



Lutte anti-gaspillage et don en nature

L'actualité de la fin de l'hiver et du printemps a été animée par les débats sur la loi anti-gaspillage à l'Assemblée nationale et au Sénat, mais aussi au sein des associations spécialisées dans ces sujets (lutte contre le gaspillage alimentaire des particuliers comme de la grande distribution, précarité alimentaire, dons matériels). Bien loin de la collecte de fournitures scolaires dans les écoles ou de celle des sachets de riz à la sortie des supermarchés, le don en nature a évolué considérablement ces dernières années, mettant malheureusement en lumière un gâchis croissant et une précarité qui ne faiblit pas. En miroir apparaît le dynamisme collectif à travers des innovations, des associations structurées, des entreprises mécènes impliquées et toute une société en marche vers un monde plus juste et plus responsable.



8,7 millions de personnes en situation de pauvreté monétaire (ONPES)
630 millions d'euros de produits non-alimentaires détruits par an
 (ADN France)



1 personne en situation de précarité sur 2 ne mange pas à sa faim.
 (Médecins du Monde)



2,3 millions de tonnes de nourriture seraient gaspillées chaque année dans la distribution. Le gaspillage se chiffre à 1,5 million de tonnes dans la restauration collective et commerciale, et à 6,5 millions de tonnes au sein des foyers. (Planetoscope)

Le mécénat en nature des entreprises : valeur ajoutée et limites

Généralement opposé au don financier, il est souvent centré sur les produits et activités de l'entreprise et peut être préféré pour des raisons stratégiques ou de trésorerie. Le don en nature est hétérogène puisqu'il comprend également les prêts (biens immobiliers, matériels...). Ce mécénat multiforme offre des partenariats très divers. Ces collaborations sont créatrices de valeur immatérielle et de sens pour les mécènes comme pour les bénéficiaires.

Il s'agit, dans la forme la plus traditionnelle, d'un don de produits d'une entreprise à une association. C'est un mécénat en explosion pour des raisons environnementales et sociétales ; mais aussi car il paraît moins lourd aux entreprises – non seulement financièrement lorsqu'il

s'agit de produits non vendables mais surtout car il n'y a pas de « dépenses » engagées.

Comme tous les mécénats, il est défiscalisable pour les entreprises selon des conditions précises (loi Aillagon). En résumé, la valorisation du mécénat se fait au prix de revient.

Comme tout, le don en nature a ses limites. En premier lieu, on peut évoquer celles liées au dispositif fiscal et à l'optimisation du système. Par exemple, concernant les invendus, on peut se dire qu'ils n'auraient rien « rapporté » s'il n'y avait pas eu de don. La communication et/ou la défiscalisation autour de ces produits doivent-elles être mises sur le même plan qu'un autre type de mécénat ?

Précision concernant les denrées alimentaires : la valeur des produits arrivés à date de péremption est considérée comme nulle et donc non « exploitable » fiscalement.

L'autre point d'interrogation se situe dans la transparence des mécénats. Pour remplir les conventions et obtenir le fameux cerfa (certificat qui justifie l'opération auprès des autorités fiscales), les entreprises doivent révéler le coût de revient de certains de leurs produits (ou le prix d'achat des biens acquis), ce qui les oblige à une transparence extrême sur leur comptabilité. Et c'est sans doute pour cette raison que beaucoup d'entreprises ne tiennent pas à jouer du dispositif fiscal lorsqu'il s'agit de don ou prêt en nature.

Chez nos voisins

Belgique



Les grandes surfaces qui font don de leurs invendus à des associations peuvent, depuis 2014, récupérer la TVA payée à l'achat des produits pour enrayer la destruction de marchandises, jusqu'alors plus économique. Des discussions sont en cours sur une extension du dispositif aux petits commerces.

Allemagne



Lebensmittelretten installe des réfrigérateurs communs alimentés par des particuliers et destinés à tous (priorité aux plus démunis tout de même) dans les rues de Berlin. Les bénévoles de l'association récupèrent également des produits de restaurants et de commerces pour remplir les frigos.

Les événements sportifs, la télé et la restauration rapide s'y mettent aussi !

Le Chaînon Manquant redistribue par exemple les repas non servis lors d'événements comme Roland Garros. Top Chef donne les produits non utilisés du fameux garde-manger au Secours Populaire et invite les bénévoles de l'association à son gala final.

Les entreprises de restauration comme Pret A Manger s'engagent à donner les produits non vendus le jour même. Devant le constat que la collecte était difficile pour de nombreuses associations, l'entreprise de restauration rapide a lancé un *charity van* (camionnette réfrigérée) en 2014. L'entreprise donne des chiffres impressionnants : 100 % de collecte et de redistribution des invendus, et en 2014, 130 000 produits offerts à ceux qui en ont le plus besoin.

Des associations comme Emmaüs ou le Secours Populaire recueillent les dons des entreprises comme ceux des particuliers pour les distribuer ou les revendre.

Lutte anti-gaspillage connectée

Partage ton frigo

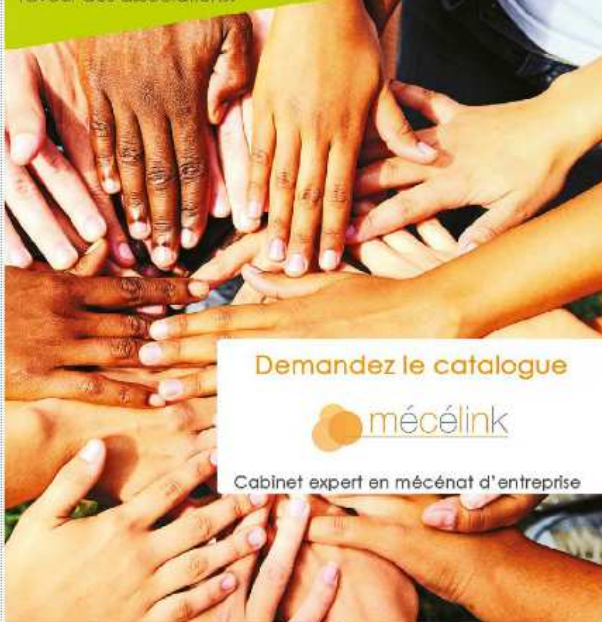
Met en commun les contenus des réfrigérateurs dans les entreprises mais aussi chez les particuliers via une appli.

Optimiam

Des particuliers téléchargent gratuitement l'application et consultent via la géolocalisation, la distance qui les sépare des commerçants qui proposent des invendus à prix cassés. Ensuite ils composent leur panier puis obtiennent un code flash à présenter en boutique.

Fédérez vous collaborateurs !

Dans le cadre de vos séminaires d'entreprise, réunions internes, évènements ..., Mécélink vous propose des ateliers solidaires et ludiques en faveur des associations.



Demandez le catalogue

mécélink

Cabinet expert en mécénat d'entreprise

www.mecelink.com

Liste de quelques associations

Retrouvez-les sur carenews.com

Invendus alimentaires



✓ A.N.D.E.S., le réseau des épiceries solidaires

L'A.N.D.E.S. apporte des solutions innovantes pour proposer une alimentation saine et accessible aux personnes en situation de précarité. Elle rend accessibles des produits alimentaires de qualité et met en place des actions d'accompagnement.



✓ Les Banques Alimentaires

Pour accomplir leurs missions d'accompagnement alimentaire et de lutte contre le gaspillage alimentaire, les Banques Alimentaires collectent, gratuitement, chaque jour, des denrées auprès de plusieurs sources d'approvisionnement et les redistribuent à un réseau de 5 300 associations partenaires.

Invendus non-alimentaires



✓ Dons Solidaires

Dons Solidaires mobilise et accompagne les entreprises qui souhaitent donner leurs invendus de produits non alimentaires et les propose ensuite aux associations caritatives pour aider les populations défavorisées.



✓ L'Agence du Don en Nature

L'Agence du Don en Nature (ADN) lutte contre l'exclusion et la précarité par le don de produits neufs non-alimentaires via son réseau de 500 associations partenaires.



Interview de Jacques Bailet, président de la fédération française des Banques Alimentaires

« Nous devons être en mesure de fournir aux 5 300 associations et centres communaux d'action sociale avec lesquels nous travaillons des denrées pour constituer des repas équilibrés. C'est notre première mission : nous récupérons celles-ci auprès des grandes surfaces, de l'industrie agro-alimentaire, des producteurs et nous devons continuellement étendre notre couverture géographique. Pour cela nous devons recruter et former des bénévoles mais aussi investir pour avoir des outils (100 000 m² d'entrepôts, 20 000 m² de chambres froides au meilleur niveau). Nous sommes actifs sur les sujets soulevés par le projet de loi Garot encourageant la limitation du gaspillage.

Deuxième mission : accompagner les associations pour aller au-delà du simple don et les aider à recréer du lien social avec ceux qui viennent chercher des denrées.

Enfin une Banque Alimentaire est une petite entreprise avec plein d'emplois différents. Nous souhaitons aussi être une structure d'insertion pour les plus démunis en offrant des postes permettant d'acquérir un rythme et une qualification pour retourner dans le monde du travail (c'est possible dans des domaines comme ceux de l'informatique, du tri ou de la manutention) ».

Propos recueillis par Catherine Brault



© Banques Alimentaires du Bas-Rhin



AGENCE DU DON EN NATURE
Moins de gaspillage, plus de partage



Un partenariat de mécénat gagnant-gagnant

Stéphanie Goujon, directrice générale d'ADN et Joseph-Emile Serna, responsable du marché associations Société Générale

Pourquoi ce partenariat ?

ADN : Société Générale a tout de suite cru à notre projet et contribue au financement de notre plateforme logistique pour gérer les dons en nature.

Société Générale : Pour l'originalité de l'approche, le professionnalisme de la plateforme et l'objectif d'insertion des personnes en difficulté.

Quels bénéfices ?

ADN : Nous maximisons notre impact social grâce à un relai de l'existence d'ADN dans les réseaux Société Générale. Le partenariat est aussi un accélérateur de citoyenneté dans l'entreprise : les collaborateurs ont par exemple fait don de 4 800 cravates et foulards pour soutenir l'insertion professionnelle.

Société Générale : Les conseillers Associations Société Générale, en parlant d'ADN aux Associations clientes, apportent une dimension supplémentaire à leur métier et en tirent une légitime fierté.

Votre ambition ?

ADN : Doubler le volume de dons en 3 ans, et pour cela accroître encore nos capacités logistiques, et aussi innover sur les projets impliquant les collaborateurs

Société Générale : Au-delà du soutien financier, nous devons continuer à faire connaître ADN à nos clients entreprises et aux associations.

L'Agence du Don en Nature (ADN) est une association de lutte contre l'exclusion et le gaspillage qui collecte des produits neufs non-alimentaires, les stocke puis les redonne au plus démunis via le tissu associatif local. Son credo : Moins de gaspillage, plus de partage. 35% de son budget est financé par des entreprises mécènes. Ces Partenaires fournissent soit des produits, les dons en nature, soit des financements.



Retrouvez l'Agence du Don en Nature - <http://www.adnfrance.org>