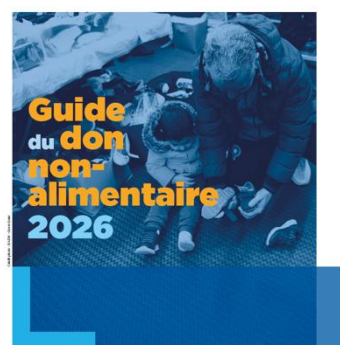


L'Agence du Don en Nature, Dons Solidaires et la FCD publient le premier Guide du don non-alimentaire destiné aux enseignes

43 % des Français déclarent limiter leurs achats de produits d'hygiène pour des raisons budgétaires¹. Dans le même temps, la loi anti-gaspillage interdit aux entreprises de détruire leurs invendus non alimentaires et leur impose de les réemployer, en priorité par le don².

Dans ce contexte, l'Agence du Don en Nature (ADN), Dons Solidaires et la Fédération du Commerce et de la Distribution (FCD) publient aujourd'hui le premier Guide du don non-alimentaire, afin de mieux accompagner les enseignes dans le don de leurs produits non-alimentaires aux associations. Il est diffusé à l'ensemble des enseignes adhérentes de la FCD et disponible en ligne³.



Une précarité qui ne s'arrête pas à l'assiette

Savon, lessive, couches, cartables, vêtements : l'INSEE définit la privation matérielle et sociale comme l'incapacité à couvrir les dépenses liées à au moins cinq éléments essentiels de la vie courante⁴. Elle porte sur des produits du quotidien qui n'entrent dans aucun dispositif public d'aide et que les associations peinent à se procurer. Le don s'est longtemps concentré sur l'alimentaire. Le non-alimentaire s'est structuré plus tard, sous l'impulsion de deux associations spécialisées : l'Agence du Don en Nature et Dons Solidaires qui redistribuent chaque année des millions de produits à des associations. Les lignes bougent, mais beaucoup d'enseignes cherchent encore leur repères : que peut-on donner, à qui, dans quelles conditions et avec quel cadre fiscal ?

Ce que contient le guide

Rédigé par l'Agence du Don en Nature et Dons Solidaires, en collaboration avec la FCD, le guide répond à ces questions. Il rappelle d'abord le cadre : la loi AGECE et son décret d'application fixent la liste des produits de première nécessité, hygiène et puériculture, qui doivent être donnés en priorité aux associations². Il décrit ensuite ce que deviennent les produits donnés : colis d'hygiène pour les familles, kits d'accueil en hébergement d'urgence, rayons d'épicerie sociale, mais aussi ateliers d'insertion, équipement de foyers ou activités proposées par les associations.

¹ Baromètre Dons Solidaires « Hygiène et précarité en France », avril 2026.

² Loi n° 2020-105 du 10 février 2020 relative à la lutte contre le gaspillage et à l'économie circulaire (AGECE), article 35 ; décret n° 2020-1724 du 28 décembre 2020 relatif à l'interdiction d'élimination des invendus non alimentaires.

³ Lien de téléchargement à insérer avant diffusion.

⁴ INSEE, définition de la privation matérielle et sociale : incapacité à couvrir les dépenses liées à au moins cinq éléments de la vie courante sur une liste de treize.

Catégorie par catégorie, hygiène et droguerie, textile, arts de la table, loisirs, fournitures, bricolage, aménagement de la maison, jardin, le guide précise les produits attendus par les associations, ceux qu'il vaut mieux éviter de donner et les points de réglementation à connaître : dates de durabilité minimale, étiquetage, produits à usage professionnel, marquage CE. Il détaille le contenu de la convention de don prévue par le décret, l'organisation du transport et du stockage, et présente la fiscalité du don non-alimentaire⁵. Une chaîne du don en sept étapes, de la liste des produits disponibles à leur redistribution, et un glossaire complètent l'ensemble.

Faire du don non-alimentaire un réflexe

Pour de nombreuses enseignes, le partenariat avec des associations locales fait déjà partie du quotidien. L'ambition du guide est de permettre à davantage d'entre elles de franchir le pas, en clarifiant les modalités du don et en s'appuyant sur des intermédiaires spécialisés, capables de collecter, stocker, tracer et redistribuer des volumes importants sur tout le territoire. La FCD le diffuse à l'ensemble de ses enseignes adhérentes ; il est téléchargeable sur les sites de la FCD, de l'Agence du Don en Nature et de Dons Solidaires³.

« Une enseigne qui donne ses invendus ne se débarrasse pas d'un stock : elle met des produits neufs entre les mains de familles qui devaient y renoncer. Ce guide dit simplement comment faire, catégorie par catégorie, sans se tromper de produit ni de destinataire. Notre rôle est de garantir ce qui se passe ensuite : la traçabilité, l'équité de la redistribution et la présence d'un réseau associatif dans chaque département. »

Alexandra Vidal, directrice générale de l'Agence du Don en Nature

« La loi AGEC a fixé une obligation ; ce guide donne aux enseignes les moyens de la transformer en solidarité concrète. Alors que les besoins des associations augmentent sur le terrain, ce guide a pour ambition de montrer aux enseignes comment le don de produits non-alimentaires permet aux personnes en difficulté de retrouver dignité et autonomie : s'habiller pour un entretien, prendre soin de soi, ou encore équiper son foyer. »

Dominique Besançon, déléguée générale de Dons Solidaires

« Le commerce crée de la valeur en reliant les producteurs aux consommateurs ; il peut aussi créer de la solidarité en donnant une seconde vie aux produits invendus. Avec ce guide, la FCD et ses enseignes adhérentes choisissent d'agir collectivement. Au-delà des obligations de la loi AGEC, notre responsabilité est envers ceux qui en ont le plus besoin. »

Judith Jiguet, déléguée générale de la FCD

À PROPOS DE L'AGENCE DU DON EN NATURE

Créée en 2008, l'Agence du Don en Nature (ADN) lutte contre la précarité matérielle : elle collecte auprès des entreprises des produits neufs non alimentaires (hygiène, entretien, textile, fournitures, équipement de la maison) et les redistribue à un réseau de 1 500 associations de solidarité réparties sur tout le territoire (épiceries sociales et solidaires, centres d'hébergement, accueils de jour, structures d'insertion, EHPAD associatifs). Chaque année, plus de 7 millions de produits, d'une valeur marchande de 52 millions d'euros, bénéficient à plus d'un million de personnes en situation de précarité. Maillon de confiance entre les entreprises et les associations de terrain, ADN s'appuie sur une logistique sobre, dont 20 % des flux sont acheminés par fret ferroviaire. www.adnfrance.org

⁵ Article 238 bis du Code général des impôts.

À PROPOS DE DONS SOLIDAIRES

Reconnue d'utilité publique, Dons Solidaires agit pour une société plus juste et inclusive en permettant aux personnes en difficulté d'accéder aux produits essentiels du quotidien. L'association orchestre une chaîne de solidarité entre les entreprises et les associations caritatives, afin que chacun puisse se laver, s'habiller, étudier ou prendre soin de ses enfants dans la dignité. Grâce à l'engagement de plus de 250 entreprises partenaires, 8 millions de produits ont été redistribués en 2025 à travers un réseau de plus de 1 200 associations, venant en aide à 1,2 million de personnes.

www.donsolidaires.fr

À PROPOS DE LA FCD

La Fédération représente les entreprises du commerce à prédominance alimentaire. Ce secteur compte 750 000 emplois, 1 750 hypermarchés, 5 400 supermarchés, 4 700 maxidiscomptes et 17 950 magasins de proximité, soit environ 30 000 points de vente pour un volume d'affaires de 170 milliards d'euros. Elle intervient notamment dans les domaines de la sécurité alimentaire, le développement durable, les relations économiques (PME, industriels, filières agricoles), les relations avec les partenaires sociaux et sur les sujets liés à l'aménagement du territoire et d'urbanisme commercial.

www.fcd.asso.fr – www.fcd-leblog.fr

CONTACTS PRESSE

Agence du Don en Nature : Julie Rambaud - 06 26 36 90 46 - julie@myprettyagency.com

Dons Solidaires : Aurélie Bois - 06 87 26 27 68 - aurelie@agencethedesk.com

FCD : Fabienne Prouvost - 01 44 43 99 01 - prouvost@fecd.eu
