

2^{ème} SEMAINE DU DON EN NATURE DU 7 AU 11 AVRIL 2014 EN FRANCE

PUBLICATION D'UNE ÉTUDE SUR LE GASPILLAGE NON-ALIMENTAIRE MIEUX CONNAÎTRE LES INVENDUS NON-ALIMENTAIRES POUR MIEUX LES GÉRER

À l'occasion de ses 5 ans d'existence et en cette année de lutte contre le gaspillage, l'Agence du Don en Nature publiera, dans le cadre de la Semaine du Don en Nature, une étude sur la gestion et la revalorisation des invendus des entreprises.

Copilotée et cofinancée par l'ADEME ainsi que par Activa Capital, mécène d'ADN depuis sa création, cette étude permettra :

- D'identifier et de décrire les invendus non-alimentaires en France;
- D'identifier les meilleures solutions de gestion de ces invendus et notamment l'intérêt du don pour les entreprises en fonction de leur secteur et des critères de développement durable.

Grâce au soutien de 100 entreprises (Fondation Carrefour, Fondation Groupe Seb, L'Oréal, Procter & Gamble, Galeries Lafayette et Celio...), l'Agence du Don en Nature **redonne chaque mois l'équivalent d'1,5 M€ de produits neufs** non alimentaires (obsolètes marketing, fins de série, etc.) aux plus démunis. Elle s'appuie, pour ce faire sur un **réseau de 480 associations** de lutte contre l'exclusion sur tout le territoire.

Depuis 2009, **6000 tonnes de déchets ont été évitées** grâce à l'action de l'Agence du Don en Nature.

Cependant, **seulement 13% des entreprises donnent leurs stocks invendus** selon une étude d'Opinion Way et de l'Agence du Don en Nature, réalisée en 2013 sur un échantillon de PME appartenant à l'industrie des biens de consommation. L'enjeu principal est donc de **sensibiliser un nombre plus important d'entreprises au don de leurs produits neufs invendus**.

Le don est facile à mettre en œuvre, il évite de payer pour la destruction des produits, permet d'obtenir des déductions fiscales et fourni à des populations fragiles des produits nécessaires au quotidien.

ADN a pour objectif d'avoir distribué plus de 100 millions € de produits neufs aux plus démunis en 2015.

L'ADEME qui participe à la mise en œuvre des politiques publiques dans les domaines de l'environnement, de l'énergie et du développement durable s'associe à la volonté de mobilisation de l'Agence du Don en Nature contre le gaspillage non-alimentaire.

Contact presse : Agence à faire, à suivre
Emma de Linières
edl@rp-afairesuivre.com
06 09 76 80 93

Manon Saint-Ellier
mse@rp-afairesuivre.com
01 42 56 60 78

Site web : www.adnfrance.org
[@ADN_france](https://twitter.com/ADN_france)
<http://www.youtube.com/user/AgenceDonNature>

LES TEMPS FORTS DE LA SEMAINE DU DON EN NATURE 2014

Sur le thème : "L'économie positive en action : Entreprises, Associations, Pouvoirs Publics"

ADN organise la deuxième **Semaine du Don en Nature du 7 au 11 avril** avec le soutien actif des entreprises et mécènes historiques. Les ambassadeurs, associations et bénévoles d'ADN organiseront des actions et des opérations de don dans 5 régions de France : **Pays de la Loire (Angers), Bourgogne (Dijon), Nord Pas-de-Calais (Lille), Rhône Alpes (Lyon), Ile de France (Paris et Saint Denis).**

- **Des opérations spéciales de don de produits** dans chaque pôle régional ;
- **Des conférences petits déjeuners** seront organisés dans les villes impliquant les collectivités, les entreprises et les partenaires associatifs ;
- Débats autour des résultats de **l'étude soutenue par l'ADEME et Activa Capital** sur les invendus et le gaspillage non alimentaire en France ;
- Une grande soirée le **jeudi 10 avril** au CESE (Conseil Économique Social et Environnemental) avec une table ronde sur le thème « **L'économie positive en action, mobilisons-nous : Entreprises, Associations, Pouvoirs Publics** » animée par Brigitte Jeanperrin, journaliste économique ;
- La diffusion d'un web documentaire retraçant toute la chaîne du don de l'Agence du Don en Nature.

DES ENTREPRISES PARTENAIRES D'ADN SE MOBILISENT POUR LA SEMAINE DU DON EN NATURE

« Nous n'avons pas hésité à nous lancer dans l'aventure ADN ! Cette mécanique de dons en nature correspondait parfaitement à la démarche que nous souhaitions mettre en place chez P&G : simplification de nos dons de produits, traçabilité, sérieux des associations partenaires, utilité sociale évidente. Le mécénat en nature est une véritable opportunité pour P&G et fait partie intégrante de notre stratégie de développement durable. Il nous permet d'écouler nos produits utilement, en répondant à un besoin social criant. » **Ségoène Moreau, Responsable Communication Corporate & Mécénat chez Procter & Gamble**

"La force de notre partenariat tient à la qualité de nos échanges et aux expériences que nous partageons pour mieux anticiper les difficultés qu'implique un projet innovant. Par exemple, ensemble nous avons organisé des ateliers de travail commun ADN/Groupe SEB pour aider l'association dans la gestion de ses stocks. Autant d'échanges qui construisent le socle d'un partenariat constructif et pérenne." **Christophe Elyn, Directeur logistique Groupe SEB**

"Nous sommes fiers de pouvoir accompagner une initiative d'entrepreneuriat social innovante et efficace, à laquelle nous sommes très sensibles. Nous aidons ADN depuis ses débuts à travers la conception et l'impression de ses documents de communication (rapports d'activité, pochette pour ses 4 ans, kakémono etc). C'est en partie grâce à ces éléments qu'ADN réussit à convaincre de nouvelles sociétés donatrices de produits invendus pour lutter contre l'exclusion." **Raphaël Palti, Fondateur Président Directeur Général d'Altavia**

Contact presse : Agence à faire, à suivre
Emma de Linières
edl@rp-afairesuivre.com
06 09 76 80 93

Manon Saint-Ellier
mse@rp-afairesuivre.com
01 42 56 60 78

Site web : www.adnfrance.org
[@ADN_france](https://twitter.com/ADN_france)
<http://www.youtube.com/user/AgenceDonNature>