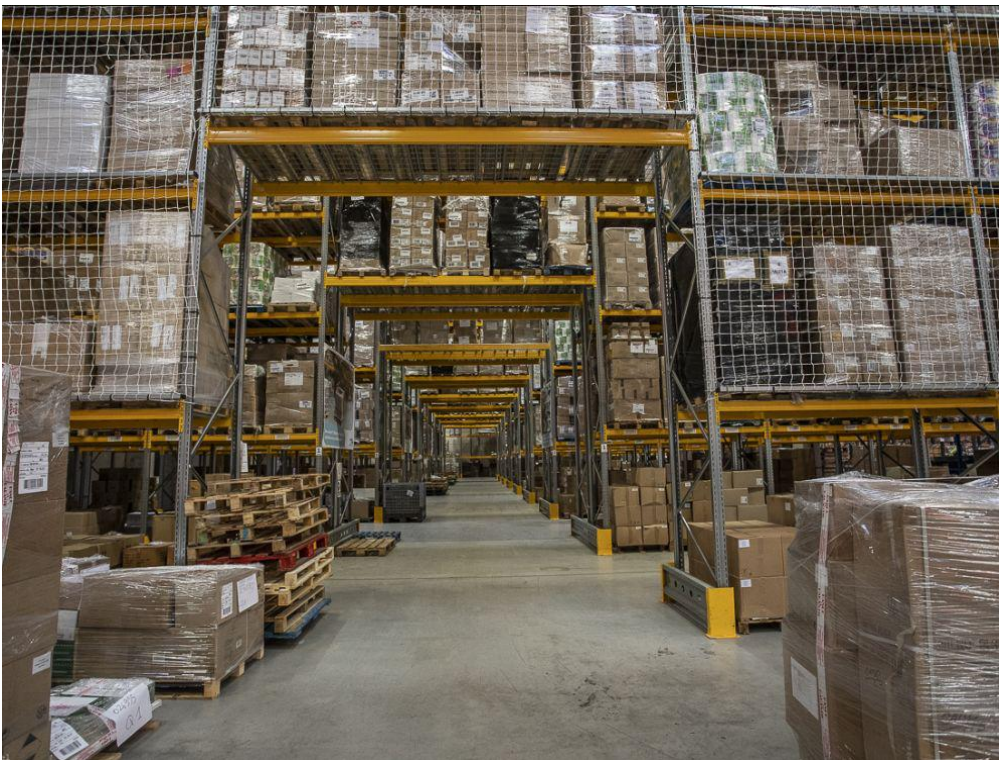


## Gaspillage: que deviennent les invendus qui ne peuvent plus être détruits?

Finis le temps où un produit invendu finissait incinéré ou enfoui. Si la pratique était devenue minoritaire en France, la loi Agec vient définitivement l'interdire, au profit du don aux associations, prêtes à gérer la logistique et à accompagner les petites entreprises peu habituées à donner.



L'Agence du don en nature et [Dons solidaires](#) gèrent les flux logistiques entre les entreprises donatrices et des milliers d'associations françaises. Agence du don en nature

Terminé l'incinération ou l'enfouissement de produits neufs parfaitement conformes. Depuis ce 1er janvier 2022, et l'entrée en vigueur de cette mesure de la loi anti-gaspillage ( [loi Agec](#) ), il n'est plus possible pour les entreprises de détruire simplement les produits qu'ils n'auraient pas réussi à écouler par voie classique traditionnels ou via le déstockage.

Selon une [étude de l'Ademe parue fin 2021](#) sur des chiffres de 2019, les invendus représentent en moyenne 3% du chiffre d'affaires des entreprises en France, avec de fortes disparités selon les secteurs: 9% pour les produits culturels contre 1% pour les produits d'entretien. Cela représente 4 milliards d'euros de valeur marchande, dont 1,6 milliard rien que pour le [secteur textile](#) (vêtements et chaussures). Et un tiers de ces invendus est encore éliminé; 27% des produits sont recyclés et 7% simplement détruits, incinérés ou enfouis, soit l'équivalent de 300.000 euros de valeur marchande qui partent en fumée chaque année.

C'est pour lutter contre cette pratique que [la loi Agec interdit la destruction des invendus non-alimentaires](#) . Les produits



sans débouchés commerciaux devront désormais être donnés en priorité, ou réemployés (mis en vente en seconde main si une réparation mineure a été nécessaire par exemple), avant d'envisager le recyclage. Sont concernés les produits électriques et électroniques, les textiles (vêtements, chaussures...), les meubles, les cartouches d'encre, les produits d'hygiène et de puériculture, les équipements de conservation et de cuisson des aliments, les produits d'éveil et de loisirs, et les livres et fournitures scolaires.

## Nouveau gisement de produit pour les associations

"On peut imaginer que la loi va offrir un vaste réservoir de dons", se réjouit [Dominique Besançon](#), déléguée générale de l'association [Dons solidaires](#), qui s'attend à voir arriver un volume croissant d'invendus, notamment de vêtements. Courroie de transmission entre environ 160 entreprises donatrices et plus de 1.000 associations, [Dons solidaires](#) fait partie des rares organisations, avec l'Agence du don en nature, capables de gérer la logistique pour accueillir de grands volumes. "Nous avons plusieurs bases logistiques en France, qui n'ont rien à envier aux entrepôts d'Amazon", assure Romain Canler, directeur général de l'Agence du don en nature. En 2021, l'association a récolté plus de 10,5 millions de produits, pour une valeur d'environ 53 millions d'euros, redistribués à 1,3 million de personnes à travers son réseau de près de 1.300 associations.

Preuve de l'efficacité de la loi Agec, les deux organismes ont déjà vu leur activité doubler depuis 2019, date du début des discussions de la loi promulguée en février 2020. [Dons solidaires](#) s'attend à un nouveau doublement d'ici deux ans, "avec une très forte multiplication des entreprises donatrices", estime sa déléguée générale.

## Convertir les TPE-PME

Car l'enjeu consiste maintenant à convertir les TPE et PME à la pratique du don de leurs invendus. Selon l'étude de l'Ademe, 80% méconnaissent encore aujourd'hui la loi. Au-delà des sujets de sécurité de la date de péremption ou des questions de conformités, "s'il y a encore des destructions, c'est notamment dû à la méconnaissance des petites structures des règles fiscales et juridiques du don, la peur de la complexité, ou un manque de moyen", analyse [Dominique Besançon](#).

"La loi va changer les choses pour les TPE-PME", confirme Emmanuel Guichard, délégué général de la Febea, le syndicat professionnel des entreprises de cosmétique (produits d'hygiène et de beauté) qui représente plus de 80% des marques françaises, soit 350 entreprises de toutes tailles. La première difficulté est celle de la logistique: "les petites entreprises n'ont pas des hangars immenses, et le coût du transport peut très vite augmenter". Selon la loi Agec, les entreprises donatrices ne sont pas tenues de s'occuper de la livraison des invendus, mais doivent les conserver un mois minimum pour laisser le temps aux associations de venir les chercher. Si les grosses entreprises assurent dans la majorité des cas la livraison, c'est parfois plus délicat pour les PME qui n'ont pas des moyens colossaux. "Mais pour de petits volumes c'est aussi aux associations locales de s'organiser", estime Romain Canler, qui tacle au passage les "boîtes 'mauvaises coucheuses', comme Amazon, qui donnent à condition que les associations se chargent de tout."

## Le don, économiquement avantageux

Autre difficulté pour les petites entreprises: la complexité fiscale et comptable. "L'administratif est vraiment complexe. La sortie d'un stock n'est pas simple malgré les incitations, et le suivi de la TVA est un cauchemar absolu", pointe Emmanuel Guichard. Si les entreprises pouvaient déjà défiscaliser entre 40 et 60% du coût de revient des produits donnés, il existait encore un flou sur le reversement de la TVA des invendus. La loi Agec vient ici clarifier les choses. Les entreprises sont dispensées de reverser la TVA sur les invendus quand ils sont donnés à une organisation reconnue d'utilité publique. "Auparavant, les entreprises en étaient dispensées pour la destruction des produits, alors qu'elles devaient la reverser en cas de don. Cette aberration prend fin, se félicite [Dominique Besançon](#). Au-delà de l'obligation légale et du bénéfice écologique



évident, le don devient intéressant économiquement".

La loi prévoit aussi la conclusion de convention entre l'entreprise donatrice et l'association bénéficiaire, pour encadrer la pratique: comment s'établit le transfert de propriété, les modalités de stockage, de transport... "Un élément intéressant", apprécie Dominique Besançon qui imagine la nomination dans les sociétés d'un responsable du don, qui pourrait structurer la démarche et articuler toute la chaîne du don.

Les intermédiaires comme Dons solidaires ou l'Agence du don en nature présentent aussi l'avantage d'être un interlocuteur unique pour l'entreprise, permettant de toucher une multitude d'associations tout en garantissant la traçabilité des produits. "Seb sait ce que devient chacune de ses poêles données", assure par exemple Romain Canler. Et si les volumes à donner sont trop petits pour la force de frappe logistique de ces deux structures, elles sont capables de mettre en contact direct petites entreprises et associations locales dont elles garantissent le sérieux. De quoi convaincre les PME-TPE à donner, sans pour autant faire exploser le volume pour les associations, alors qu'un Français sur cinq était en situation de pauvreté monétaire ou de privation matérielle en 2019, selon l'Insee.

## Destruction résiduelle inévitable

La part des invendus donnés devrait ainsi passer de 20% environ aujourd'hui à 35-36% "maximum", selon l'Ademe. "La loi vient inscrire des pratiques qui existaient déjà, elle est surtout là pour les mauvais élèves", pointe Romain Canler pour qui il y aura toujours des invendus impossibles à donner qui finiront inévitablement au recyclage.

Car la surproduction et l'absence de débouchés sont encore la cause de 28% des invendus (derrière l'obsolescence marketing). Or si un "vernis jaune" ou un "mauvais livre" n'a pas trouvé preneur auprès des consommateurs, il n'y a pas de raison qu'il trouve preneur auprès des bénéficiaires des associations. "Si le livre est mauvais, on ne va pas forcer quelqu'un de précaire à le lire", pointe Romain Canler. Si des solutions peuvent être trouvées, en intégrant par exemple les "verniss jaunes" dans des kits cadeaux à l'occasion des fêtes, les associations ont toujours la possibilité de refuser une proposition de don. "Le but n'est pas de transférer le problème chez nous", pointe Dominique Besançon. Le cas se pose par exemple aujourd'hui pour les entreprises de cosmétique pour le gel hydroalcoolique. "Toutes les entreprises en ont produit des quantités colossales, on en a aujourd'hui à plus savoir qu'en faire. Ça prend de la place dans les entrepôts, tout le monde veut en donner. Mais les associations n'en veulent pas autant. Finalement, Veolia ou Suez vont probablement être appelés pour en détruire une partie", témoigne Emmanuel Guichard.

D'où l'importance de revoir non seulement la gestion des invendus, mais aussi (et surtout), le modèle des entreprises pour réduire le gaspillage. Ce qui se traduira à moyen terme par une baisse inévitable des dons d'invendus aux associations, ce que Dons solidaires et l'Agence du don en nature espèrent compenser par une intégration croissante du don direct dans les politiques RSE des entreprises.

