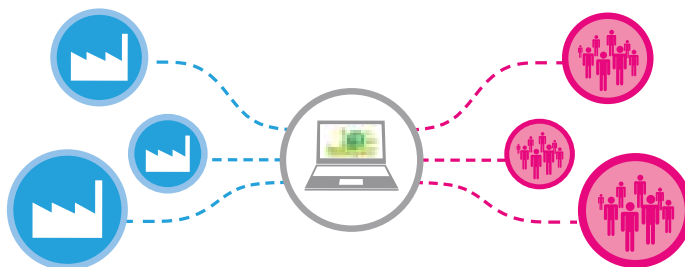




VZW GOODS TO GIVE ASBL

RAPPORT D'IMPACT 2015



MOINS DE GASPILLAGE, PLUS DE PARTAGE

G2G COLLECTE LES SURPLUS DE STOCKS NEUFS NON-ALIMENTAIRES DU MONDE INDUSTRIEL ET LES REDISTRIBUE AUX PLUS DÉMUNIS PARTOUT EN BELGIQUE, VIA UN RÉSEAU D'ORGANISATIONS SOCIALES ACTIVES SUR LE TERRAIN.

CECI AU MOYEN D'UNE DOUBLE PLATE-FORME, LOGISTIQUE ET INTERNET.



www.goodstogive.be



Notre impact en 2015

170.000 BÉNÉFICIAIRES

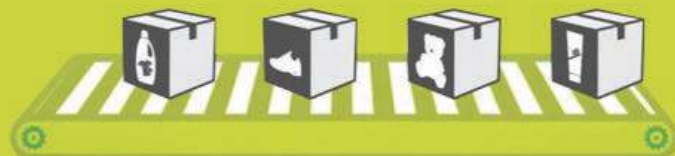
221 ORGANISATIONS SOCIALES

143.623 DÉCHETS
ÉVITÉS
(EN KG)

2.588.378€
PRODUITS REDISTRIBUÉS (EN VALEUR MARCHANDE)

55 DONS DE
PRODUITS
REÇUS

549 NOMBRE DE COMMANDES



➤ Table des matières

> Préface	6
> La raison d'être de Goods to Give	8
- Goods to Give et les Objectifs de Développement Durable des N.U.	9
> Goods to Give et les donateurs de produits	10
- Les produits redistribués par G2G par catégorie	10
- Faire un don de produits à Goods to Give	11
- Zoom sur certains de nos donateurs de produits	12
- La première collecte B2S en collaboration avec AIG	13
- Action réfugiés avec P&G et L'Oréal	13
> Goods to Give et ses mécènes fondateurs	14
- Pourquoi soutenir Goods to Give par un mécénat financier?	15
- Que fait exactement Goods to Give de vos dons?	15
> Nos partenaires sociaux, les acteurs de terrain de la chaîne de solidarité	18
> La gestion de Goods to Give	22
- Les KPI's	22
- L'équipe chargée de la gestion au quotidien	22
- Le Conseil d'Administration	23
- L'Advisory Board	24
> Les perspectives de Goods to Give pour 2016	26

Chères amies, chers amis,

Nous sommes heureux de pouvoir vous présenter nos résultats de l'année 2015, une année durant laquelle nous avons vu nos ambitions se réaliser: le développement en Belgique d'une plateforme, en partie basée sur le monde industriel pour la fourniture de produits non-alimentaires neufs et en partie sur les organisations sociales qui luttent contre la pauvreté (grâce à ces produits).

Jugez-en par vous-mêmes: 2,7 millions redistribués (2014: 1 million) à un réseau de 221 (2014: 100) organisations sociales, qui viennent en aide à 170.000 (2014: 73.000) personnes, partout en Belgique. Notre progression nous motive encore davantage et nous convainc que le processus mis place était réellement le maillon manquant dans le paysage belge.

Nous n'avons pas fait cela seuls.

La confiance des 16 entreprises donatrices en G2G est une des clés du succès de notre aventure. Nous les en remercions de tout cœur.

Grâce à l'audace de nos 6 partenaires financiers, que nous appelons volontiers nos "Partenaires Fondateurs" et qui croyaient déjà en ce projet quand il n'existait que "sur le papier", nous avons été en mesure de créer G2G. Nous leurs en sommes fort reconnaissants.

Enfin, il y a nos mécènes de compétences, qui grâce à leur énergie, leurs idées et leur engagement pro bono, livrent une contribution indispensable au succès de notre entreprise. Leur expertise nous est très précieuse.

Bien que l'idée qui est à la base de G2G semble évidente, la réalisation de celle-ci est un projet qui demande une organisation professionnelle et une gestion adéquate, d'une part, de l'équipe des permanents (3 personnes qui assurent la gestion quotidienne) et, d'autre part, du Conseil d'Administration, composé exclusivement d'administrateurs exécutifs ayant une longue expérience professionnelle dans le secteur privé. Ils se réunissent tous les mois dans le cadre d'une action coordonnée. L'Advisory Board complète ce tableau. Il est composé d'une vingtaine de personnes éminentes du secteur privé ou de la vie associative. Dans un certain sens, ce sont nos administrateurs indépendants. Ils font également office de conseillers appréciés et sont les ambassadeurs de G2G.

L'année 2016 est déjà bien entamée et notre ambition est toujours intacte: grandir. En résumé, cela signifie une augmentation de 30% pour tous les indicateurs de performance importants, les KPI's, tout comme le lancement de nouveaux projets sous la direction des co-présidents du Conseil d'Administration. Grâce au soutien de ceux qui croient en notre projet, et que nous souhaitons remercier une fois de plus, nous sommes confiants et sûrs de pouvoir atteindre nos objectifs.

Michel Eeckhout
Co-Président

Dominique de Ville
Co-Président



➤ La raison d'être de Goods to Give

Goods to Give est une ASBL qui se positionne comme une passerelle de confiance et de solidarité entre le monde industriel et le secteur social, pour réduire le gaspillage dans l'industrie et combattre la pauvreté grandissante et l'exclusion sociale.

Concrètement: Une étude de A.T. Kearney a démontré que chaque année, en Belgique, des produits non-alimentaires d'une valeur de plus de €100.000.000 restaient invendus et que la majorité de ces produits étaient détruits. Pendant ce temps, 15% des Belges (plus de 1,6 millions de personnes) vivent sous le seuil de la pauvreté¹.

Goods to Give est né de ce constat: un réseau industriel et social ont été développés, d'une part pour générer des dons de produits non-alimentaires neufs et invendus et, d'autre part pour garantir un approvisionnement contrôlé et solidaire de ces produits.

➤ MISSION 1: AIDE SOCIALE

G2G contribue au rétablissement de la confiance en soi et de l'estime de soi des personnes qui se trouvent parfois dans une situation de privation, en leur offrant un accès facile à des produits de marque de qualité et neufs, par le biais d'un réseau d'organisations sociales en Belgique.

➤ MISSION 2: SOUTIEN LOGISTIQUE ET SOCIAL AUX ENTREPRISES

G2G aide les entreprises à optimiser leurs stocks et à donner une vie à leurs produits invendus et/ou dormants, par le biais d'une chaîne de dons transparente et sécurisée. Chaque année, des quantités astronomiques de produits non-alimentaires restent donc invendus en Belgique, ce qui coûte beaucoup d'argent. En partageant leurs surplus avec les personnes qui en ont le plus besoin, les entreprises peuvent contribuer considérablement à la société par le biais de G2G.

➤ MISSION 3: IMPACT ECOLOGIQUE

En offrant leurs produits invendus à Goods to Give au lieu de les détruire, on évite une consommation inutile et insensée de matières premières. Ce qui signifie que l'on évite aussi l'émission de CO2 liée à la destruction de ces produits.

¹ Le seuil de pauvreté est de 60% du revenu médian disponible par individu, ou quelque €1.085/mois. Plus de détails sur: http://statbel.fgov.be/fr/statistiques/chiffres/travail_vie/eu-silc/pauvrete/

➤ Goods to Give et les Objectifs de Développement Durable des Nations Unies

Avec son activité, Goods to Give contribue modestement à la réalisation des Objectifs de Développement Durable, trente objectifs ambitieux préconisés par les Nations Unies d'ici l'année 2030. Le modèle et la mission de Goods to Give se rallient à 100% à 6 des 30 objectifs². Les partenaires de Goods to Give participent à un monde meilleur parce qu'ils collaborent à l'amélioration des sujets définis par les Nations Unies.



² Objectif 1: Eradiquer la pauvreté. Objectif 10: Réduire les inégalités. Objectif 11: Des villes et des communautés durables. Objectif 12: Une consommation et une production durables. Objectif 13: L'action contre le changement climatique. Objectif 17: Créer des partenariats pour atteindre ces objectifs.

Plus d'informations sur : <http://www.un.org/sustainabledevelopment/>

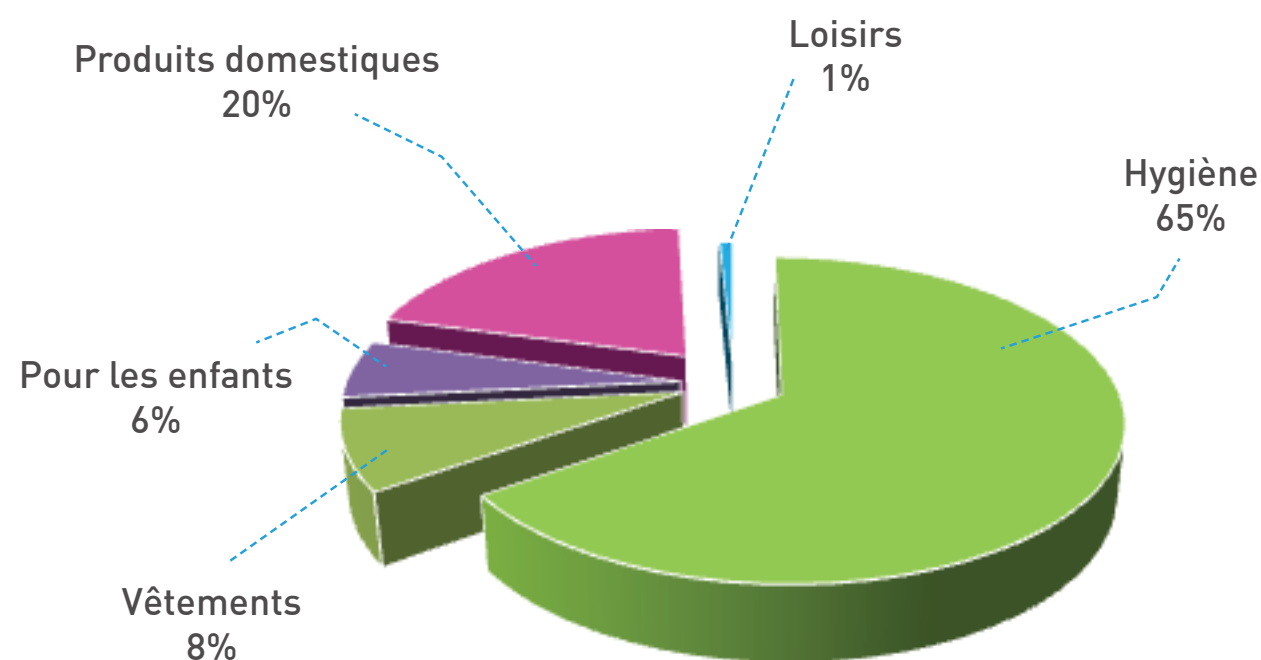
➤ Goods to Give et les donateurs de produits

Grâce à l'évolution constante des partenariats existants et grâce aux nouvelles coopérations avec les donateurs de produits, 2015 fut une année de forte croissance pour Goods to Give.

Les partenariats avec de grandes entreprises comme P&G et Henkel ont pris leur envol en 2015, ce qui nous a permis de redistribuer des produits à plus grande échelle. L'hygiène reste de loin la catégorie la plus importante dans laquelle G2G est active au niveau redistribution et la gamme de produits dans ce secteur a été considérablement élargie.

Dans l'intervalle, les collaborations avec Beiersdorf et L'Oréal ont été pérennisées et approfondies, notamment en mettant sur pied des actions spéciales ensemble, durant lesquelles leurs produits étaient redistribués.

➤ Les produits redistribués par G2G par catégorie



G2G redistribue principalement des produits pour l'hygiène personnelle et le ménage.

➤ Faire un don de produits à Goods to Give

1. Pourquoi les entreprises font-elles des dons ?

Donner une vie aux surplus. Eviter les déchets, faire des économies sur les frais liés à la destruction et libérer de l'espace de stockage. Diminuer l'émission de CO2.

Par le biais d'un seul partenaire social, vous atteignez 250 organisations sociales efficaces dans la lutte contre la pauvreté et l'exclusion sociale.

Un gain de temps: toutes les demandes de dons sociaux, vous pouvez les orienter vers Goods to Give. Les organisations sociales y gagnent: elles bénéficient de produits offerts par vous à Goods to Give, dans les quantités souhaitées et à la date de leur choix.

Un professionnalisme solidaire: l'entreprise logistique, XPO Logistics, se charge de l'entreposage efficace et d'une redistribution fluide, en collaboration avec l'équipe de travailleurs rémunérés de G2G.

Vous savez où atterrissent vos produits: Goods to Give garantit un rapportage transparent et périodique de la redistribution.

2. Comment les entreprises font-elles des dons ?

1. Vous avez au moins 1 palette de produits (elle peut être hétérogène: ex. surplus, matériel de promotion) que vous souhaitez offrir à Goods to Give.
2. Contactez Isaline Desclée, la coordinatrice de Goods to Give, au 02/737.67.33, ou via isaline.desclee@goodstogive.be. Moyennant accord au sujet du don, nous planifions une date de livraison dans notre dépôt à Anvers (XPO Logistics).
3. Les produits offerts sont immédiatement intégrés dans le site web de Goods to Give et mis à disposition des 250 organisations sociales partenaires.
4. Les organisations sociales choisissent via le site web les produits dont elles ont besoin. Ceux-ci peuvent être soit livrés, soit repris au dépôt.
5. Vos produits sont redistribués par les organisations sociales aux personnes qui en ont vraiment besoin.
6. Les entreprises donatrices reçoivent de la part de Goods to Give un rapport sur les destinations finales de leurs dons.



➤ Zoom sur certains de nos donateurs de produits



Avec **9 donations**, leurs produits ont aidé plus de **77.000 bénéficiaires** via **90 organisations sociales**. Produits les plus appréciés: langes, dentifrices et lessives.



Avec **11 donations**, leurs produits ont aidé plus de **48.000 bénéficiaires** via **75 organisations sociales**. Produits les plus appréciés: shampoings, produits pour bébés et gels douche.



Avec **6 donations**, leurs produits ont aidé plus de **45.000 bénéficiaires** via **65 organisations sociales**. Produits les plus appréciés: maquillage, shampoings et parfums.



Avec **6 donations**, leurs produits ont aidé plus de **37.000 bénéficiaires** via **64 organisations sociales**. Produits les plus appréciés: multi-usages, gels wc et savons pour les mains.

"Chez P&G, en 2015, nous avons opté pour la redistribution exclusive des dons solidaires de produits par le biais de Goods to Give. Ainsi, nos dons couvrent une zone plus vaste et ont un impact plus important. Les organisations sociales qui nous demandent des dons sont orientées vers Goods to Give, où elles reçoivent une part honnête des produits spécifiques dont ils ont besoin dans les quantités voulues. Nous sommes ravis de pouvoir aider et rendre heureuses des personnes en Belgique via Goods to Give, grâce à nos produits."

Inge Debacker, Corporate Communications Manager P&G Belgium



"Grâce à notre soutien à Goods to Give, nous pouvons faire la différence en apportant une contribution sociale avec nos dons de produits Henkel, qui répondent aux besoins élémentaires de celles et de ceux qui en ont le plus besoin."

Paul Vetter, Executive Committee Sponsor of Henkel's Sustainability Council in the Benelux and General Manager Laundry & Home Care Benelux



Deux actions spéciales, regardées de plus près

➤ La première collecte B2S en collaboration avec AIG

Le concept de la collecte B2S ("Business to society collection") est simple: une entreprise souhaite également apporter sa pierre sociale à la société via Goods to Give, en donnant des produits. Mais elle ne dispose pas elle-même de ce qu'elle voudrait offrir. En lieu et place de ceci, les travailleurs de cette entreprise achètent eux-mêmes de nouveaux produits, choisis à l'avance avec soin et minutie, pour répondre aux besoins les plus urgents, au bénéfice des organisations sociales.

La première collecte B2S a été organisée par Goods to Give durant l'été 2015, via la compagnie d'assurance AIG. Etant donné la période de l'année et le besoin impressionnant de matériel scolaire, les travailleurs d'AIG pouvaient acheter des cartables ou du matériel scolaire, destinés aux enfants les plus démunis. AIG a elle-même complété les volumes de la collecte auprès des employés.

Le 1 septembre, 77 cartables ont été distribués via G2G aux organisations sociales qui accompagnent les enfants scolarisés. Une action solidaire concrète et pleine de sens pour toute entreprise et ses employés !



➤ Action réfugiés avec P&G et L'Oréal

En cas de crise humanitaire, les personnes en situation de précarité ont un besoin urgent de produits non-alimentaires. Goods to Give est en mesure de réagir immédiatement.

Ainsi, lors de la crise des réfugiés de l'automne 2015, Goods to Give a mené une action de redistribution spéciale en collaboration avec Procter & Gamble. Par le biais de Fedasil et du Samu social, 2103 boîtes, contenant 25.578 produits d'hygiène, ont été redistribuées parmi les réfugiés récemment arrivés, pour une valeur totale de €75.042.



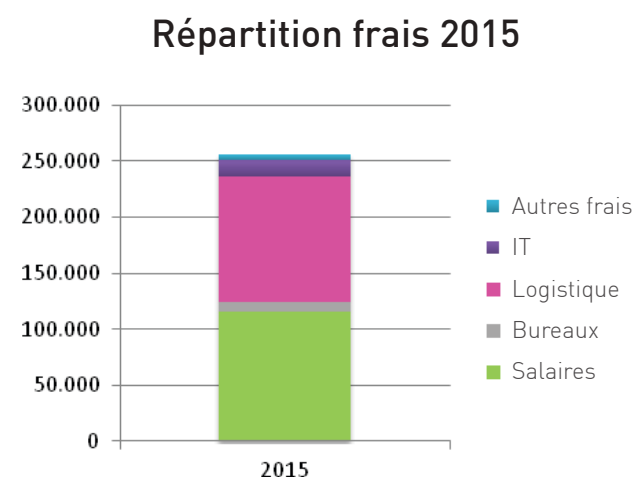
➤ Goods to Give et ses mécènes fondateurs

Les dons financiers permettent à Goods to Give d'assurer une partie des frais de fonctionnement au quotidien. Plusieurs entreprises se sont engagées à soutenir financièrement Goods to Give et ont donc permis à l'ASBL de développer une organisation professionnelle.

Ces dons constituent un peu moins de la moitié (48,9%) du budget de Goods to Give pour 2015. La plus grosse partie du budget annuel est couverte grâce à l'autofinancement, ce qui prouve clairement que nous sommes sur la bonne voie, étant donné que ceci représente une croissance considérable par rapport à 2014 (à l'époque 27% du budget était autofinancé, en comparaison avec les 51,1% en 2015).

92% du budget est directement consacré à la mission sociale de la redistribution, ce qui souligne clairement l'orientation et la structure efficace de Goods to Give.

Durant les prochaines années, Goods to Give continuera à s'appuyer sur des donations financières et elle souhaite dès lors garantir l'efficacité financière de l'organisation en toute transparence. En 2015, le budget opérationnel total de l'organisation était de €263.402. Les frais opérationnels de l'organisation se répartissent comme suit:



Budget annuel	2015
DEPENSES	263.402
Salaires	115.086
Bureaux	9.028
Logistique	111.725
IT	14.622
Autres frais	5.462
RECETTES	259.491
Partenaires financiers	128.875
Autofinancement	130.616
Ratio du budget allant directement à la mission	
92%	

➤ Pourquoi accompagner Goods to Give par un mécénat financier?

- Votre don nous permet de couvrir les frais de la redistribution de produits neufs et invendus aux personnes vivant dans la précarité et se trouvant en situation d'exclusion sociale. **Chaque euro offert à Goods to Give équivaut à une redistribution de €10 de produits dans ce combat pour plus d'inclusion sociale.**³
- Via cette redistribution, votre don contribue à une société plus durable. Dans le cas contraire, une grosse partie des produits redistribués par Goods to Give seraient détruits. Un don financier nous permet entre autres de leur donner une vie.
- Vos dons durables ont un impact sur vos collaborateurs. Une entreprise ayant un impact social et écologique positif, procure à ses travailleurs une source complémentaire de fierté et de sens.

➤ Où vont exactement vos dons à Goods to Give?

- Vous pouvez devenir mécène fondateur en apportant votre contribution financière pour la gestion quotidienne de Goods to Give durant plusieurs années.
- Vous pouvez financer un projet spécifique, comme par exemple la mise à jour du site web de Goods to Give, une campagne de communication pour les dons de produits, ou une collecte dans votre entreprise.
- Vous pouvez également assurer le financement d'actions de distributions spéciales. Plusieurs fois par an, Goods to Give distribue gratuitement des milliers de colis cadeaux lors de fêtes comme la Fêtes de Mères, la Fête des Pères et Noël.

En 2015, les mécènes fondateurs existants ont été rejoints par le Groupe GBL, qui a également décidé de s'engager pour Goods to Give. Nous les en remercions cordialement.



³ Le budget annuel de €263.402 nous a permis de redistribuer des produits pour une valeur totale de €2.588.378. Il y a donc clairement un effet levier avec facteur 10.

« Si Partena a accroché directement le wagon de G2G, c'est parce que l'idée de créer une plateforme sécurisée, professionnelle, transparente et orientée « terrain » nous semblait une excellente approche. Par ailleurs, dans notre environnement quotidien, nous sommes en contact à la fois avec des entreprises susceptibles d'être des deux côtés de la porte (donatrices ou demanderesses) mais aussi avec des personnes précarisées auxquelles nous pouvons apporter une piste de solution complémentaire en les orientant vers les organismes agréés par G2G. Les entreprises Partena entendent jouer un rôle sociétal ; c'est inscrit dans leurs valeurs. Et nous étions certains qu'en passant par un intermédiaire structuré, nous pourrions apporter notre pierre à l'édifice. Les réalisations engrangées nous démontrent le bien-fondé de la démarche.

Que le succès perdure, même si, dans un monde idéal, ce type de structure ne devrait pas exister. La réalité est cependant toute autre ! »

Pascal Courard, CEO Partena Group

Nous souhaitons également remercier tout particulièrement g+ (europe) et Funds For Good pour leurs dons, qui ont été destinés à des actions spéciales.



Goods to Give répond-elle à ce vous attendiez d'un mécénat financier?

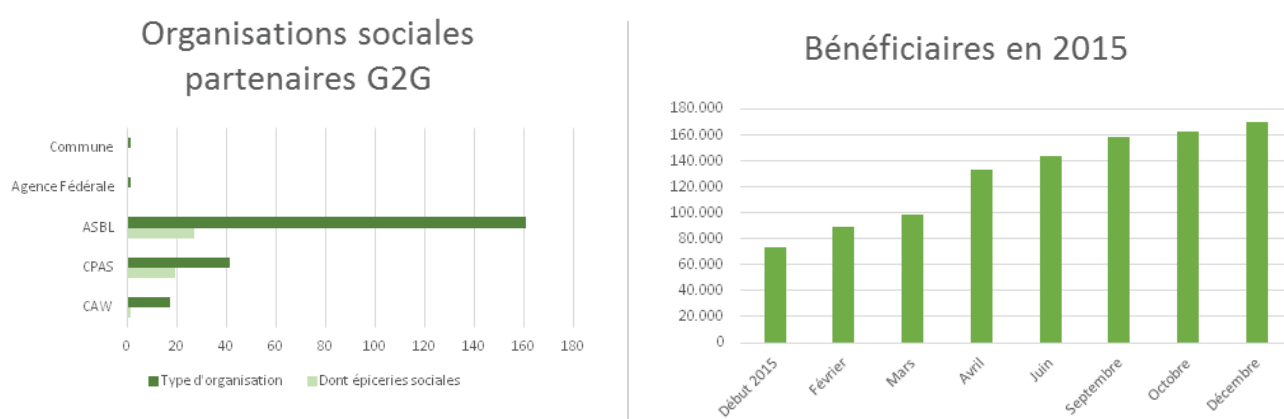
Dans ce cas, adressez-vous à
Dominique de Ville (Co-Président de l'ASBL):
 icode@skynet.be - 0496 56 95 20
ou à Isaline Desclée:
 isaline.desclée@goodstogive.be - 0477 86 52 52



➤ Répartition des organisations sociales partenaires par activité

En 2015, Goods to Give a élargi considérablement son réseau d'organisations sociales en Belgique. Fin 2015, 221 associations actives dans la lutte contre la pauvreté et l'exclusion sociale en Belgique ont pu commander des produits neufs via le site web de Goods to Give. Elles ont ainsi pu apporter une aide matérielle à 170.000 bénéficiaires.

En dehors de toute forme organisationnelle, de statuts, d'activités ou de dimensions, le dénominateur commun de toutes ces organisations est la lutte contre la pauvreté et l'exclusion sociale. Cette aspiration est par ailleurs l'exigence principale pour pouvoir adhérer à Goods to Give.



En 2015, Goods to Give a organisé sept comités d'engagement, permettant à 118 organisations sociales de rejoindre son réseau de distribution et de desservir 100.000 personnes supplémentaires.

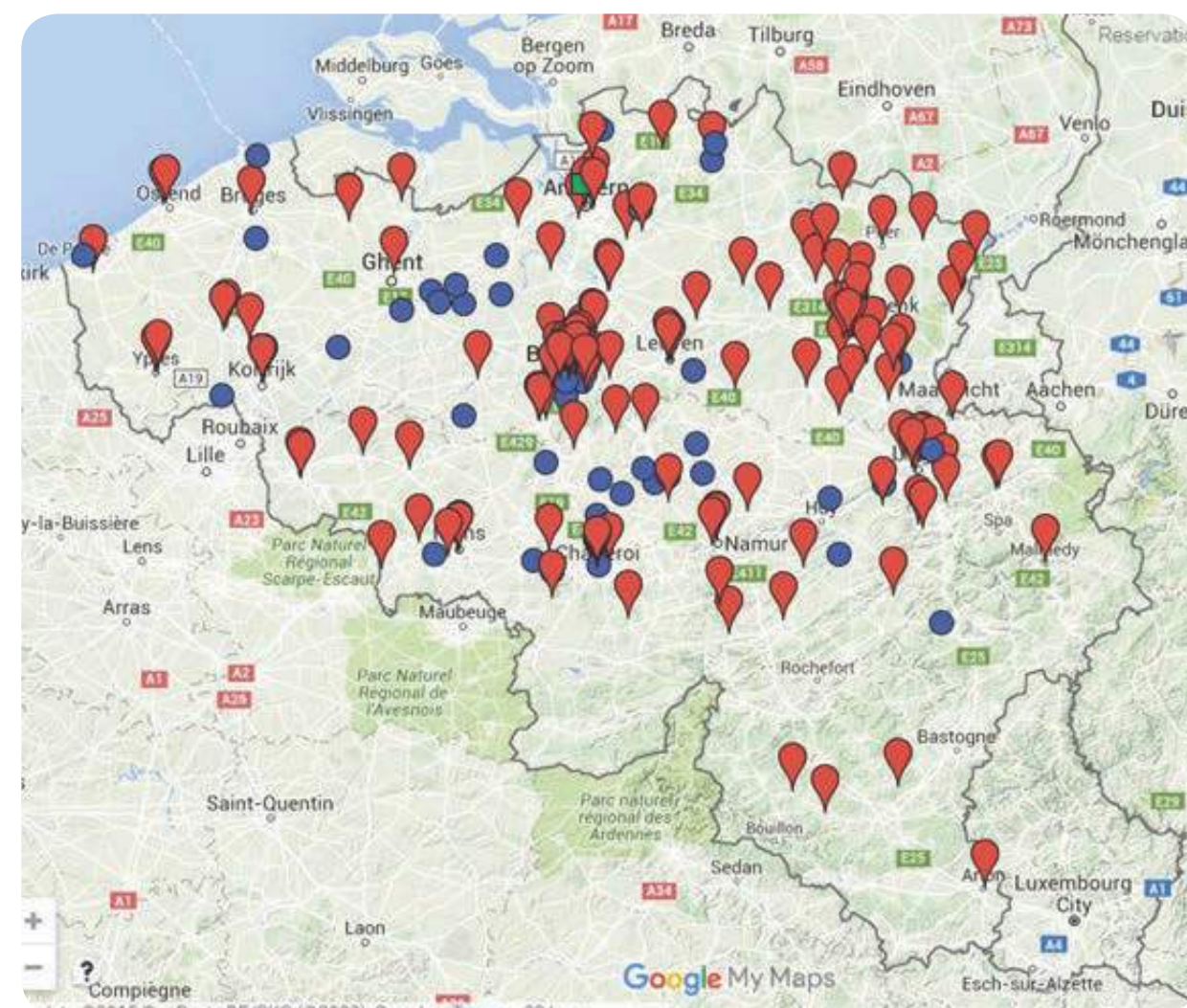
"Les produits de G2G permettent de rétablir la dignité de personnes vulnérables qui vivent totalement isolées, physiquement et psychologiquement."

Martine Ome, Présidente de l'asbl ANAMA, Tournai.



Pour pouvoir adhérer à Goods to Give, les organisations sociales ne doivent pas uniquement être actives dans la lutte contre la pauvreté et l'exclusion sociale. Le "droit à l'accès" des bénéficiaires à l'organisation partenaire doit être limitée aux personnes ayant vraiment besoin d'une aide matérielle.

Il est également important pour Goods to Give que le soutien dont bénéficient ces personnes ne se limite pas à recevoir des produits non-alimentaires mais qu'elles soient aussi accompagnées. Fin 2015, Goods to Give comptait un réseau de 221 organisations sociales partenaires, qui répondent au mieux à ces critères et qui sont réparties comme suit le territoire belge:



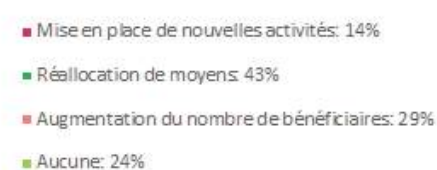
Les organisations sociales partenaires de Goods to Give sont réparties sur toute la Belgique. La liste exhaustive des partenaires actuels peut être consultée sur: <http://www.goodstogive.be/frbe/notre-reseau>

Chaque organisation associée reçoit la visite de Goods to Give afin de vérifier le respect de la convention signée entre les deux parties. Ces visites permettent notamment à Goods to Give d'entretenir une communication constante avec les organisations sociales et le contact avec le terrain. Les services sociaux de Goods to Give peuvent aussi être évalués et optimisés en interrogeant son réseau d'organisation:

Niveau de satisfaction globale de nos partenaires organisations sociales



Impact de G2G sur les organisations sociales partenaires



Résultats d'une enquête menée par Goods to Give auprès de ses organisations sociales partenaires entre juin et septembre 2015, pour mesurer la satisfaction et l'impact du partenariat. 87% des répondants nous ont par ailleurs communiqué qu'ils avaient déjà recommandé Goods to Give à d'autres organisations sociales ou associations.

En sus de ses activités classiques, Goods to Give organise également des actions spéciales pour la Fête de Mères, la Fête de Pères, la Rentrée des Classes et les fêtes de fin d'année.

En 2015 Goods to Give a été particulièrement active dans ce domaine. Des colis cadeaux spécifiques ont été composés à l'occasion de 5 dates clés:

1. Action Nouvel An Beiersdorf: le personnel de Beiersdorf a composé 70 kits hygiène pour une valeur marché de €14.000.
2. Action Fête des Mères: distribution de 1635 colis cadeaux spécialement composés pour les mamans, d'une valeur totale de €196.170.
3. Action Fête des Pères: distribution de 1404 cadeaux pour les papas (parfum pour hommes), d'une valeur totale de €52.556.
4. Action Rentrée AIG: distribution de 77 kits complets pour enfants scolarisés.
5. Action fêtes de fin d'année: distribution de plus de 2000 colis cadeaux, dont 466 pour hommes et 1600 pour femmes.



> Gestion de Goods to Give

> Les KPI's

Goods to Give évalue en permanence son propre fonctionnement à l'aide de certains indicateurs clés de performance. Ceux-ci nous permettent de contrôler avec exactitude nos principaux choix de gestion pour pouvoir y prêter attention:

Taux d'autofinancement	51%
Valeur redistribuée par employé	974.594
Frais RH / Valeur redistribuée	4%
Coûts opérationnels /Valeur redistribuée	10%

Les KPI's de Goods to Give nous indiquent que la valeur redistribuée des produits est très élevée par rapport aux coûts, preuve d'une excellente efficacité financière.

> L'équipe chargée de la gestion au quotidien

En 2015, l'action de Goods to Give a été pérennisée notamment en introduisant une équipe de collaborateurs stables. Il y avait 3 employés pour 2,5 équivalents temps plein (ETP), organisés à ce jour comme suit:



Isaline Desclée / Directrice
Gestion et coordination générale
Gestion des partenariats avec les entreprises donatrices



Fanny Ollivier
Responsable du réseau associatif
Gestion logistique
Gestion IT



Simon De Koster
Organisations partenaires néerlandophones
Contact avec les entreprises donatrices
Soutien administratif

Notre efficacité, nous la devons également au professionnalisme et à la disponibilité de nos mécènes de compétences. Nous les en remercions sincèrement!

- > Conseil juridique - Avocats MCW
- > Conseil en Communication - Interel
- > Traduction - Fines S.A.
- > Comptabilité - Ernst & Young
- > Etude de marche - Velocitas



> Conseil d'Administration

Le Conseil d'Administration compte 9 membres, se réunit 4 fois par an et est responsable de l'ASBL.

- | | |
|---------------------------------|-----------------------------------|
| > Michel Eeckhout | Co-Président |
| > Dominique de Ville | Co-Président |
| > Jacquelin d'Oultremont | Secrétaire |
| > Matthieu Soubry | Comité de Rémunération |
| > Laurent Paul Van Steirtegem | Comité de Communication |
| > Luc Vlaminck | Comité Financier |
| > Nathalie de T'Serclaes | Organisations sociales |
| > Jacques Etienne de T'Serclaes | "Agence du Don en Nature", France |
| > Stéphanie Goujon | "Agence du Don en Nature", France |

➤ Advisory Board

La première réunion de l'Advisory Board de Goods to Give a eu lieu à Tervueren, le 26 octobre 2015. Les membres du conseil, ayant une expertise poussée dans le monde des entreprises, y ont prodigué des conseils à Goods to Give afin qu'elle puisse réaliser tous ses défis sur le moyen et le long terme. La deuxième réunion de ces conseillers, prévue pour 2016, assure une cohérence et une continuité de la vision.

Le comité de conseil est composé des membres suivants:

- > William Blomme, CFO GBL
- > Paul Buysse, président et administrateur de sociétés
- > Pascal Courard, CEO Partena Group
- > Sabine de Béthune, Députée du Parlement flamand et sénatrice
- > Philippe de Buck, anc. CEO Business Europe
- > Bruno de Cartier, CEO Corelio Group
- > Gérard de Laminne, anc. Secrétaire-Général de Comeos
- > Michel Delbaere, CEO Crops SA
- > Victor Delloye, Administrateur GBL, Secrétaire-Général CNP
- > Charles du Parc, Directeur Private Banking ING
- > Pascal Léglise, Quality and Sustainable Development (CSR) Director, Carrefour Belgium
- > Luc Martens, Président WSG
- > Stefan Sablon, avocat associé fondateur Dumon, Sablon & Vanheeswijck
- > Thierry Smets, CEO Puilaetco Dewaay Private Bankers
- > Jean David Thiebaut, Directeur Stratégie Samsung
- > Michel Tilmant, Administrateur de sociétés, Président de CapitalAtWork
- > Thierry Vander Haegen, Chef d'entreprise, anc. CEO BABM
- > Jean-Luc Vanraes, membre du Parlement bruxellois, Président du CPAS d'Uccle
- > Roland Vaxelaire, CEO Responsibility Management

Un comité exécutif se réunit toutes les 6 semaines, composé de membres de la gestion journalière, des membres de l'Advisory Board et des membres du conseil d'administration, caractérisant la bonne entente entre l'équipe permanente et le conseil d'administration et la forte implication du comité de direction dans le fonctionnement journalier de Goods to Give.



Une organisation partenaire vient chercher sa commande au dépôt de G2G à Anvers.

➤ Perspectives de Goods to Give pour 2016

En 2015, la redistribution de produits par le biais de Goods to Give a pris son envol, avec plus qu'un doublement du volume des produits redistribués en valeur marchande. L'objectif de Goods to Give est de poursuivre sur sa lancée en 2016 et de réaliser une croissance de ses activités de 30%.

Les principaux défis et projets pour 2016, qui devraient nous permettre de réaliser cette croissance de 30%:

En externe:

- Continuer à focaliser sur les dons de produits. Augmenter le volume et élargir la gamme de produits, est le chemin le plus court vers la réalisation de notre objectif principal.
- Entretenir et développer les partenariats existants et lier de nouveaux donateurs à Goods to Give.
- Les dons de produits auprès des entreprises non-productrices, par le biais de la Collecte B2S, Business to Society.
- Pérenniser les partenariats financiers.

En interne:

- Optimisation du processus logistique afin de pouvoir traiter les dons de vrac.
- Améliorer notre renommée auprès des organes de prise de décision dans les entreprises, par le biais d'une campagne de communication ciblée.
- Améliorer notre site web.
- Développer le capital humain de Goods to Give par le biais d'un recrutement et d'une formation ciblés.
- Continuer d'accroître notre taux d'autofinancement.

Au niveau social:

- Assister les organisations qui ont du mal à commander via le site web de Goods to Give.
- Créer un réseau de volontaires pour pouvoir atteindre plus facilement les organisations sociales et être encore plus proches du terrain.
- Compléter les premiers partenariats sociaux au Luxembourg.



“Goods to Give augmente son impact chaque année, grâce à la collaboration avec ses partenaires”



Goods to Give en juin 2016

260 

ORGANISATIONS SOCIALES AIDÉES
CPAS • ÉPICERIES SOCIALES • ASBL

200,000

PERSONNES FRAGILISÉES AIDÉES



310 ^{TONNES} 
DE DESTRUCTION DE
PRODUITS/DÉCHETS ÉVITÉS

3.000.000 €
DE PRODUITS REDISTRIBUÉS
CETTE ANNÉE



CAPACITÉ DE STOCKAGE DE

600 



365/24/7

7 PARTENAIRES EN
COMPÉTENCE

AIR B2B • AT KEARNEY • E&Y • FINES
INTEREL • MCW • VELOCITAS



18 ENTREPRISES
DONATRICES

BEIERSDORF • BELGO CONCEPT • BIC • CARREFOUR
COCA-COLA • DECATHLON • ECOVER METHOD
HENKEL • L'ORÉAL • MAXI TOYS • MELITTA • ONTEX
PATCH PHARMA • P&G • SC JOHNSON
SEB • TOTAL • WHIRLPOOL

6 PARTENAIRES FINANCIERS
MEMBRES FONDATEURS

CORELIO • PUILAETCO DEWAAY • PARTENA
CAPITAL@WORK • FONDATION CARREFOUR • GBL



Mai 2016 - Design: www.iamt.be

Follow us on   www.goodstogive.be

GOODS TO GIVE

Siège social: Rue des Pères Blancs 4 - 1040 Bruxelles
Téléphone: 02 737 67 33 - Numéro BCE: 0.842.157.958