



vient en aide  
aux plus démunis  
par la collecte  
et la distribution  
de produits neufs  
non alimentaires.

RAPPORT D'ACTIVITÉ RESPONSABLE

2016

# Sommaire

**DÉCOUVREZ  
L'AGENCE  
DU DON EN NATURE**

**130 ENTREPRISES  
PARTENAIRES**

**740 ASSOCIATIONS  
ET  
900 000 BÉNÉFICIAIRES**

- 02** Sommaire
- 03** Le mot du Président
- 04** Notre impact en 2016
- 05** ADN en bref
- 06** Le bilan financier 2016
- 07** Nos enjeux pour 2017
- 08** L'innovation solidaire : le Panier Partage
- 09** Mobiliser le grand public
- 10-11** Les acteurs ADN
- 12** 130 entreprises donatrices
- 13** Donner c'est simple
- 14** Ils nous font confiance
- 15** Fédérer l'interne
- 16** Paroles de donateurs
- 17** Nos mécènes s'engagent
- 18** Paroles de terrain
- 19** Carte de France des associations
- 20** Paroles d'associations
- 21** Paroles d'ambassadeurs
- 22 - 23** Paroles de bénéficiaires
- 24** Nos valeurs

# Le mot du Président

**Permettre à 900 000 personnes démunies d'accéder en 2016 à des produits neufs et de qualité, en retrouvant ainsi un peu de fierté et d'estime d'elles-mêmes, telle est la principale satisfaction des équipes salariées et bénévoles de l'Agence du Don en Nature.**

Ce combat contre la précarité, initié par notre fondateur Jacques Etienne de T'Serclaes il y a 8 ans, j'ai accepté de le poursuivre aux côtés de nos 130 entreprises partenaires et de nos 750 Associations réparties sur tout le territoire. Il s'est traduit en 2016 par plus de 600 000 euros redistribués chaque semaine, soit 32 M euros sur la totalité de l'année.

Face aux 9 millions de personnes vivant en dessous du seuil de pauvreté en France, notre tâche reste immense.

En 2017, toutes nos équipes seront mobilisées pour :

- Convaincre de nouvelles entreprises de nous donner leurs invendus non alimentaires
- Augmenter nos redistributions de produits en aidant encore plus de personnes en situation de précarité
- Faire mieux connaître notre cause en sensibilisant aussi le grand public, à travers des moyens complémentaires de collecte de produits comme le Panier Partage.

Merci à tous nos partenaires pour la fidélité de leur engagement, merci à nos équipes salariées et bénévoles pour leur mobilisation constante et merci à vous tous de relayer autour de vous notre message solidaire

« **Moins de gaspillage, plus de partage** » en faveur des plus démunis.



© Gavin Sorel

**CHRISTIAN RINGUET**  
*Président de l'Agence du Don en Nature*

# Notre impact en 2016

“Permettre à plus de personnes en situation de précarité de se sentir de nouveau insérées dans la société. Leur offrir une meilleure estime d’elles-mêmes, qui passe aussi par l’accès à une plus grande diversité de produits neufs et de qualité. ”



**5 000**

TONNES DE DÉCHETS  
ÉVITÉS



**3 000 000**

DE PRODUITS  
DISTRIBUÉS



**900 000**

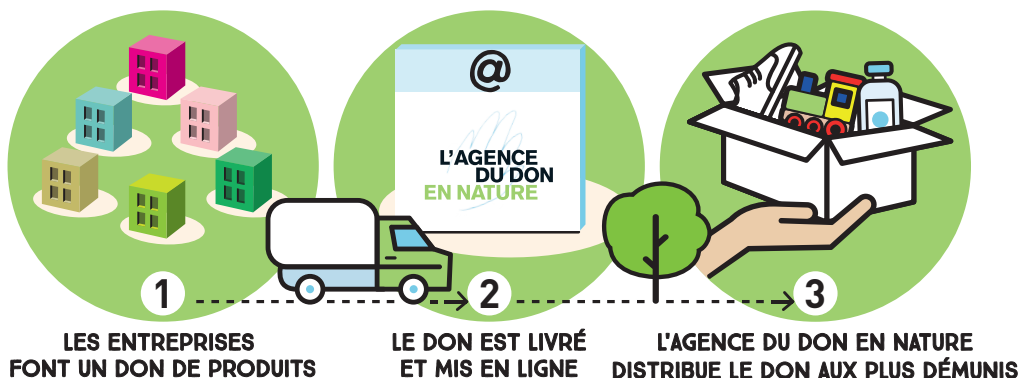
PERSONNES DÉMUNIES  
AIDÉES

“Moins de gaspillage, **PLUS DE PARTAGE**, ”

## “Aider les plus démunis par le don de produits”

Se laver avec un savon, avoir des vêtements propres, des ustensiles pour préparer à manger ou des stylos neufs pour aller à l'école, c'est vivre dignement. Cela concerne à ce jour près de **9 millions de personnes qui vivent en dessous du seuil de pauvreté en France**, en marge des normes de la société, privées d'un ensemble de biens de première nécessité, essentiels à l'insertion, à l'épanouissement et à l'estime de soi.

Pour cela, ADN collecte les invendus non alimentaires neufs auprès de plus de 130 entreprises responsables et les redonne aux plus démunis en France, via une plateforme logistique et numérique. **Reconnue innovation sociale et digitale** par le label La France s'engage, ADN redistribue chaque semaine 600 000 € de produits neufs, nécessaires à la vie au quotidien.



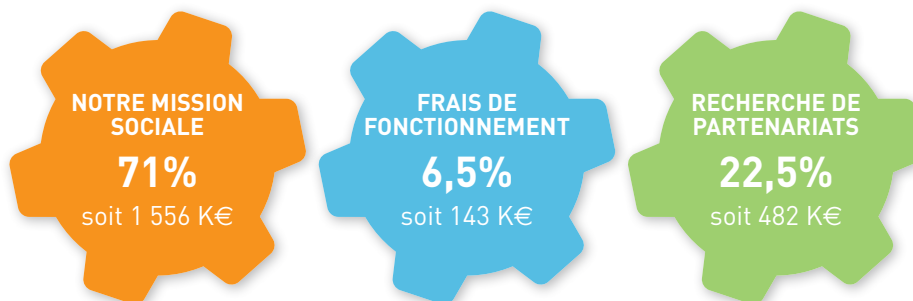


# Le bilan financier 2016

La légitimité de notre action auprès des plus démunis repose sur l'exigence et la clarté de son fonctionnement. L'Agence du Don en Nature dresse chaque année un bilan complet de ses activités et ses ressources.

Nous avons développé un processus très court sur la publication des comptes :

- 1/ Arrêté des comptes en février
- 2/ Certification par le commissaire aux comptes en mars
- 3/ Approbation par l'Assemblée Générale en mars



**93,5 % de nos dépenses sont affectées à la mission sociale.**

Budget global 2016 de l'association : 1 806 000 €

Coût total des salaires et charges sociales : 707 K€

## Blaise Estrade, Trésorier

*La valeur marchande des produits redistribués a atteint plus de 32 millions d'euros en 2016, contre 27 millions en 2015, marquant une croissance de 20%.*

*Sur 2017, ADN s'est fixé pour objectif de redistribution plus de 700 000 € de marchandises aux plus démunis chaque semaine, soit un objectif annuel à atteindre de plus de 36 millions d'euros, soit une progression de plus de 15%.*

Nos comptes détaillés sur [www.adnfrance.org/rapports-annuels](http://www.adnfrance.org/rapports-annuels)

# Nos enjeux pour 2017

## DES ENJEUX QUALITATIFS



**ACCÉLÉRER**  
notre mission sociale afin  
d'aider toujours plus  
de personnes en situation  
de précarité



**SIMPLIFIER  
ET AMÉLIORER**  
notre service logistique  
pour fluidifier les  
redistributions de produits



**POURSUIVRE L'ACCOMPAGNEMENT**  
de nos associations partenaires dans  
leur professionnalisation numérique  
et logistique grâce au programme  
ADN & VOUS

## DES ENJEUX QUANTITATIFS



**AUGMENTER**  
nos redistributions  
de produits aux plus démunis



**SENSIBILISER**  
de nouvelles entreprises  
au don de produits



**CONTINUER À MOBILISER**  
le grand public  
à notre cause

# L'innovation solidaire : le Panier Partage

“ La version 2.0 de la collecte en magasin : en 1 clic, donner la possibilité à chaque internaute d'offrir un produit à une personne démunie. ”

L'Agence du Don en Nature innove en permettant aux internautes qui font leurs courses en ligne de **donner du sens à leurs achats** en offrant des produits du quotidien aux plus démunis à travers le Panier Partage. Ce projet, lauréat du Google Impact Challenge, est déployé depuis le mois de septembre 2016 sur une première plateforme, Greenweez.com, leader des achats bio sur internet !

## Résultats :

- Un modèle de partenariat innovant pouvant être déployé sur de nombreux sites marchands de produits du quotidien : hygiène, entretien, puériculture, maison, etc.
- Un premier test a été réalisé sur Amazon.fr, générant plus de **30 000 visites en 1 semaine !**
- Depuis septembre 2016, le lancement du premier dispositif Panier Partage avec Greenweez.com a séduit de nombreux donateurs.



 **PANIER  
PARTAGE**

 **LIBEGAF**

Exemple de produits proposés sur le site partenaire Greenweez.com.



# Mobiliser le grand public

**NON À UNE VIE D'OCCASION**, telle est l'accroche de notre campagne média pour toucher le grand public et les entreprises. Réalisée grâce au soutien de notre partenaire l'agence DDB, elle a permis de sensibiliser le grand public au don de produits, de recruter de nouveaux donateurs entreprises et d'accroître la notoriété d'ADN avec plus de 600 000 vues des vidéos.

3 films chargés d'émotion, un spot radio, une campagne d'affichage dans le métro parisien et une campagne nationale abribus JC Decaux ont été diffusés gracieusement en août et septembre.



# Les acteurs ADN



## L'équipe opérationnelle & le Conseil d'Administration élargi



# Les acteurs ADN suite

## Portraits d'ambassadeurs



- ① Alain Mouchiroud, Rhône ② Josette Piquet, IDF ③ Muriel Sirat, Haute-Garonne ④ Richard Cohen, Alpes-Maritimes  
⑤ Alain Gerbet, Côte-d'Or ⑥ Nadine Palard, Gironde ⑦ Estelle Dlouhymorel, IDF ⑧ Ludovic Armoët, Gironde  
⑨ Florence Richardson, IDF ⑩ Serge Secret, Appui supply chain ⑪ Mireille Deboudt, Nord ⑫ Claire Garraud, IDF  
⑬ Eric Goutanier, Vienne ⑭ Dominique Pelletier, Charente-Maritime ⑮ Sabine Gardelle, Hérault

et, Alain Billon, Bouches-du-Rhône • Virginie Felix, Côte-d'or • Pascale Zouaoua, Seine-Maritime  
• Anne Turbot, Loiret • Evelyne Seymand, Vaucluse

### DES AMBASSADEURS BÉNÉVOLES LOCAUX AU CŒUR DES TERRITOIRES

Ils vont à la rencontre des associations partenaires  
et relaient l'action d'ADN auprès des entreprises.







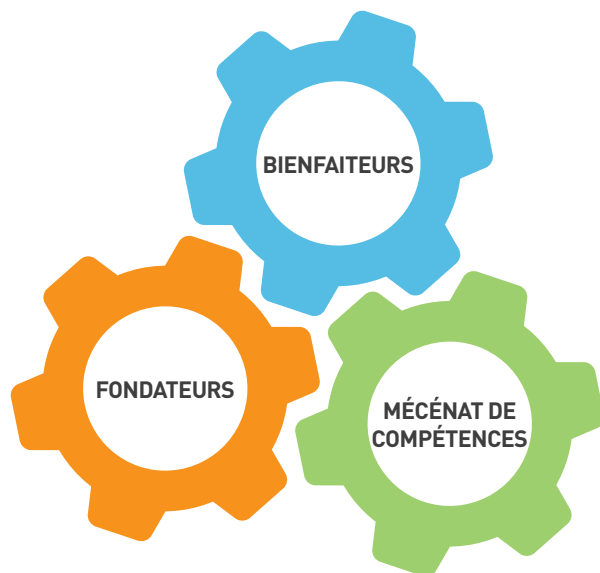
130 entreprises donatrices  
“Pourquoi pas vous ?”

# Donner, c'est simple !

Vous avez des surplus de stocks, obsolètes marketing ou encore des stocks dormants ? Depuis 8 ans, ADN développe une solution simple, sûre et stratégique pour récupérer vos invendus. Alors choisissez le don en nature !

## Les avantages du don :

-  Bénéficier d'un crédit d'impôt, éviter les coûts de stockage ou de destruction
-  Réduire les déchets, alimenter la réglementation Grenelle 2 ou les démarches RSE
-  Contribuer à la lutte contre l'exclusion en France en aidant 900 000 démunis
-  Fédérer l'interne au travers d'un projet solidaire



## Donner, c'est simple !

- Adressez votre proposition de don (quantité / type de produits)
- ADN évalue la cohérence des produits en fonction des besoins du terrain
- Prenez rendez-vous avec l'entrepôt ADN
- ADN édite le reçu fiscal et vous l'envoie
- ADN vous envoie un reporting afin de mesurer votre impact social



# Ils nous font confiance



Nos partenaires fondateurs, bienfaiteurs et mécènes de compétences accompagnent l'Agence du Don en Nature dans sa mission au quotidien et lui permettent d'accélérer son changement d'échelle. Rejoignez-nous !



# Fédérer l'interne

La mobilisation par le don de produits n'est plus à prouver et passe par le partage, l'entraide et la collaboration de tous. Afin de fédérer vos collaborateurs, ADN propose également la mise en place d'ateliers ou des journées solidaires. Mobiliser vos collaborateurs dans des actions concrètes et utiles permet de renforcer la fierté d'appartenance et le lien social.

- Ateliers de tri de produits
- Ateliers socio-esthétiques
- Boutiques solidaires



# Paroles de donateurs



## 3 questions à Alain Paré, Directeur des Ressources Humaines, GÉMO

### Qu'est-ce qui a motivés votre démarche de don de produits à ADN ?

Nous cherchions un partenaire d'envergure nationale et ayant la capacité en terme de logistique de gérer les stocks d'anciennes séries que nous pourrions donner. Nous sommes entrés en relation avec les équipes d'ADN qui ont tout de suite répondu à nos attentes.



### Comment impliquez-vous vos collaborateurs dans votre démarche ?

Nous communiquons régulièrement avec nos équipes sur l'avancée de nos différents projets et actions en matière de RSE. Toutes les marques du Groupe Eram sont notamment impliquées dans le cadre de la Mission Solidarités qui couvre toutes les actions que nous menons dans le domaine du caritatif.

### D'après vous, quelles sont les valeurs liées au don de produits ?

Par les dons de produits que nous faisons, nous savons que ceux-ci iront directement aux personnes en situation de précarité et que nous participerons ainsi à les aider concrètement.



## Guillaume Motte, DG celio France, émission « A but non lucratif » sur BFM TV



Depuis 2010, celio soutient l'Agence du Don en Nature par du don de produits, vêtements et accessoires pour hommes, essentiels au quotidien et répondant aux besoins du terrain.

En 2016, 300 000 produits celio ont été donnés à l'ADN et nous sommes fiers d'avoir permis à plus de 80 associations françaises d'en bénéficier. Par ces dons, nous réduisons ainsi nos déchets et permettons de fédérer les collaborateurs autour de projets solidaires.



## Joël Tronchon, Directeur Développement Durable, Groupe SEB, émission « La Quotidienne » France 5



« C'est beaucoup plus efficace d'un point de vue logistique et pragmatique de donner à une seule association, l'Agence du Don en Nature, qui va pouvoir redistribuer nos produits à une quantité importante d'associations et de bénéficiaires – efficacité économique. D'un point de vue fiscal, en France nous avons la chance d'avoir une fiscalité du don avantageuse qui permet de faire en sorte que le don soit plus intéressant pour les entreprises que la destruction de produits. »

# Nos mécènes s'engagent

Forte de son savoir-faire logistique et de son réseau de 750 associations, ADN permet aux entreprises mécènes de devenir des acteurs de premier plan dans la lutte contre l'exclusion avec du mécénat de produits, du mécénat de compétences et du mécénat financier.



Avec le soutien d'**Eurazeo**, l'Agence du Don en Nature a mis en place l'opération « Cartables garnis ». Afin d'offrir aux enfants les plus démunis l'essentiel des produits qui leur permettent d'aller à l'école tout au long de l'année dans de bonnes conditions, ce partenariat permet à ADN une mise en relation du réseau des PME du réseau Eurazeo.



**Leyton**, mécène des premiers jours de l'Agence du Don en Nature, a participé activement au lancement de l'initiative grâce à une dotation financière. Le partenariat s'enrichit aujourd'hui d'un volet « Accès au logement », pour permettre aux personnes précaires d'entrer avec le minimum d'équipement dans un appartement.



**Activa Capital** a participé activement, grâce à une dotation financière, au lancement de l'opération « Noël pour Tous », qui a permis de distribuer plus de 330 000 jeux et jouets aux enfants défavorisés en France.

L'Agence du Don en Nature est fière aujourd'hui de pouvoir compter sur ces mécènes qui l'encouragent à développer de nouvelles actions sociétales et des projets enthousiasmants pour 2017.

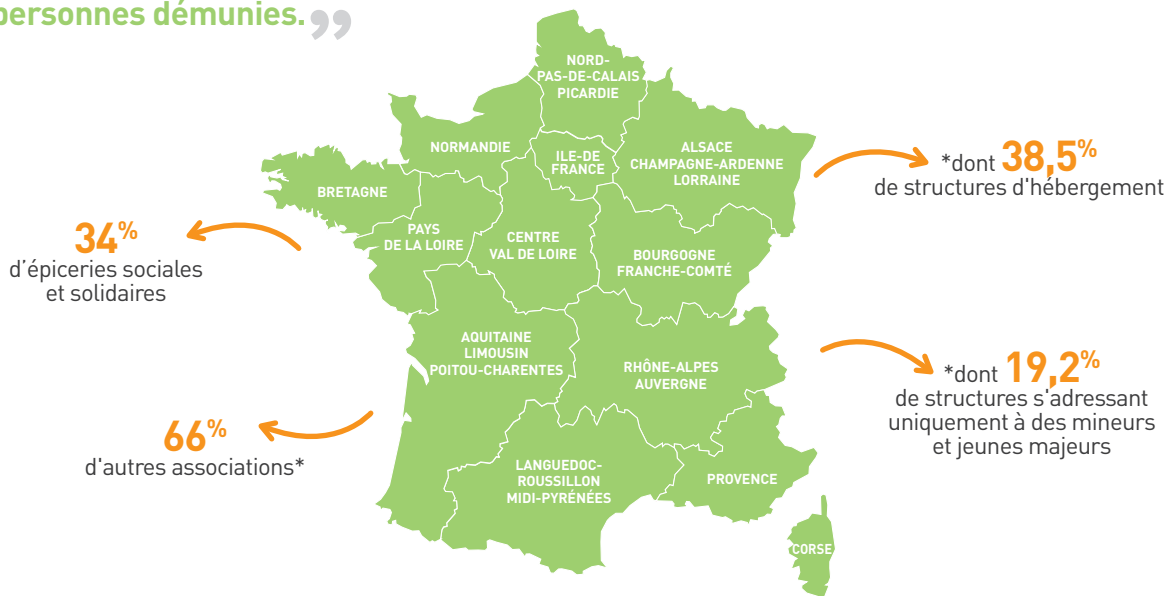




# Paroles de terrain

# Carte de France des associations

“ ADN s'appuie sur un réseau national de lutte contre l'exclusion composé de **750 associations partenaires** dans toute la France et vient en aide à **900 000 personnes démunies.** ”



8% font de l'accueil de jour, 4,6% de structures s'adressant uniquement à des femmes, 14,5% sont partenaires d'ANDES, 2,5% de structures pour personnes en situation de handicap, 4,7% de structures organisant des ateliers professionnels.

## ILS NOUS FONT CONFIANCE





# Paroles d'associations



“Avant d’être adhérents à l’Agence du Don en Nature, ce type de produits n’existait pas dans notre épicerie solidaire. Pour les fêtes de fin d’année, nous allons faire des heureux !”

*Dominique Pelletier, Épicerie Eider*

“Donner les mêmes chances à tous les enfants, cela passe aussi par leur offrir des produits de qualité, qu’ils n’auraient pas sans l’action d’ADN.”

*Chaouch Kheira, CAES 37 - Protection de l'enfance, GROUPE SOS JEUNESSE*





# Paroles d'ambassadeurs



“ Lorsque l'Agence du Don en Nature est intervenue dans ma ville pour se présenter dans le but de trouver des ambassadeurs bénévoles, j'ai eu un réel coup de cœur. J'ai pu apercevoir un réel partage de valeurs, un travail de passion auquel je voulais participer. ”

*Eric Goutanier, ambassadeur dans la région de Vienne*



“ J'ai choisi de rejoindre l'Agence du Don en Nature car je suis intéressée par l'Économie Sociale et Solidaire et les nouvelles technologies. J'ai découvert ADN un peu par hasard et son action m'a séduite : grande diversité d'associations partenaires, innovation, lien entre les entreprises et les citoyens, variété des missions proposées aux bénévoles, création de valeur originale et à titre personnel, opportunité de découvrir le monde associatif. ”

*Estelle Dlouhymorel, ambassadrice en Île-de-France*



“ Le projet ADN « moins de gaspillage, plus de partage » correspond tout à fait à mes valeurs. Ma mission est d'être à l'écoute de mes associations, de m'assurer de la bonne distribution des produits fournis et de vérifier le respect de la convention de partenariat. Je les accompagne par une formation aux bonnes pratiques de commande et de gestion. Je crée aussi des événements afin de faire le lien entre toutes les associations de la région. ”

*Mireille Deboudt, ambassadrice région Nord*

# Paroles de bénéficiaires



**Emilie,**

bénéficiaire de produits Colgate

Je suis très satisfaite de l'épicerie solidaire. C'est un concept abordable pour les grandes familles comme moi à petits moyens. Avec mes enfants, nous sommes ravis de trouver des produits du quotidien comme des brosses à dents.

**Sandra,**

bénéficiaire de vêtements bébé Intermarché

Je suis ravie des vêtements proposés pour mon enfant, les couleurs, les modèles étaient très jolis, je n'aurais jamais pu en bénéficier sans l'aide de l'Agence du Don en Nature.



**Pierre,**

bénéficiaire de l'opération "Noël pour Tous"

Sans la mobilisation de l'ADN, je n'aurais jamais pu offrir à mes enfants ces jouets qu'ils regardent toujours avec envie dans les magasins !



©ADN

### Joséphine,

bénéficiaire de produits L'Oréal

Nous sommes très contentes de recevoir ces produits grâce à ADN. Cela nous apporte un gain de fierté et nous redonne confiance en nous.

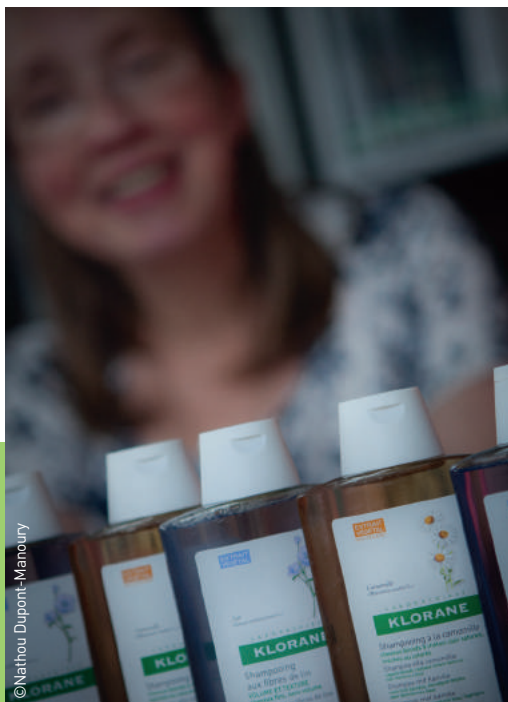
### Jacques,

bénéficiaire de produits Panier Partage, sur Greenweez.com

Un grand merci aux généreux donateurs en ligne : nous avons reçu des crayons de couleurs, de la pâte à modeler, Sophie la Girafe pour Noël.



©Vandemaer



©Nathou Dupont-Mancoury

### Mariane,

bénéficiaire de produits Klorane

Fière de pouvoir bénéficier d'une marque reconnue, avec la certitude d'utiliser un produit de qualité !

C'est une marque de confiance composée de produits naturels et sains.

Mes cheveux n'ont jamais senti aussi bon !

PROXIMITÉ



SOLIDARITÉ



TRANSPARENCE



PARTAGE

Rejoignez-nous !



[www.adnfrance.org](http://www.adnfrance.org)

EFFICACITÉ

Imprimé dans le  
respect du référentiel



POSITIVE SOURCING  
SOCIAL PURCHASING BY ALTAVIA

Conçu et réalisé par Altavia Paris, imprimé par HANDI PRINT -  
Entreprise adaptée, dans le respect du référentiel

INNOVATION

