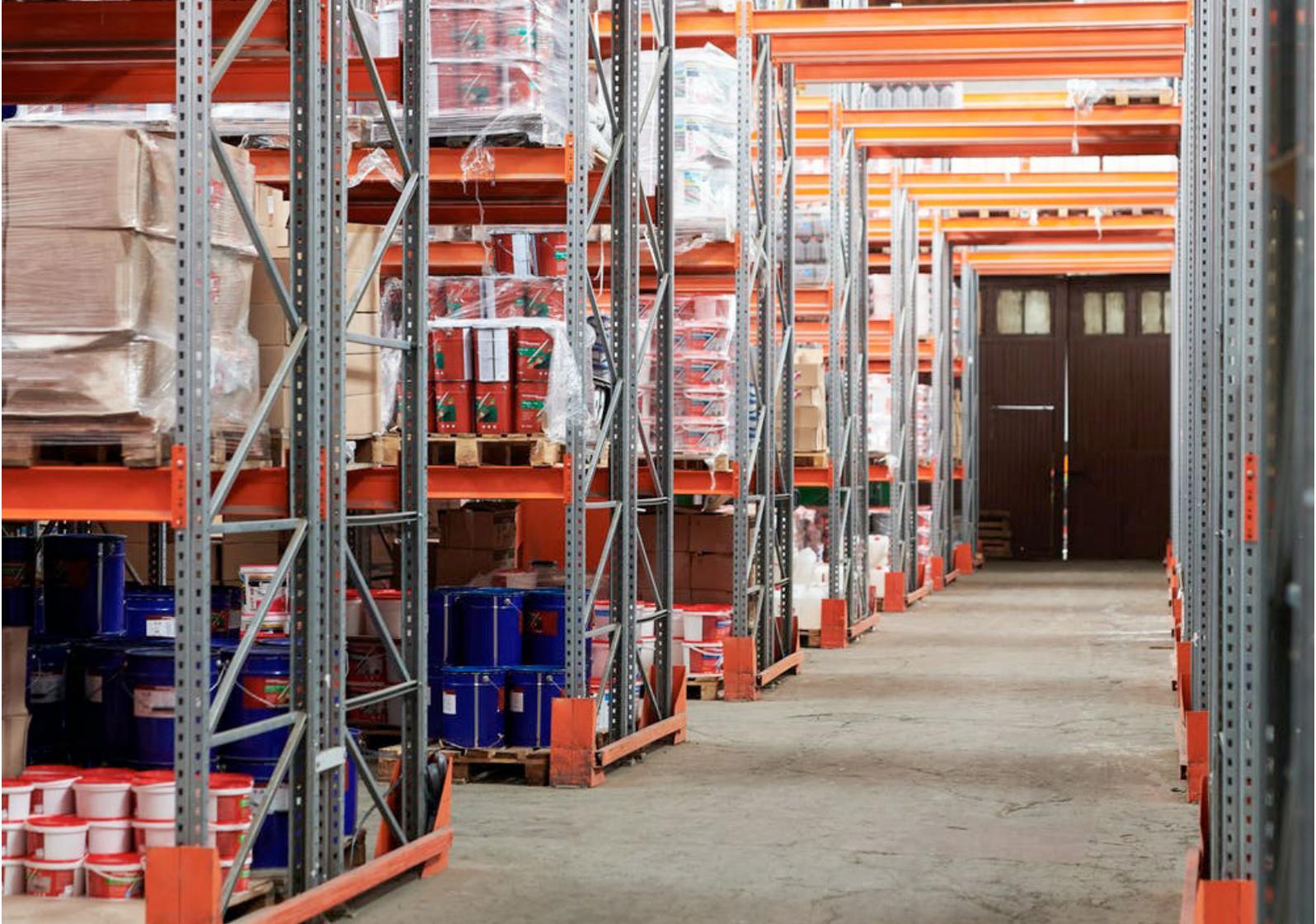
produits reçus peut influencer sur l'estime des personnes accompagnées et contribue à un sentiment d'exclusion.

Les associations se retrouvent donc très souvent dans une position où elles doivent faire un choix entre des produits de qualité plus onéreux ou des produits de seconde main plus économiques mais qui ne correspondent pas toujours à leurs besoins.

Créer une hiérarchie entre les produits

Cela les contraint à créer une hiérarchie entre des produits jugés de première nécessité et d'autres considérés comme plus futiles. Or, bien souvent, cette catégorisation ne se fait pas par rapport à une évaluation de la globalité des besoins des personnes accompagnées mais par rapport à une situation d'urgence (un gel douche sera considéré comme répondant à un besoin plus urgent qu'un cahier pour la scolarité d'un enfant).

Pour mener à bien leur mission, ces acteurs doivent démultiplier leurs sources d'approvisionnement, notamment pour l'accès à des biens matériels en tension. Dans ce contexte, les entreprises peuvent apporter des solutions efficaces tout en optimisant de facto l'utilisation de leurs ressources.



LES PRODUITS DES ENTREPRISES

DES RESSOURCES À MOBILISER À DES
FINS SOLIDAIRES



LES INVENDUS NON ALIMENTAIRES, UN VIVIER IMPORTANT DE GISEMENTS DE RESSOURCES

Retour sur la notion d'invendus

Le terme "invendu" est utilisé de manière générique pour qualifier l'ensemble de la chaîne de valeur qui survient après l'arrêt de la commercialisation d'un produit par une entreprise à travers ses canaux habituels de vente.

Le produit invendu est à séparer du déchet : c'est un produit encore utilisable mais qui, pour des raisons logistiques, marketing, de saisonnalité ou encore réglementaires est envoyé vers d'autres voies de valorisation par les entreprises.

On peut distinguer :

- **Les invendus bruts**

L'ensemble des invendus qui n'ont pas pu être valorisés par l'entreprise soit en interne, soit par les canaux habituels de valorisation (soldes et promotions, magasins d'usine, centres de marques, site internet de la marque ou de l'enseigne).

- **Les invendus résiduels**

Les invendus restants après recours aux différents canaux de valorisation des invendus (ventes privées, soldeurs, grossistes en déstockage). Ils peuvent être donnés, détruits, recyclés ou stockés (stockage dormant).

Potentiel de valorisation des invendus non alimentaires selon l'ADEME

Parue en novembre 2021, cette étude dresse un état des lieux complet du marché des invendus non alimentaires, de ses tendances et de ses perspectives d'évolution sur les cinq prochaines années. Elle constitue la version actualisée du premier panorama sur les invendus non alimentaires en France réalisé par l'Agence du Don en Nature et l'ADEME en 2014.

Les chiffres clés

4 MILLIARDS D'EUROS

d'invendus non-alimentaires sont écoulés chaque année par les fabricants français en dehors de leurs réseaux habituels

280 MILLIONS D'EUROS

d'invendus non-alimentaires sont écoulés chaque année par les fabricants français en dehors de leurs réseaux habituels

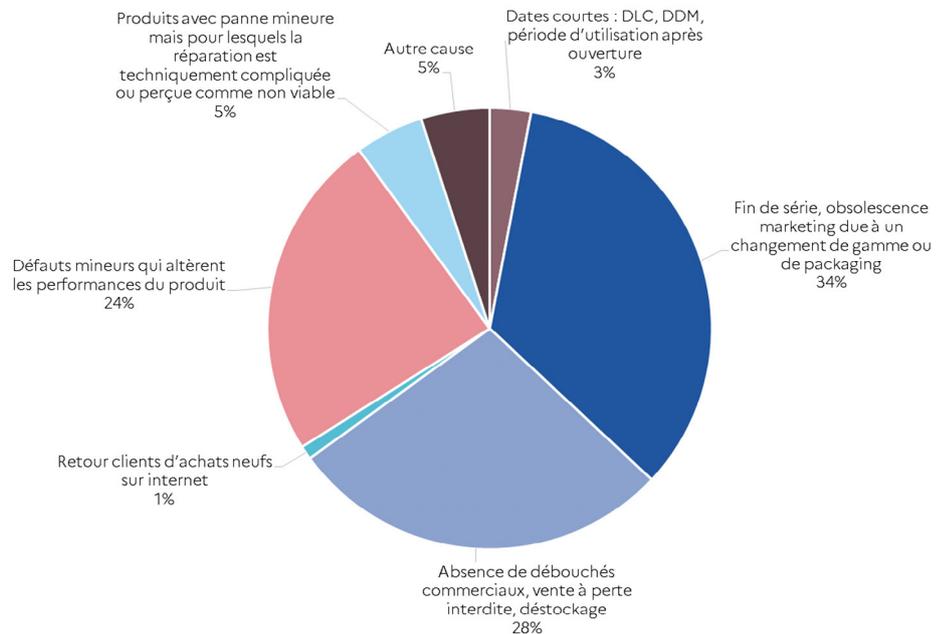
3X

Les entreprises donnent trois fois plus que ce qu'elles détruisent

En 2019, tous secteurs confondus, la part moyenne des invendus représente 3 % du chiffre d'affaires des entreprises (il était estimé à 4,2% du chiffre d'affaires en 2014) et les invendus sont estimés à plus de 4,3 milliards d'euros de valeur marchande.

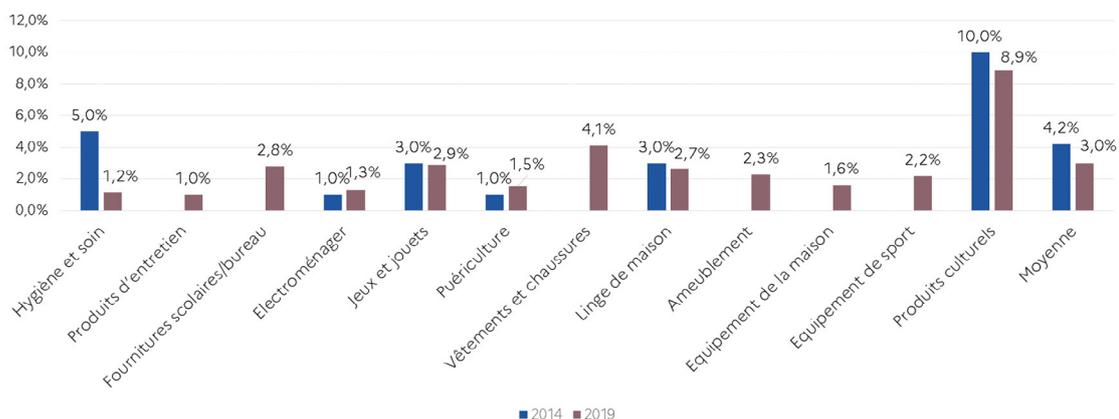
Les causes principales des invendus

Enquête CREDOC 2020



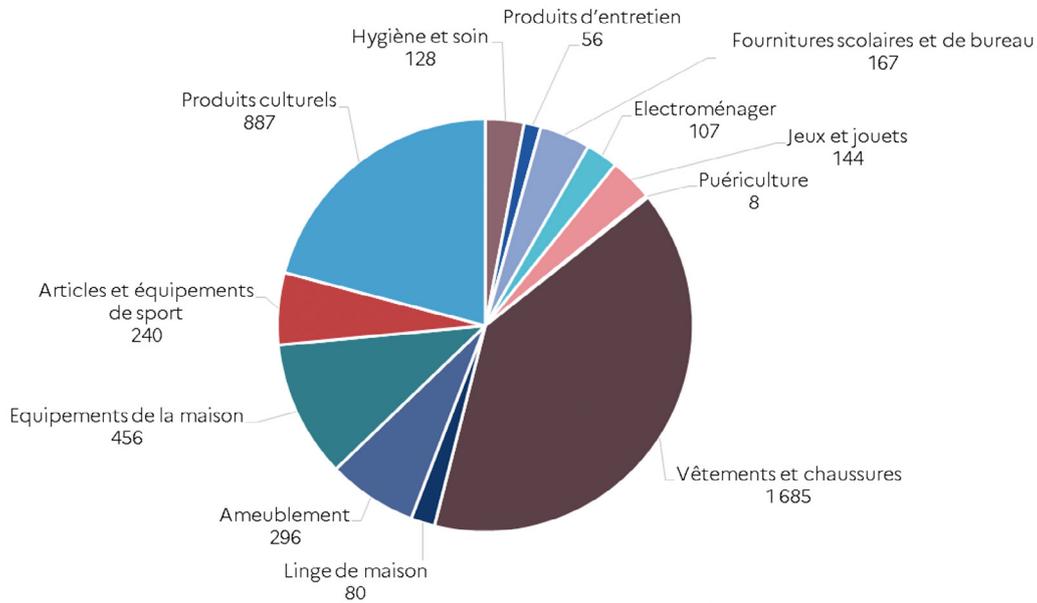
La production d'invendus est principalement liée à l'obsolescence marketing des produits ou aux fins de série, aux problèmes de surproduction et à l'absence de débouchés commerciaux et enfin aux défauts mineurs altérant la performance des produits (emballages abimés, produits endommagés, problèmes d'étiquetage).

Estimation des parts d'invendus par secteur (en euros)



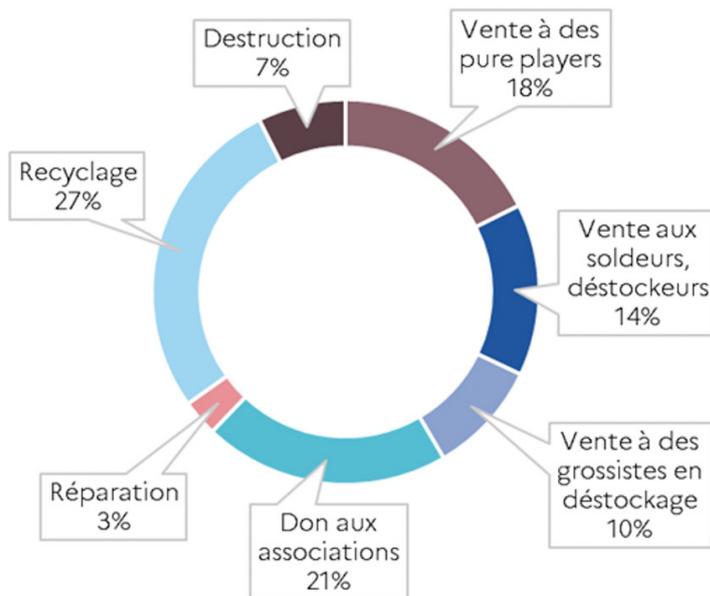
Estimation des valeurs marchandes des invendus (en millions d'euros)

Enquête CREDOC 2020



Répartition des invendus par voies d'écoulement

Enquête CREDOC 2020



Le déstockage représente la première voie d'écoulement des invendus tous secteurs confondus, avec 42 % de la valeur marchande des invendus.

Le don n'arrive ainsi qu'en troisième position (21%) après le recyclage (27%).

Prospective

Concernant l'impact des évolutions réglementaires et contextuelles, les secteurs d'activités prioritaires sur le traitement des invendus par les entreprises ont été analysés par l'ADEME. Le schéma tendanciel général est le suivant :

	2019	Evolution invendus à 5 ans	Tendances pour les voies d'écoulement à 5 ans				
	Gisement invendus (% du CA)		Déstockage	Don aux associations	Réparation	Recyclage	Destruction
Hygiène et soin	1,2%	-	+	+	=	=	-
Produits d'entretien	1,0%	-	=	+	=	=	-
Fournitures scolaires/bureau	2,8%	-	=	+	=	+	--
Electroménager	1,3%	=	=	+	+	+	--
Jeux et jouets	2,9%	-	=	=	=	+	-
Puériculture	1,5%	=	=	+	+	=	-
Vêtements et chaussures	4,1%	-	+	+	+	+	--
Linge de maison	2,7%	-	=	+	+	+	--
Ameublement	2,3%	-	+	+	+	-	-
Équipement de la maison	1,6%	=	=	+	+	+	--
Équipement de sport	2,2%	-	+	=	+	=	-
Produits culturels	8,9%	-	=	=	+	-	=
TOTAL	3,0%						

Il ressort qu'aucun secteur n'anticipe une augmentation du gisement d'invendus à cinq ans. Les acteurs interrogés estiment toutefois sur trois secteurs (électroménager, puériculture et équipement de la maison) que les gisements d'invendus ne devraient pas baisser significativement, voire rester stables...

La part moyenne des invendus passerait de 3 % en 2019 à 2,7 % en 2025.

Selon le scénario tendanciel global, la part moyenne des invendus (en part de chiffre d'affaires) tous secteurs passerait de 3 % en 2019 à 2,7 % en 2025.

La part relative de déstockage devrait rester stable, voire progresser légèrement pour les secteurs de plus en plus concernés par la vente privée en ligne (hygiène et soin, vêtements, chaussures, équipements de sport).

La part du recyclage devrait augmenter pour la moitié des secteurs, notamment lors de la mise en place de nouvelles filières de responsabilité élargie du producteur (REP), cette voie de valorisation restant la seconde voie la plus importante pour le traitement des invendus.

Une diminution de la destruction est pressentie sur la quasi-totalité des secteurs. Elle concernerait 5% des invendus en 2025, contre 8,3% aujourd'hui.

Le don aux associations devrait progresser pour une majeure partie des secteurs

Le don aux associations devrait progresser pour une majeure partie des secteurs, à l'exception notable des jeux et jouets (fiscalité peu incitative), des équipements de sport (faible adéquation des produits avec les besoins des bénéficiaires) et des produits culturels (réglementation contraignante : droits d'auteurs, royalties, loi unique sur le prix du livre, etc.). Deux secteurs envisagent une légère baisse de la part relative du recyclage au profit du développement du don (ameublement) ou de la réparation / reconditionnement des produits (secteur culturel).

Le don progresserait de 1 point pour atteindre 22 % de part relative des invendus.



UN CADRE RÉGLEMENTAIRE FAVORABLE À LA PRATIQUE DU DON

La France se distingue par un cadre réglementaire très incitatif en matière de don. Le mécénat d'entreprise concerne près d'un acteur économique sur dix et représente entre 3 et 3,5 milliards d'euros annuels en France (baromètre Admical 2020). Si celui-ci s'incarne aujourd'hui principalement dans sa forme financière (dons d'argent), il peut aussi prendre la forme de dons en compétences (l'entreprise met à disposition ses savoir-faire à titre gracieux) et de dons en nature (l'entreprise donne des produits).

Quels sont les avantages du don ?

Le don, une pratique encouragée fiscalement

- **1er août 2003 : Loi « Aillagon » :**

Le point d'orgue des évolutions législatives en matière de don est atteint avec cette loi qui constitue un véritable levier pour développer la générosité en France et notamment celle des acteurs économiques. Elle fait bénéficier les entreprises souhaitant réaliser des dons de plusieurs avantages :

- Réduction d'impôt de 60 % dans la limite de 5 pour 1 000 du chiffre d'affaires hors taxes ;
- L'entreprise peut déduire l'excédent des versements sur cinq ans.



Comment valoriser un don de produits ?

La réduction d'impôt est calculée sur la base du coût de revient des produits et des coûts logistiques associés au don comme le transport des produits s'il est à la charge du donateur par exemple. Cette déclaration relève de l'entreprise, l'association bénéficiaire constatant l'état des quantités réceptionnées.

- **Les lois de finances pour 2019 et 2020 introduisent quelques nouvelles règles autour du mécénat d'entreprise :**

- Un plafond de 20 000 € est ajouté pour la réduction d'impôt, au-delà desquels s'applique le plafond de 0,5 % du chiffre d'affaires : il s'agit d'une disposition prise afin d'encourager le mécénat des plus petites entreprises ;

- Un allègement de la réduction d'impôt à 40% pour la fraction des dons supérieure à 2 millions d'euros sur une année (environ 80 entreprises concernées en France) est également prévu (la fraction inférieure ou égale à 2 millions d'euros ouvrant toujours droit à une réduction d'impôt au taux de 60 %). Les dons réalisés au profit d'organismes à but non lucratif qui viennent en aide aux personnes en difficulté ne sont toutefois pas concernés et bénéficient, quel que soit le montant du don, de 60% de réduction d'impôt, afin de ne pas limiter le don de produits de première nécessité⁵.

Les obligations déclaratives⁶

En application du 6 de l'article 238 bis du Code général des impôts, l'entreprise mécène qui effectue au cours d'un exercice fiscal plus de 10 000 € de dons et versements ouvrant droit à réduction d'impôt doit déclarer à l'administration fiscale le montant et la date des dons et versements, l'identité des bénéficiaires ainsi que, le cas échéant, la valeur des biens et services reçus, directement ou indirectement, en contrepartie.

Ces éléments sont transmis par voie électronique à l'administration fiscale dans le même délai que celui prévu pour la déclaration de résultats de l'exercice au cours duquel les dons et versements sont effectués. Les modalités doivent encore être fixées par décret.

Attention : le défaut de production de ces éléments dans les délais prescrits sera sanctionné par une amende de 1 500 € (cf. nouvel article 1729 B, alinéa 2 du CGI).

Les critères d'arbitrage en faveur du don

Au-delà des avantages fiscaux, le don présente d'autres bénéfices qui peuvent inciter les entreprises à s'en emparer :



Bénéfice économique

Les coûts de destruction sont évités.



Bénéfice environnemental

La destruction des invendus génère 5 à 20 fois plus de gaz à effet de serre que leur réutilisation (étude ADEME / Agence du Don en Nature 2014).



Bénéfice en termes d'image

Le don fait partie intégrante de l'engagement sociétal de l'entreprise auquel les consommateurs sont de plus en plus sensibles et contribue ainsi à son image de marque. Pour les industries fabriquant des produits à haute valeur ajoutée, comme l'industrie du luxe, le don de produit peut être vu comme dévalorisant pour leur marque. Pourtant, des solutions existent, comme le dégriffage des produits et des relais associatifs sûrs pour éviter les marchés parallèles.



Praticité

Donner à une association peut être vu comme une contrainte par les entreprises. Or, la professionnalisation du secteur associatif permet de gérer des flux de dons de plus en plus importants. Les partenariats avec des entreprises privées spécialisées dans la gestion des déchets sont également possibles et permettent de gagner en flexibilité.





LA LOI AGECE : UNE RÉCENTE AVANCÉE RÉGLEMENTAIRE SIGNIFICATIVE POUR LE DON DE PRODUITS NON ALIMENTAIRES

Si le mécénat financier et le mécénat de compétences pratiqués par les entreprises font l'objet d'études régulières et approfondies en France, ce n'est pas le cas pour les dons de produits.

Le mécénat en nature, 11% du budget global dédié au mécénat par les entreprises

Le baromètre Admical 2020 estime que le mécénat en nature représenterait 11% du budget global dédié au mécénat par les entreprises.

Les discussions récentes autour de la loi AGECE et les dispositions figurant dans le texte de loi promulgué en février 2020 illustrent bien les évolutions récentes sur le sujet. Celles-ci tendent à encourager toujours plus la pratique du don pour un accès élargi aux produits non alimentaires de première nécessité.

Retour sur la loi AGECE

La loi du 10 février 2020 relative à la lutte contre le gaspillage et à l'économie circulaire (AGECE) a été adoptée avec l'objectif de transposer les directives du paquet européen de l'économie circulaire publiées au printemps 2018 et de mettre en œuvre la Feuille de route pour l'économie circulaire publiée la même an-

née. La loi AGECE crée ainsi de nouvelles filières pollueurs-payeurs (REP), les producteurs, importateurs et distributeurs ayant l'obligation de financer la fin de vie de leurs produits. La loi fixe un calendrier pour une fin du plastique à usage unique d'ici 2040 et un cadre général relatif à la lutte contre le gaspillage et pour le réemploi solidaire (développement du vrac, disponibilité des pièces détachées, lutte contre le gaspillage alimentaire, information du consommateur, obligations pour les acheteurs publics, formation, encadrement de la publicité).



Interdiction de détruire les invendus

A ce titre, la loi AGECE a consacré une interdiction de détruire les invendus⁷ pour les producteurs, importateurs et distributeurs de produits non alimentaires neufs destinés à la vente. Cette disposition permet de favoriser le réemploi et de soutenir le don des produits de première nécessité à des associations de lutte contre la précarité et des structures de l'économie sociale et solidaire (ESS) bénéficiant de l'agrément « entreprise solidaire d'utilité sociale » (ESUS), dans le respect de la hiérarchie des modes de traitement (prévention de la production de déchets, réutilisation, recyclage, valorisation et élimination⁸). Ainsi, les producteurs doivent réemployer, notamment par le don, réutiliser ou recycler leurs invendus, dans cet ordre de préférence. Un décret⁹ est venu préciser l'ensemble des dispositions qui devront figurer sur les conventions de dons des invendus. Les manquements à ces obligations sont passibles d'une amende¹⁰.

Néanmoins, certains produits sont exclus de ces obligations :

- Les produits dont la valorisation est interdite, ou si le réemploi, la réutilisation ou le recyclage présentent des risques sérieux pour la santé ou la sécurité ;
- Si aucune installation de recyclage de matériaux n'accepte de recycler les produits invendus ou si les conditions de recyclage ne répondent pas aux objectifs de développement durable (installations de recyclage à plus de 1 500 km ; coûts de recyclage trop élevés)¹¹.

Le décret¹² précise par ailleurs qu'une personne détentrice d'invendus qui fait face à trois refus de don est exemptée de cette obligation, et doit remettre sans frais ses produits à un éco-organisme agréé (sous réserve que la contribution financière ait été versée lors de la mise sur le marché des produits).

Suppression de l'obligation de régulariser la taxe sur la valeur ajoutée (TVA) en cas de don

Afin de ne pas privilégier la destruction sur le don, la loi AGECE a également supprimé l'obligation de régulariser la taxe sur la valeur ajoutée (TVA) en cas de don d'invendus alimentaires et non alimentaires neufs aux associations reconnues d'utilité publique présentant un intérêt général de caractère humanitaire, éducatif, social ou charitable¹³. Des précisions ont été apportées à cette disposition à travers l'adoption d'un décret¹⁴, qui détaille l'ensemble des informations qui doivent être inscrites sur les attestations que les associations bénéficiaires de dons doivent émettre, et dans quelles conditions celles-ci doivent être délivrées.

Réforme structurelle de la responsabilité élargie du producteur

Concernant la responsabilité élargie du producteur, la loi a œuvré pour une réforme structurelle de celle-ci. La création de nouvelles filières (jouets, articles de sport et de loisirs, etc.) a été accompagnée d'un renforcement du rôle des éco-organismes, notamment afin de soutenir les réseaux de réemploi et de réparation. La loi¹⁵ prévoit la création de « fonds dédiés au fi-

nancement du réemploi et de la réutilisation », dont les caractéristiques sont définies par décret¹⁶.

Un calendrier prévisionnel a été mis en place¹⁷ concernant l'application effective de ces dispositions :

- Dès le 1er janvier 2022, ces modalités seront applicables concernant les produits soumis jusqu'ici à un principe de responsabilité élargie du producteur (cf. note de bas de page¹⁸) ainsi que pour les produits d'hygiène et de puériculture (dont la liste est fixée par le décret du 28 décembre 2020, avec une exception pour les produits dont la date de durabilité minimale est inférieure à 3 mois et lorsque qu'aucune possibilité de réemploi n'est possible après consultation d'associations)¹⁹, pour les équipements de conservation et de cuisson des aliments, les produits d'éveil et de loisirs ainsi que les livres et les fournitures scolaires.
- Au 31 décembre 2023, ces obligations s'appliqueront à tous les autres produits.

Des clarifications nécessaires à apporter sur le réemploi des produits

Si la loi AGEC se veut ambitieuse, notamment dans le domaine du réemploi, la notion est appréhendée de manière floue dans le texte et décorrélée de sa visée solidaire et circulaire.

D'une part, ce n'est pas l'ensemble des produits de première nécessité qui doivent nécessairement être réemployés mais les produits d'hygiène et de puériculture, d'autant que leur don n'est pas obligatoire.

Une confusion possible entre les déchets et les invendus

L'intention de se défaire d'un bien caractérise le passage d'un objet ou d'une substance du statut de produit à celui de déchet. Toutefois, cette intentionnalité de se défaire du bien se vérifie dans le cas du réemploi lorsqu'une personne cède son bien, or le réemploi implique que le produit n'acquiert à aucune étape du processus le statut de déchet. Ainsi, une confusion peut s'opérer entre les déchets et les invendus.

De surcroît, la loi AGEC n'introduisant pas de définition claire des invendus, les entreprises peuvent être amenées à caractériser leurs invendus de déchets dans le but de détruire ou de recycler le déchet, plutôt que de privilégier le réemploi, souvent moins avantageux financièrement.

Les impacts pressentis de la loi AGEC sur le don des produits

Au-delà de l'augmentation du volume des dons qui est anticipée à court terme, d'autres effets de la loi, qui ressortent aussi dans l'étude 2021 de l'ADEME, sont attendus :

- **Une diversification des filons de dons et de leur qualité**, avec l'arrivée de nouveaux profils d'entreprises cherchant des solutions pour leurs produits ;
- **Une complexification des schémas logistiques**, avec des dons d'entreprises de plus petits volumes et de provenances de plus en plus variées (usines, points de vente...);

- 
- **L'émergence de nouveaux acteurs sur le marché**, à but lucratif ou non, qui proposent des solutions aux entreprises pour la gestion de leurs invendus.

Et ailleurs, comment ça se passe ?

La France, pionnière dans la lutte contre la destruction d'invendus

L'interdiction de destruction des invendus permet de placer la France comme pionnière en la matière, la France étant le premier pays à imposer une telle mesure. L'Union européenne a fait écho à cette disposition dans son plan d'action en faveur de l'économie circulaire du 11 mars 2020. Ainsi, à l'aide de propositions législatives complémentaires, la Commission européenne envisage d'introduire « une interdiction de destruction de biens durables invendus²⁰ ». Néanmoins, d'autres pays comme la Belgique permettent aux donateurs de produits non alimentaires de ne pas régulariser la TVA déduite sur ces dons sous certaines conditions.

Le don en tant que solution de l'économie circulaire est ainsi pleinement reconnu par la loi AGECE. Les acteurs économiques et institutionnels sont appelés à s'emparer de cet outil pour en faire un véritable levier de transition vers une économie plus résiliente.



LES ÉTAPES CLÉS

POUR UNE DÉMARCHE DU

DON RÉUSSIE

Les ressources à disposition des entreprises et des institutions publiques constituent une manne essentielle qui peut être mobilisée à des fins solidaires et circulaires. Alors qu'elles sont de plus en plus attendues sur la formalisation et la mise en place de stratégies d'engagement claires, la conciliation de ces différents enjeux devient pressante.

Une politique du don bien structurée s'inscrit dans cette démarche et permet d'apporter une solution à impact fort à ces problématiques. Le frein principal tient le plus souvent à une méconnaissance des mécanismes liés au don. Une méthodologie robuste et un accompagnement adapté sont donc nécessaires.

Quelles sont les étapes clés pour une démarche de don réussie ?



En tant qu'entreprise



En tant qu'institution publique



EN TANT
QU'ENTREPRISE



01

Comprendre le cycle de vie du don

Une chaîne du don en plusieurs étapes

01

**Identifier les
gisements de don**

02

**Convaincre et
s'organiser en interne**

03

**Organiser la
distribution**

04

**Mesurer l'impact
du don**

05

**Maximiser la
portée du don**

Une démarche par essence transversale et fédératrice en interne



Direction générale

Elle s'assure de l'intégration du don et de l'économie circulaire dans la stratégie de développement globale de l'entreprise, fédère les parties prenantes autour de la démarche, embarque la gouvernance dans le projet.



RSE

Elle coordonne la politique du don en interne, définit les process associés, s'assure du bon fonctionnement de la chaîne du don et de ses améliorations, la valorise au cœur de l'ensemble de la politique RSE de l'entreprise.



Supply Chain

Elle assure la fluidité des process au niveau de la chaîne logistique, de l'identification des gisements à l'envoi des produits aux bénéficiaires.



RH/Finances

Elles garantissent un suivi rigoureux du don et participent à la mobilisation des collaborateurs autour d'initiatives solidaires liées au don.



Communication

Elle réserve au don une place dans le temps de parole de l'entreprise.



02

Identifier les gisements

Nous avons vu précédemment quels étaient les produits non alimentaires les plus recherchés par les acteurs de la lutte contre la précarité.

Pour l'entreprise, il convient aussi d'être vigilante sur la qualification des gisements de dons en ne donnant que des produits qui ne présentent pas de risque pour la santé et qui sont propres à être utilisés.

Des fiches-produits sont disponibles en annexe de ce guide.

Différents documents peuvent être mis à disposition de l'entreprise afin de lui permettre de communiquer de manière simple les informations nécessaires à l'évaluation de sa proposition de don : **fiche logistique / fiche d'enlèvement.**

Indépendamment des caractéristiques propres à chaque catégorie de produits pouvant faire l'objet d'un don, quelques bonnes pratiques générales sont à prendre en compte pour assurer une distribution fluide des produits :

- Vérifier la liste des produits interdits ;
- Vérifier les dates de consommation si nécessaire : DLC et DDM ;
- Collecter les informations d'étiquetage (dénomination, composition...);
- S'assurer de l'intégrité des produits (bon état, produit non dégradé) ;
- Anticiper un maximum la proposition de don.

Plusieurs critères vont ensuite entrer en compte pour l'orientation du don par le bénéficiaire :

- **La correspondance du don aux besoins identifiés** des publics accompagnés par le bénéficiaire à un instant donné, qui garantit sa capacité à redistribuer sans difficulté les produits collectés auprès de l'entreprise ;
- **L'organisation logistique du bénéficiaire**, selon que la structure fonctionne avec une seule plateforme logistique centrale, ou de manière décentralisée avec plusieurs plateformes dans différents territoires ;
- **La provenance géographique du don** : afin de limiter l'impact carbone de son activité et d'encourager le dynamisme du tissu local, l'organisme bénéficiaire va chercher des solutions de redistribution à proximité de là où se trouvent les produits de l'entreprise ;
- **La taille du don proposé par l'entreprise** : de très gros volumes de produits nécessitent une redistribution sur une zone géographique la plus étendue possible, de manière à éviter les marchés parallèles.

Témoignage

Caroline Michelon

*Directrice Supply Chain
chez l'Oréal Cosmétique Active*



“ Dans notre centrale Cosmétique Active à Croissy Beaubourg, nous traitons tous les retours/refus de commandes de nos clients. Parfois, certains produits ne peuvent être réintégrés en stock (références arrêtées ou packaging légèrement abîmé).

Ces produits restant des produits de très bonne qualité et utilisables, il nous est paru évident de mettre en œuvre un partenariat avec ADN, il y a déjà plusieurs années afin de pouvoir en faire bénéficier les personnes en ayant besoin.

Dans un premier temps, nous ne faisons cette opération que sur des produits d'hygiène. D'autres produits de soin, maquillage, coffrets, trousse, peuvent nous être retournés mais il était trop complexe de faire la même opération de tri que sur l'hygiène.

Nous avons donc eu l'idée avec ADN, début 2020, de constituer des « box surprises » qui comprennent différents types de produits,

tous différents les uns des autres, et qui sont envoyés directement à ADN dans des grands centres sociaux, apportant désormais un peu de « produits plaisir » à de nombreuses personnes.

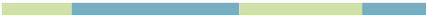
Notre zone de retour a été adaptée et nos équipes formées pour répondre à cette nouvelle organisation.

Cela nous a permis en 2020 de doubler le nombre de produits donnés.



03

Convaincre et s'organiser en interne



Quelques règles sont à garder en tête d'un point de vue organisationnel pour mettre en place une politique de don dans son entreprise :

- La prévention des invendus est à inscrire au rang des priorités pour l'entreprise ;
- Il s'agit ensuite de définir une organisation dédiée, avec l'identification et la mobilisation des interlocuteurs qui seront associés au don et la désignation d'un référent sur le sujet (il peut s'agir d'un référent RSE, seconde vie, mécénat...);
- Des outils pour sécuriser le don sont à créer : des procédures pour piloter la démarche du don en interne, une convention de partenariat type reprenant les éléments clés encadrant le don entre l'entreprise et le bénéficiaire. L'entreprise n'est pas seule : ses partenaires peuvent l'accompagner pour l'aider à définir une stratégie claire, pragmatique, conforme aux obligations réglementaires. Les organismes bénéficiaires des dons mettent à disposition de nombreuses ressources pour faciliter la mise en place de cette démarche.

La convention de partenariat (les éléments à faire figurer) :

- Elle précise que le tri des produits invendus qui font l'objet du don et que le contrôle des exigences réglementaires en vigueur en matière d'hygiène et de sécurité sont à la charge de l'entité qui procède au don.

- Elle prévoit que le bénéficiaire du don peut en refuser tout ou une partie jusqu'à ce qu'il procède à l'enlèvement des produits lorsque, notamment, ses capacités de transport, de stockage ou les possibilités de redistribution ne sont pas suffisantes, ou qu'après contrôle visuel des produits, ceux-ci ne paraissent pas fonctionnels ou conformes aux exigences réglementaires en vigueur en matière d'hygiène. Le refus de don est formulé par écrit ;
- Elle prévoit que la personne qui procède au don assure le stockage des produits invendus qui font l'objet du don pendant un délai suffisant, convenu entre les différentes parties concernées, pour que le bénéficiaire puisse procéder à leur enlèvement durant ce délai. En l'absence d'enlèvement par le bénéficiaire à l'expiration du délai convenu entre les parties ou, à défaut, à l'expiration d'un délai d'un mois à compter de la proposition de don, le bénéficiaire est réputé avoir refusé le don ;
- Elle précise les modalités selon lesquelles est assurée, par les deux parties, la traçabilité des produits invendus objets du don et prévoit l'établissement d'un bon de retrait qui justifie la réalité du don ;
- Elle précise les conditions dans lesquelles la propriété des produits invendus est transférée du donateur au bénéficiaire.

Témoignage

Francis Lemontey

Responsable de projets RSE et Développement Durable chez Pierre Fabre



“ Malgré tous nos efforts pour en limiter le nombre, notre entreprise génère des invendus : évaluation de la demande parfois complexe, contraintes de production, aléas météorologiques impactant le volume de vente des produits solaires, etc.

Nos marques procèdent depuis longtemps à des opérations de don ponctuelles. Mais la récente loi anti-gaspillage (AGEC) nous pousse à aller beaucoup plus loin et notamment à étendre ces dons à des produits plus techniques (traitement de désordres dermatologiques par exemple). Afin d'éviter la destruction de ces invendus, nous avons mis en place en 2021 un processus qui permet de les donner systématiquement aux associations de lutte contre la précarité, par l'intermédiaire de partenaires de confiance tels que l'Agence du Don en Nature.

En anticipant l'atteinte de la date de durabilité minimale, nous pouvons soumettre périodiquement à ces partenaires une liste de produits disponibles qu'ils pourront ensuite proposer aux associations dans les meilleures conditions possibles. Nous avons constitué une base de données regroupant l'ensemble des informations utiles relatives à tous les produits cosmétiques de notre catalogue, ce qui permet à ces partenaires de choisir les produits et les volumes

associés en toute connaissance de cause, pour une distribution optimale aux associations.

Par ailleurs, conformément à nos conditions commerciales, il peut arriver que nos clients pharmaciens nous renvoient certains produits. Pour traiter ce gisement très disparate (références variées et en petites quantités), nous avons mis en place une nouvelle procédure de réception : ces « retours clients » sont désormais triés en cinq grandes catégories (soins capillaires, produits d'hygiène bucco-dentaire...), Nous pouvons ainsi proposer à l'Agence du Don en Nature des palettes complètes de produits relevant d'une seule catégorie. Ainsi conditionnés, ils peuvent plus facilement trouver preneur, les associations sachant ce que les cartons vont globalement contenir.

En accord avec nos engagements RSE, nous essayons évidemment d'optimiser le transport de ces invendus pour diminuer l'empreinte environnementale de l'opération (camions complets, enlèvements successifs par un même véhicule passant d'un de nos sites logistiques à un autre...).



04

Organiser la distribution des dons

Afin de préparer au mieux la livraison des produits, quelques conseils pratiques :

- **Suivi qualité** : visiter le site où les produits de l'entreprise sont disposés pour s'assurer du respect des règles d'hygiène et de sécurité est indispensable ;
- **Conditionnement des produits** : faire preuve de pragmatisme en ayant pour objectif de simplifier le traitement du don par le bénéficiaire est essentiel. Par exemple, en cas de palettes mixées ou de produits en vrac, il sera apprécié d'accompagner les produits d'un listing détaillé par unité de manutention. Il peut aussi s'agir de privilégier un conditionnement homogène entre les différentes catégories de produits proposées ;
- **Étiquetage des produits** : l'identification claire des unités de transport et de leur contenu étant essentiel dans le processus de livraison des marchandises, un listing Excel du contenu des « Serial Shipping Container Code » (SSCC) (ou toute autre norme utilisée) pourra être envoyé à l'association ;
- **Accord avec le bénéficiaire sur les modalités de mise à disposition des produits** : l'entreprise prend le plus souvent à sa charge le transport des produits vers le bénéficiaire mais celui-ci peut dans certains cas venir récupérer les marchandises. Une prise de rendez-vous, la plus anticipée possible, permettra d'organiser la livraison dans de bonnes conditions en tenant compte des contraintes de chaque partie.



Contrôle avant chargement :

- Flasher les articles en démarque ;
- Editer la liste des articles flashés ;
- Contrôler qualitativement et quantitativement (produits propres à la consommation, éligibilité au don, température, état, DLC/DDM...), transmission des données techniques si nécessaire (notice, dangerosité...) ;
- Signer les documents (bons de réception).

Une fois le don réceptionné, il pourra ensuite être traité par l'organisme récipiendaire et redistribué aux bénéficiaires finaux. L'entreprise recevra de la part de l'organisme son reçu fiscal afin de lui permettre de bénéficier de la réduction d'impôt.

Comment est comptabilisé un don ?

Le don est comptabilisé dans deux comptes de charges selon le plan comptable français. Dans le compte 6038 - Divers (pourboire, dons courants) s'il est de caractère courant, et au compte de charges 6713 - Dons et libéralités s'il est de caractère exceptionnel. S'il s'agit d'un don de produits, il fait l'objet d'un transfert de compte du 791 vers le 623.

La réduction d'impôt obtenue s'enregistre au crédit du compte 695 pour sa totalité, dès lors que l'entreprise l'impute sur l'impôt sur les sociétés dû et est possible sur les cinq années à venir.



05

Évaluer l'impact de ses dons

La mise en place d'indicateurs de performance

Les indicateurs de performance financière, principalement à destination des actionnaires, ont longtemps prévalu pour illustrer la réussite d'une entreprise. Aujourd'hui, des indicateurs extra-financiers émergent et permettent aux entreprises de rendre compte de leurs impacts environnementaux et sociaux. Ces indicateurs sont à destination de toutes les parties prenantes des organisations. Exemples :

Impact sur la société : à travers son don de produits, l'entreprise cherche à renforcer son impact sur la société. Il s'agit ici d'évaluer le résultat du don sur les bénéficiaires finaux et sur la mission des organismes en lien avec ces derniers.

Exemple d'indicateurs à mettre en place :

Le nombre de produits donnés, le nombre de bénéficiaires aidés, les différents territoires d'actions...

Impact sur l'entreprise : le don de produits présente aussi un certain nombre d'avantages pour l'entreprise elle-même :

- Environnementaux : réduction des déchets, moins de gaspillage ;
- Économiques : réductions des coûts de stockage, de gestion de fin de vie, avantages fiscaux ;
- Sociaux : valorisation de la marque employeur, augmentation de la motivation des salariés en donnant plus de sens à leur travail, etc.

Exemple d'indicateurs à mettre en place :

Tonnes de déchets évités, économies réalisées sur le stockage, montant du crédit d'impôt accordé, nombre de salariés connaissant les actions de dons de l'entreprise...

Impact sur les investisseurs : certaines entreprises sont soumises à des obligations de reporting extra-financier et les notations qui en découlent ont un impact sur les actionnaires.

Par ailleurs, l'évaluation de l'impact des dons ne sera possible que si un processus de traçabilité efficace des dons est mis en place, en étroite collaboration avec les organisations bénéficiaires des dons.

La garantie de la traçabilité des dons

Contrairement aux dons alimentaires, il n'existe pas de réglementation en matière de traçabilité des dons non alimentaires. La structure vers laquelle sont fléchés les dons de produits doit toutefois assurer à l'entreprise une chaîne du don sécurisée tout au long du processus et apporter des garanties en conformité avec les dispositions de la convention de partenariat liant les deux parties. Cela passe par :

- Un suivi rigoureux des interlocuteurs associés à la distribution du don ;
- Une veille attentive pour se prémunir des marchés parallèles (revente des produits via des circuits alternatifs type sites de seconde main) ;
- Une remontée régulière des informations et des retombées du don.

L'élaboration d'éléments de reporting

En passant par une organisation intermédiaire pour distribuer ses dons, l'entreprise va pouvoir collecter plusieurs types d'informations qu'elle pourra ensuite utiliser pour sa propre communication :

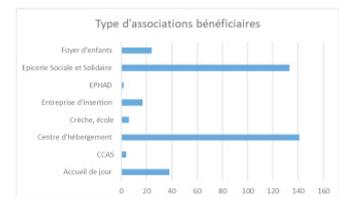
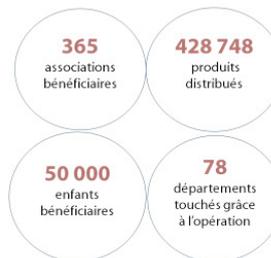
- **Des éléments quantitatifs** : le nombre de produits distribués, le nombre d'associations et/ou d'individus bénéficiaires ;

- **Des éléments qualitatifs** : le type de structures ou profils ayant bénéficié des dons, des témoignages qui ont été collectés auprès de ces derniers.



Bilan de l'opération 2021
8/06 au 31/08

Les associations bénéficiaires



Les associations bénéficiaires



Témoignage : Association Les Enfants de Saint-Denis

Les Enfants de Saint-Denis est une association créée en 2014 sur la commune de Saint-Denis. Sa mission est de proposer aux enfants et aux jeunes des temps éducatifs et de loisirs en période extra-scolaire. Ils mettent aussi en place des actions pour renforcer les liens sociaux à l'échelle du quartier et de la ville.

« Le profil qui revient souvent, c'est la famille monoparentale, beaucoup de mamans qui élèvent seules plusieurs enfants surtout. Ce sont des familles qui n'arrivent plus à payer le loyer ou l'assurance de la voiture déjà, alors les fournitures, c'est compliqué aussi »

Mostafa Ikhidi, président de l'association



Une bénéficiaire de l'association et les fournitures lors de la grande distribution qui a eu lieu fin août

Coup d'œil sur le rapport d'impact ADN

Témoignage

Christophe Clairet

Overstock Manager chez KIABI



“ Notre première action est d’affiner nos prévisions de vente pour limiter au maximum le gaspillage des ressources. Pour cela, nous investissons dans des outils permettant de connecter les potentiels de vente magasins / web avec nos cadencements d’achats, en tenant compte des spécificités de nos zones de distribution.

Néanmoins, en fin de saison, il nous reste des invendus pour lesquels nous développons des partenariats de dons. En France et dans d’autres pays proches, nous avons tissé des liens avec des associations de proximité pour permettre à tous de se vêtir dignement.

Depuis 2018, nous donnons des invendus, notamment à l’Agence du Don en Nature qui les redistribue à des associations françaises identi-

fiées via sa plateforme connectée.

Nous participons également au développement et à l’accompagnement (mécénat de compétences) de magasins solidaires dits « petit magasin », en France. Nos magasins les plus proches donnent leurs invendus qui sont ainsi proposés aux plus démunis.

Nous répartissons au mieux les dons en fonction des besoins des associations notamment en termes de volume et du type de produit.

En 2020, ce sont plus de 730 000 pièces qui ont été données aux associations en France, Belgique et Italie – notamment pendant le premier confinement – représentant un quart de nos invendus.



06

Maximiser la portée du don

Renforcer l'impact social du don

Si une démarche de don peut être déployée tout au long de l'année, il est aussi intéressant pour le donateur de l'activer ou de l'amplifier à différentes occasions :

- Les marronniers du calendrier : la rentrée scolaire, Noël, la fête des mères, la journée mondiale de la générosité - sont autant d'occasions d'exprimer sa générosité et de proposer une action de don ciblée envers les publics concernés ;
- Les sollicitations venant du terrain, conjoncturelles ou structurelles : les associations conduisent régulièrement des appels à la générosité pour mobiliser les dons afin de répondre à leurs besoins d'approvisionnement sur certaines catégories de produits critiques (produits d'hygiène, par exemple) et/ou renforcer leur accompagnement de publics cibles (les sinistrés d'intempéries, par exemple) - ces initiatives peuvent être une opportunité pour encourager le donateur à aller plus loin dans son action de don.

Ces opérations permettent de valoriser les bénéficiaires finaux des dons et donc de donner encore plus de corps à l'action de solidarité du donateur.

Exemples d'opérations solidaires ADN

• Rentrée solidaire :

Chaque année, l'Agence du Don en Nature organise une distribution à grande échelle de fournitures scolaires à des associations de lutte contre l'exclusion et la précarité pour préparer la rentrée des classes. Objectif : permettre à des enfants de démarrer l'école avec du matériel de qualité et lutter contre toute forme d'inégalité sociale et d'exclusion dans le milieu scolaire.

• Priorités Jeunesse :

En mars 2021, alors que la crise sanitaire exacerbe les difficultés des jeunes et plonge un grand nombre d'entre eux dans la précarité, ADN a lancé #Priorités-Jeunesse, une opération tournée vers les 15-25 ans, pour redistribuer plus de 100 000 produits de première nécessité (produits d'hygiène, produits bien-être, sous-vêtements) à une centaine d'associations de lutte contre la précarité des jeunes (épiceries étudiantes, structures d'accueil...).

Intégrer le don dans sa communication interne

L'équipe ou la personne référente chargée des dons dans l'entreprise doit pouvoir s'appuyer sur différents outils pour faire connaître la pratique du don de manière pédagogique auprès de ses collaborateurs. Cela permet de :

- sensibiliser les salariés aux causes d'intérêt général soutenues par l'entreprise ;
- construire ou approfondir la culture d'entreprise en renforçant le sentiment d'appartenance des collaborateurs ;
- créer des passerelles entre les différents services, niveaux hiérarchiques, sites d'une même entreprise.

Faire du don un levier pour embarquer direction, collaborateurs et clients autour d'actions solidaires : exemples d'actions RSE

Le don de produits présente de nombreux autres atouts qui en font un pilier incontournable des engagements RSE de l'entreprise. Il peut ainsi être animé de différentes manières au sein de l'entreprise.

L'entreprise souhaite engager ses collaborateurs ?

- participations aux tris et à la préparation des commandes de produits
- collectes solidaires (de produits, micro-dons, arrondis sur salaires...)
- mécénat de compétences
- défis sportifs
- ateliers avec des associations bénéficiaires

L'entreprise souhaite impliquer ses clients ?

- produit-partage
- arrondi en caisse
- produits d'épargne solidaire

Intégrer le don de manière pérenne dans la politique d'engagement de l'entreprise

Si la mise en place d'une politique de don répond aussi bien à une volonté d'optimisation des ressources existantes de l'entreprise que d'un acte de solidarité, un nombre croissant d'acteurs souhaite l'intégrer de manière durable dans leur stratégie de développement. Pour ce faire, plusieurs leviers sont envisageables, avec par exemple la possibilité de réserver des dotations fixes de produits réservées aux acteurs de la lutte contre la précarité, indépendamment du volume d'inventus à disposition de l'entreprise.

Dans cette perspective, la dimension purement philanthropique du don prend toute son envergure. Le don se détache des aléas de l'activité économique de l'entreprise et répond à des besoins concrets du terrain. Il illustre la volonté de l'entreprise d'accompagner de manière structurante ses partenaires associatifs, en complémentarité d'une meilleure gestion de ses ressources. Cette forme d'engagement peut faire écho au développement récent en France de la « *venture philanthropy* », qui désigne l'accompagnement d'organisations par un soutien financier et extra-financier important et pérenne, en vue d'en développer fortement les capacités et de maximiser l'impact social et environnemental de leurs activités.

Témoignage

Benjamin Dambrine

Directeur Général de Gigamic



“ Depuis 30 ans, Gigamic a toujours gardé à cœur de promouvoir les valeurs de partage et de convivialité rassemblant petits et grands autour d'un jeu de société. Nous en sommes convaincus, et cette année plus que jamais, le jeu de société est l'un des meilleurs vecteurs de socialisation au sein et à l'extérieur du cercle familial et amical. Pour célébrer notre anniversaire, il nous semblait alors logique de mettre en place une opération solidaire de « Produit Partage » avec l'Agence du Don en Nature en octobre 2021. Toute l'équipe Gigamic, comme nos clients indépendants de centre-ville ou centrales d'achat en France et en Belgique, nos éditeurs ainsi que tous nos partenaires ont fait preuve d'une envie très marquée de vivre et de faire vivre un Noël solidaire au-delà des murs de nos points de vente. Grâce à cette mobilisation, nous allons permettre à

chacun de préparer ses cadeaux de fin d'année, au travers d'un achat plaisir, tout en rendant accessible notre passion à ceux qui ne le peuvent pas. Cela est rendu possible grâce à un don effectué par Gigamic pour chaque vente du produit faisant partie de l'opération !*

** Un produit-partage est une opération solidaire associée à l'acte d'achat d'un produit. Pour une vente réalisée sur un produit donné, il s'agit de débloquer un don de produit (le même que celui qui est acheté par le client, par exemple) ou un don financier (part du chiffre d'affaires sur la vente du produit, par exemple) qui est reversé à une association bénéficiaire. Exemple : pour chaque vente d'un jouet Gigamic réalisée du 1er octobre au 1er novembre 2021, un jouet est donné par Gigamic à l'Agence du Don en Nature*



**EN TANT
QU'INSTITUTION
PUBLIQUE**



Les institutions publiques disposent d'une connaissance fine du maillage territorial, des différentes formes de précarité existantes sur leur territoire et des acteurs intervenant sur le sujet. Dans le cadre de la conduite de leurs politiques de lutte contre la précarité et de leurs engagements pour promouvoir une économie circulaire, elles sont en capacité de mobiliser de nombreuses ressources pour fédérer les énergies sur leur territoire autour d'initiatives solidaires. Les principaux leviers possibles sont les suivants :

- Promotion du don auprès des acteurs économiques avec lesquels elles interagissent (communication, évènements) ;
- Accompagnement des structures collectrices et distributrices par le financement de projets visant à l'approvisionnement en produits de première nécessité de personnes en situation de précarité.

Exemples d'actions portées par les pouvoirs publics

- Urgence Premiers Pas :

En partenariat avec l'Institut Break Poverty et le Secrétaire d'Etat chargé des familles et de l'enfance Adrien Taquet, l'Agence du Don en Nature a lancé au mois d'avril 2021 l'opération #Urgence-PremiersPas, afin de fournir des kits gratuits de produits de puériculture (petits pots, couches, lingettes, liniments, lait en poudre) à 50 000 bébés. Les produits étaient achetés auprès de fournisseurs grâce à un soutien financier de l'Etat mais aussi collectés sous formes de dons d'entreprises. Cette opération s'inscrit dans la poursuite des travaux initiés par le gouvernement sur le sujet, avec notamment la commission « 1000 premiers jours » de septembre 2019 qui a souligné l'importance des 1 000 premiers jours de la vie dans la construction de tout individu et les difficultés rencontrées par un nombre croissant de familles pour subvenir aux besoins de leurs tout-petits. L'opération a permis de mobiliser un grand nombre d'industriels et de distributeurs.

FICHES- PRODUITS

PRODUITS D'HYGIÈNE ET COSMÉTIQUES



Les produits d'hygiène sont notamment distribués dans les centres d'hébergement accueillant des personnes sans domicile, migrants, femmes victimes de violences ... Les produits cosmétiques redonnent de l'estime de soi aux personnes défavorisées, ils sont principalement distribués par le réseau des épiceries sociales ou lors d'occasions particulières (Noël, fête des mères) par les hébergements.

Quels produits peuvent être donnés ?

- Tous les produits d'hygiène et les cosmétiques à destination des particuliers, dont l'étiquetage est en français ou avec la traduction pour les mentions obligatoires et qui satisfont aux exigences techniques, réglementaires et environnementales (REACH, CLP, NF EN ISO 22716...).
- Les dons de lots dont les mentions d'étiquetage sont erronées ou ont été omises, à condition que les mentions rectifiées ou omises du lot soient spécifiées à l'association et accompagnées d'un document avec des indications lisibles, précises et compréhensibles.
- Date de péremption non dépassée (si possible, anticiper le don 6 mois avant la péremption).
- Les contenants de plus de 5L sont difficiles à traiter pour les associations.

Colisage

- Privilégier des colis en « mono-référence » qui permettent un meilleur suivi des dates de péremption par les associations.
- Fournir les listes de colisage, si possible pour chaque palette et détailler le nombre d'UVC*, le PCB**, le PLV***.
- Les présentoirs « PLV*** » assortis de produits peuvent être acceptés en fonction des dimensions.

Vous souhaitez donner un produit à usage professionnel ?

- Certaines associations comme les chantiers d'insertion par la coiffure peuvent utiliser des produits « réservés aux professionnels » mais les quantités récupérées sont faibles.
- Les produits ne comportant pas de mention peuvent être donnés s'ils ne présentent pas de risque pour leur utilisateur.

* UVC: unité de vente conditionnée

** PCB: Par ComBien

*** PLV: publicité sur le lieu de vente



- Il n'y a qu'une seule « Personne Responsable » pour la cosmétique et c'est l'importateur si le produit a été fabriqué hors UE. Ne pas donner des produits que vous ne pourriez pas vendre par ailleurs.
- Les testeurs et les échantillons peuvent être donnés aux associations mais doivent respecter les mêmes conditions d'étiquetage que les produits finis.
- Veiller à la présence des bouchons sur les produits et mettre un nouveau bouchon sur les produits qui n'en ont plus.
- Les défauts de suremballage ou leur absence ne posent pas problème tant que les mentions réglementaires sont présentes sur l'emballage primaire du produit.

PUÉRICULTURE ET MONDE DE L'ENFANT



En France, 1 enfant sur 5 naît pauvre*. Les familles monoparentales sont plus fortement touchées par la pauvreté que les couples avec enfants. Les couches sont un des produits non alimentaires les plus importants pour les familles vivant sous le seuil de pauvreté.

Quels produits peuvent être donnés ?

- Tous les produits finis qui respectent les règles de la DSGP** et les autres réglementations s'appliquant à vos produits (REACH, CEM, Rohs...), et qui portent les marquages obligatoires, notamment sur les dates de péremption.
- Les produits destinés à assurer ou à faciliter l'assise, la toilette, le couchage, le transport, le déplacement et la protection physique des enfants de moins de 4 ans.
- Les biberons, tétines et sucettes.
- Le mobilier pour la petite enfance.
- Les tests destinés au diagnostic de la grossesse ainsi que les tests d'ovulation.

Colisage

- Vérifier l'emballage des produits avant le don, et particulièrement ceux destinés à un usage buccal (tétines, biberons...).
- Les produits à usage buccal en vrac doivent être sous emballage scellé.
- L'emballage primaire du produit ne doit pas être compromis. Pour les crèmes bébé, liniments..., éviter de surcharger les colis car ils peuvent s'abîmer. Placer les produits droits en une seule couche dans chaque colis ou avec une séparation carton entre chaque couche.

* Source Break Poverty «Les enfants face à la précarité - Les chiffres»

** Directive sur la sécurité générale des produits

*** Association française de normalisation

**** Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes



- L'essentiel des articles de puériculture qui sont fabriqués ou importés en France doit satisfaire aux exigences du décret n° 91-1292 du 20 décembre 1991 relatif à la prévention des risques résultant de l'usage des articles de puériculture.
- Les produits doivent impérativement respecter la norme NF EN 12586+A1 (mars 2011) sur les cordons.
- Assurez-vous de l'emploi destiné aux produits donnés et à la tranche d'âge des enfants bénéficiaires.
- Le matériel doit être conforme aux règles AFNOR***.
- Tous les produits doivent respecter l'article L.421-3 du Code de la consommation.
- En cas de doute sur la sécurité d'un produit : contacter la DGC-CRF****.

ARTICLES ET PRODUITS D'ENTRETIEN



Les produits d'entretien sont distribués via les épiceries sociales aux familles en situation de précarité pour une utilisation dans leur logement. Ils sont aussi utilisés par les associations de l'hébergement pour le nettoyage de leurs différents lieux d'accueil ou pour les appartements mis à disposition des familles en précarité.

Quels produits peuvent être donnés ?

- Tous les produits d'entretien à destination des particuliers dont l'étiquetage est en français pour les mentions obligatoires et qui satisfont aux exigences techniques, réglementaires et environnementales (REACH, CLP...).
- Date de péremption non dépassée (si possible, anticiper le don 6 mois avant la péremption).
- Les contenants de plus de 10L sont difficiles à traiter pour les associations.
- Éviter le don de consommables sans l'appareil adapté pour les utiliser.

Colisage

- Palettes filmées, pas de produits fuyants, vérifier le contenu de chaque colis.
- Pas de palettes qui penchent.
- Fournir une liste de colisage pour chaque palette.
- Éviter les palettes en vrac, privilégier des produits rangés droits dans des colis fermés.
- Pas de palettes dont la hauteur est supérieure à 1,80m.

Pour donner du matériel d'entretien

- Regrouper toutes les pièces composant le matériel dans le même colis ou sur la même palette.
- Vérifier que le matériel est complet et fonctionnel.
- Vérifier que le matériel n'est pas destiné à un usage professionnel.
- Fournir les modes d'emploi.

Vous souhaitez donner un produit à usage professionnel ?

- Vérifier la présence d'une mention « Réservé aux professionnels ». Si absente, contrôler que l'usage est conforme pour le grand public (par exemple, en fonction de la dangerosité : présence de fermetures ou bouchons de sécurité pour enfant).
- En cas de mention, vérifier que l'association bénéficiaire emploie bien les professionnels indiqués pour l'utilisation du produit.



- Les produits contenant de l'alcool et les aérosols demandent des conditions particulières de stockage au-delà de 50T. L'association bénéficiaire doit alors déclarer son stock à la DREAL*.
- En cas de changement dans la réglementation d'un produit mais qui ne présente pas de risque pour l'utilisateur : contacter la DDPP** la plus proche pour demander une dérogation en vue d'en faire don à une association.
- Les produits biocides donnés doivent avoir obtenu une AMM***.
- Fournir les fiches de données de sécurité quand elles sont disponibles.

* Direction Régionale de l'Environnement, de l'Aménagement et du Logement

** Direction Départementale des Populations

*** Autorisation de mise sur le marché

ÉQUIPEMENT DE LA MAISON



Tous les éléments de décoration et d'équipement peuvent être donnés : ils serviront à aménager des hébergements collectifs, des logements détenus par une association, ou bien à des logements de particuliers via l'épicerie sociale.

Quels produits peuvent être donnés ?

- Les éléments de décoration, d'art de la table, les luminaires, les textiles d'ameublement, les produits de second œuvre...
- Les produits de gros œuvre ne peuvent être donnés qu'à des chantiers d'insertion par l'activité économique ou dans le cadre d'un projet de construction associatif.
- Dans le cadre d'un don de peinture, parquet ou carrelage, veiller à indiquer la surface pouvant être couverte par votre don.
- Les outils sont très demandés mais moins la quincaillerie.

Colisage

- Les désignations sur la fiche logistique transmise à l'association avant validation du don doivent être claires, les tailles y sont mentionnées, les appareils nécessitant un branchement spécifié.
- Vérifier que vos produits pourront être utilisés :
 - fonctionnement
 - consistance
 - état de chaque élément donné.
- La vaisselle et la verrerie sont bien emballées, les couches sur chaque palette séparées par des cartons, ne pas surcharger.
- Privilégier une seule référence de produits par palette.
- Les produits non-montés sont accompagnés de leur notice.
- Les éléments à serrure sont accompagnés de leur clé.
- Les contenants et les couvercles sont regroupés.



- De très nombreuses normes existent sur l'équipement de la maison pour la conception et l'installation des produits. Se référer à l'AFNOR* et vérifier les conditions dans lesquelles l'association installera le matériel (notamment si l'installation par un professionnel est nécessaire).
- Vérifier l'absence de casse dans votre lot en réalisant des échantillonnages.
- Prévenir l'association pour les produits lourds ou imposants.

* Association française de normalisation

ÉLECTROMÉNAGER



L'électroménager couvre des besoins associatifs variés : l'électroménager pour particuliers équipera un logement individuel, celui pour professionnel rejoindra un centre d'hébergement collectif, un ordinateur pourra être distribué via une épicerie sociale à un étudiant en difficulté financière.

Quels produits peuvent être donnés ?

- Le Blanc : le gros et le petit électroménager qui répondent aux différentes normes, directives et réglementations relatives à ces secteurs (notamment en termes d'étiquetage énergétique réglementaire et de garantie légale de conformité).
- Le Brun : les équipements audiovisuels (TV, vidéo, photo...).
- Le Gris : le matériel informatique (neuf ou non), téléphones et consoles de jeux vidéo.
- Le don est considéré au même titre qu'une mise sur le marché, aussi ne pas proposer de produits défectueux aux associations, hors réparateurs de l'ESS agréés.
- Séparer les produits neufs des produits défectueux que vous pouvez traiter via votre éco-organisme.

Colisage

- Le petit électroménager est conditionné sur des palettes filmées 80x120cm.
- Pour le gros électroménager : maximum de deux produits par palette, si possible cerclée, film étirable en plusieurs couches et bien tendu.
- Pour les téléphones et consoles, retirer les antivols ou coques de protection.
- Les camions gerbés d'électroménager sont difficiles à traiter par les associations qui n'ont pas de pinces de manutention.
- Un haillon est presque toujours nécessaire pour la livraison de ces produits.
- Les ordinateurs et autres appareils multimédias fragiles doivent être correctement emballés et colisés en petites quantités.



- Certains équipements sont destinés à être installés par des professionnels agréés et ne sont pas adaptés à tous les types d'habitation : vérifier auprès de l'association l'utilisation qui sera faite de votre matériel.
- Les règles d'étiquetage de l'UE s'appliquent aux produits neufs, hors produits reconditionnés.
- Indiquer à l'association bénéficiaire les réparations qui seront nécessaires sur votre matériel.
- Tous les produits doivent être fournis avec leur notice traduite en français.

AMEUBLEMENT ET ARTICLES DE LITERIE



Le non-renouvellement de la literie et du mobilier est une composante importante de la précarité matérielle. Ces dons sont utilisés dans les centres d'hébergement ou proposés dans les épiceries sociales pour l'équipement de foyers.

Quels produits peuvent être donnés ?

- Les produits d'ameublement qui répondent aux normes NF obligatoires et ISO leurs correspondants.
- Les matelas qui répondent aux normes ANTI-FEU NF EN 597 parties 1 et 2 et, en fonction de l'association bénéficiaire, de la recommandation du GPEM/CP D1/90 2005.
- Les articles qui répondent au décret n° 2000-164 du 23 février 2000 relatif à la sécurité de certains articles de literie.
- Les chaises, fauteuils, tables, meubles, rangements, sommiers...

Colisage

- Pour le mobilier imposant : vérifier avec l'association ses capacités logistiques et si elle peut traiter des meubles non-palettisés ou sur double palette.
- Donner à l'association les dimensions des meubles et préciser s'ils dépassent 1,80m de hauteur.
- Joindre tous les éléments du mobilier sur la même palette.
- Matelas emballés individuellement ou bien filmés sur chaque palette.
- Articles de literie dans des cartons bien emballés.

Mobilier professionnel

- Expliquer la provenance : meubles d'exposition, débarras de bureau, commande client annulée...
- Détailler l'agencement initialement prévu pour ces produits.
- Fournir l'ensemble du meuble.
- Pour un meuble réfrigéré, donner le groupe réfrigéré avec le meuble.



- Les hébergements ont le plus souvent besoin de matelas et de sommiers une place (90x190cm), les sommiers doivent être de préférence en métal et non en bois.
- Les matelas doivent être neufs et emballés, une vigilance particulière sur la présence de tâches et de punaises de lit doit être observée concernant les retours clients de literie.
- Le mobilier doit être en bon état général et complet. Les pieds doivent être présents avec le mobilier correspondant.
- Pour les produits ayant une serrure : vérifier la présence des clés et les fixer au mobilier.
- Pour un meuble non-monté : transmettre la notice en français.

Pour toute question sur la possibilité de donner des éléments d'ameublement, référez vous à votre éco-organisme.

VÊTEMENTS



Les vêtements neufs sont utilisés par toutes les associations dans le cadre de leur action sociale. Ils sont distribués contre une contribution symbolique en épicerie sociale, gratuitement dans les centres d'hébergement aux nouveaux arrivants, en distribution de rue pour les personnes sans domicile ... Les produits textiles sont très présents en dons à l'échelle locale, notamment en seconde main par les dons de particuliers. Cependant, les produits neufs sont essentiels pour les sous-vêtements.

Quels produits peuvent être donnés ?

- Tous les produits finis qui respectent les règles d'étiquetage (au minimum l'étiquette de composition en français).
- Les dons composés d'une diversité de tailles (éviter de ne donner que des tailles extrêmes).
- Les vêtements de travail et les uniformes peuvent être proposés aux chantiers d'insertion.
- Privilégier des couleurs et des formes neutres. La lingerie fine ou les produits non-standards peuvent être refusés.

Colisage

- Les tris de vêtements sont longs et couteux, merci de transmettre les listes de colisage en amont.
- Dans l'idéal, adapter le colisage aux besoins de l'association.
- Mélanger les tailles en conservant une distribution similaire des hauts et des bas dans les colis.
- Pas plus de trente pièces par colis sauf indication contraire.
- Vérifier que l'association a les capacités de stockage et de distribution pour les quantités proposées.

Produits professionnels et ETI

- Préciser la présence de bandes réfléchissantes sur les produits.
- Les dons composés de tailles extrêmes sont difficiles à traiter.

- Préciser à l'association les normes que respectent les produits (ignifugation, protection antistatique ou acide...)
- Pour les masques respiratoires, préciser la catégorie (FFP2, Catégorie 1 ou 2...) et joindre une fiche de données sécurité.

Chaussures

- Les paires doivent être regroupées entre elles, soit nouées par les lacets, soit dans des boîtes séparées.
- Les talons hauts ne sont pas demandés par les associations.



- Préciser à l'association si ce sont des produits neufs ou bien des retours clients, et le cas échéant s'ils ont été lavés. Les produits doivent être propres et non tâchés.
- Les défauts éventuels doivent être signalés.
- Pour les vêtements enfants, vérifier qu'ils répondent à la norme NF EN 14682 sur les cordons coulissants.

FOURNITURES SCOLAIRES ET BUREAU



Le budget de la rentrée est un coût important pour les parents : au prix des fournitures s'ajoute celui des vêtements et des chaussures. Les épiceries sociales apportent un coup de pouce aux familles en distribuant ces produits à moindre coût. Les associations de l'aide sociale à l'enfance ont quant à elles la charge de subvenir à la part des besoins qui ne peuvent pas être pris en charge financièrement par les parents.

Quels produits peuvent être donnés ?

- Les cartables, trousse, cahiers, classeurs, stylos, instruments scolaires...
- Les fournitures de bureau et de classement / rangement.
- Les ramettes de papier.
- Les imprimantes fonctionnelles.
- Les cartons, sacs en papier, barquettes, ustensiles et emballages dont la taille est standard.

Colisage

- Privilégier un seul type de produits par colis.
- Les petits ustensiles comme les stylos doivent être colisés en petits volumes pour faciliter les distributions.
- Les palettes de ramettes à papier pèsent très lourds : limiter leur taille.
- Séparer les fournitures scolaires des autres produits dans votre don.
- Les appareils électroniques doivent être emballés correctement dans leur emballage d'origine.
- Les couvercles d'emballages ne peuvent être donnés sans l'emballage adapté.



- La norme DIN 58214 pour les cartables destinés aux enfants de moins de 6 ans est recommandée.
- Une attention particulière doit être accordée à l'état de la colle à papier (assèchement).
- Les agendas scolaires doivent être donnés bien en amont du début de la période concernée.
- Les dons de cartouches d'imprimante et autres consommables doivent être accompagnés de l'instrument pour les utiliser.

JEUX ET JOUETS



Cette filière sera soumise au régime de la responsabilité élargie des producteurs (REP) à compter de janvier 2022. Les jeux et les jouets sont très prisés des associations de solidarité, en particulier pour l'organisation de distributions solidaires à Noël.

Quels produits peuvent être donnés ?

- Tous les produits finis qui respectent la directive européenne 2009/48/CE et les jeux et jouets à destination des enfants de plus de 14 ans qui sont vendus en GSS*, GSA**, magasins indépendants ou sur internet.
- Les cadeaux professionnels.
- Les jouets « gratuits » vendus en complément d'un autre produit.
- Les jouets électroniques, roulants ou de plein air, les jeux vidéos et les consoles.

Colisage

- Les jouets sont en bon état et dans leur emballage d'origine s'ils sont composés de petits éléments. Les peluches sont dans des sacs scellés ou des cartons correctement emballés.
- Les recharges, extensions et éléments de jeu (hors jeux vidéos) qui nécessitent un jeu de base sont, dans l'idéal, regroupés avec ce jeu.
- Les jeux pour la petite enfance (moins de 36 mois) sont séparés des autres.
- Les jouets doivent être envoyés aux associations bien en amont de la période de Noël (octobre-novembre).

* Grande surface spécialisée

** Grande surface alimentaire



- Les jouets sales ou très abîmés ne sont pas acceptés.
- Pour les jouets électroniques, vérifier que le compartiment des piles ne présente pas de corrosion.
- Certaines associations de solidarité réparent les jeux et les jouets abîmés. Détailler cependant au maximum les défauts éventuels.
- Les jouets destinés aux enfants de moins de 36 mois doivent porter un avertissement : « Attention ! Ne convient pas aux enfants de moins de 36 mois (3 ans) ».
- Les mentions réglementaires doivent être traduites en français, la notice doit absolument être présente.
- Les jouets parlants en langue étrangère sont acceptés s'ils présentent les mentions réglementaires traduites en français sur leur emballage : prévenir l'association. Les jeux de société en langue étrangère ne sont pas acceptés.
- Sensibiliser l'association sur la bonne utilisation du jouet et vérifier que les publics accompagnés correspondent à la tranche d'âge des jouets donnés.

PRODUITS CULTURELS ET SPORTIFS

Les produits culturels, qui regroupent tous les articles n'étant ni des jeux, ni des jouets, sont les plus difficiles à donner au secteur de l'action sociale : en fonction des typologies, ils ne s'adaptent pas forcément aux associations et à leurs publics. Les associations de l'aide sociale à l'enfance sont les plus à même de pouvoir traiter ces dons.

Quels produits peuvent être donnés ?

- En priorité les articles de loisirs créatifs, les instruments, les cahiers de vacances, les feutres et crayons.
- Les livres s'ils sont variés et triés par âge. Peu plébiscités par les établissements sociaux, certaines associations sont spécialisées dans leur collecte.
- Les livres scolaires édités il y a moins de cinq ans.
- Le maquillage et les déguisements.
- Les DVD et Blu-ray.

Colisage

- Les produits contenant un liquide doivent être rangés droit et le bouchon vers le haut dans les colis.
- Les tailles des déguisements et leur colisage doivent être renseignés lors de la proposition de don.
- Privilégier des petits colis et proposer aux associations des petits contenants ou des palettes de taille intermédiaire pour faciliter le traitement de ces produits et ne pas les surcharger.
- Les colis de livres doivent être mixés avec de nombreuses références, les colis en mono-référence ne sont pas recherchés par les associations non-spécialisées.



- Vérifier les dates de péremption et l'état des feutres, vernis, peintures...
- Les fins d'éditions de livres doivent d'abord être proposées au rachat à leur éditeur ou auteur avant d'envisager un don.
- L'association doit être renseignée des âges auxquels s'adressent chaque produit et sensibilisée sur les risques et la présence obligatoire d'un adulte lors de l'utilisation des produits.
- Prévenir l'association si les produits sont en langue étrangère. En cas d'étiquetage réglementaire, il doit être en français.

ARTICLES ET ÉQUIPEMENTS DE SPORT

Produits pouvant être coûteux, les articles et équipements de sport sont recherchés par les associations. Adaptez vos dons à l'association bénéficiaire : un foyer de jeunes sera plus intéressé par un panier de basket qu'une épicerie sociale.

Quels produits peuvent être donnés ?

- Les vêtements de sport et les chaussures.
- Les articles de sport collectif.
- Les raquettes et les balles.
- Les vélos, trottinettes, skates et rollers non-abîmés.
- Les articles de sport outdoor et aquatique en fonction de la localisation et de l'activité de l'association.
- Les tentes et les sacs de couchage sont des produits très recherchés par les associations pour les personnes sans domicile.
- Les sacs à dos et de voyage.
- Les serviettes et les sandales de bain.
- Les manteaux et accessoires de ski mais pas les pantalons.
- Certains acteurs de l'ESS sont spécialisés dans la collecte de ces équipements.

Colisage

- Fournir la liste des produits disponibles, la taille des vêtements, la pointure des chaussures, regrouper ou nouer les chaussures entre-elles.
- Regrouper les articles par univers : outdoor, running, natation...
- Donner les dimensions des produits volumineux à l'association.
- Regrouper les balles avec leurs raquettes, prévoir de donner les raquettes par paire.



- Certains équipements de sport, notamment à destination des professionnels, demandent des exigences particulières d'installation : vérifier que l'association bénéficiaire est en capacité de répondre à ces exigences.
- Préciser si les produits sont des goodies publicitaires (ballons, raquettes...), vérifier que l'association ne les revendra pas.
- Ne pas proposer de produits électroniques pouvant être défectueux.
- Vérifier l'état des véhicules, électriques ou non.

PRÉSENTATION DES RÉDACTEURS DU GUIDE

INSTITUT NATIONAL DE L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE (INEC)



Organisme de référence et d'influence autour de l'économie de la ressource.

Association de loi 1901, l'INEC a été créé en 2013 par François-Michel Lambert, député des Bouches-du-Rhône.

Sa mission est de fédérer l'ensemble des acteurs publics et privés pour **promouvoir l'économie circulaire et accélérer son développement**.

L'INEC, à travers la diffusion d'**une soixantaine**

de publications, est l'organisme de référence de l'économie circulaire en France.

Fort de son expertise, l'INEC est ainsi **l'interlocuteur privilégié des décideurs publics et privés**.

L'INEC est constitué de 200 membres : entreprises, collectivités, associations, grandes écoles...

<https://institut-economie-circulaire.fr/>

AGENCE DU DON EN NATURE



L'Agence du Don en Nature est une association reconnue d'intérêt général qui collecte des produits non-alimentaires (invendus ou dotations des entreprises) pour les redistribuer à plus de 1300 associations de lutte contre l'exclusion et la précarité sur l'ensemble du territoire.

Dotée de sa propre base logistique, au sein de laquelle elle accompagne des personnes éloi-

gnées de l'emploi vers les métiers de la logistique, l'Agence du Don en Nature collecte et redistribue 10 millions de produits chaque année.

Son credo : réconcilier urgence sociale et impératif environnemental.

<https://www.adnfrance.org/>

NOTES

[1] Baromètre Ipsos / Secours populaire, septembre 2021

[2] Centre de recherches pour l'étude et l'observation des conditions de vie, octobre 2021

[3] Loi n° 2020-105 du 10 février 2020 relative à la lutte contre le gaspillage et à l'économie circulaire

[4] Calcul de l'empreinte environnementale par Global footprint network

[5] [Article 238 bis du Code général des impôts](#)

[6] Modification des articles 238 bis et 1729 B du CGI par l'article 149 de la loi de finances pour 2019

[7] Article 35 loi anti-gaspillage et économie circulaire du 10 février 2020

[8] Article L.541-1 du code de l'environnement

[9] [Décret relatif à l'interdiction d'élimination des invendus non alimentaires et à diverses dispositions de lutte contre le gaspillage n°2020-1724 du 28 décembre 2020](#)

[10] Montant maximal de 3 000 euros pour une personne physique et montant maximal de 15 000 euros pour une personne morale.

[11] [Décret relatif à l'interdiction d'élimination des invendus non alimentaires et à diverses dispositions de lutte contre le gaspillage n°2020-1724 du 28 décembre 2020](#)

[12] [Décret relatif à l'interdiction d'élimination des invendus non alimentaires et à diverses dispositions de lutte contre le gaspillage n°2020-1724 du 28 décembre 2020](#)

[13] Article 36 de la loi anti-gaspillage et économie circulaire.

[14] [Décret n°2020-731 du 15 juin 2020, relatif à la dispense de régularisation de la taxe sur la valeur ajoutée bénéficiant aux dons de biens invendus à des associations reconnues d'utilité publique](#)

[15] Article 62 de la loi anti-gaspillage et économie circulaire.

[16] [Décret n°2020-1455 portant réforme de la responsabilité élargie du producteur, du 27 novembre 2020](#)

[17] [Décret relatif à l'interdiction d'élimination des invendus non alimentaires et à diverses dispositions de lutte contre le gaspillage n°2020-1724 du 28 décembre 2020](#)

[18] Lubrifiants, emballages, piles et accumulateurs portables, équipements électriques et électroniques, automobiles, médicaments, fluide frigorigènes fluorés, papiers graphiques, pneumatiques, textile, linge de maison et chaussures, déchets d'activités de soins à risques infectieux, ameublement, produits chimiques, bouteille de gaz, navire de plaisance et de sport.

[19] [Décret relatif à l'interdiction d'élimination des invendus non alimentaires et à diverses dispositions de lutte contre le gaspillage n°2020-1724 du 28 décembre 2020](#)

[20] [Communication de la Commission du 11 mars 2020 sur un nouveau plan d'action pour une économie circulaire pour une Europe plus propre et plus compétitive.](#)

LE DON

Un levier de déploiement de
l'économie circulaire et solidaire

.....

Décembre 2021


L'AGENCE
DU DON
EN NATURE



Institut National
de l'Économie
Circulaire