



# Een donatie die telt.

IMPACTVERSLAG 2025



NASCI, dienstencentrum voor  
het kind in Schaarbeek - 2025

# Inhoudstafel

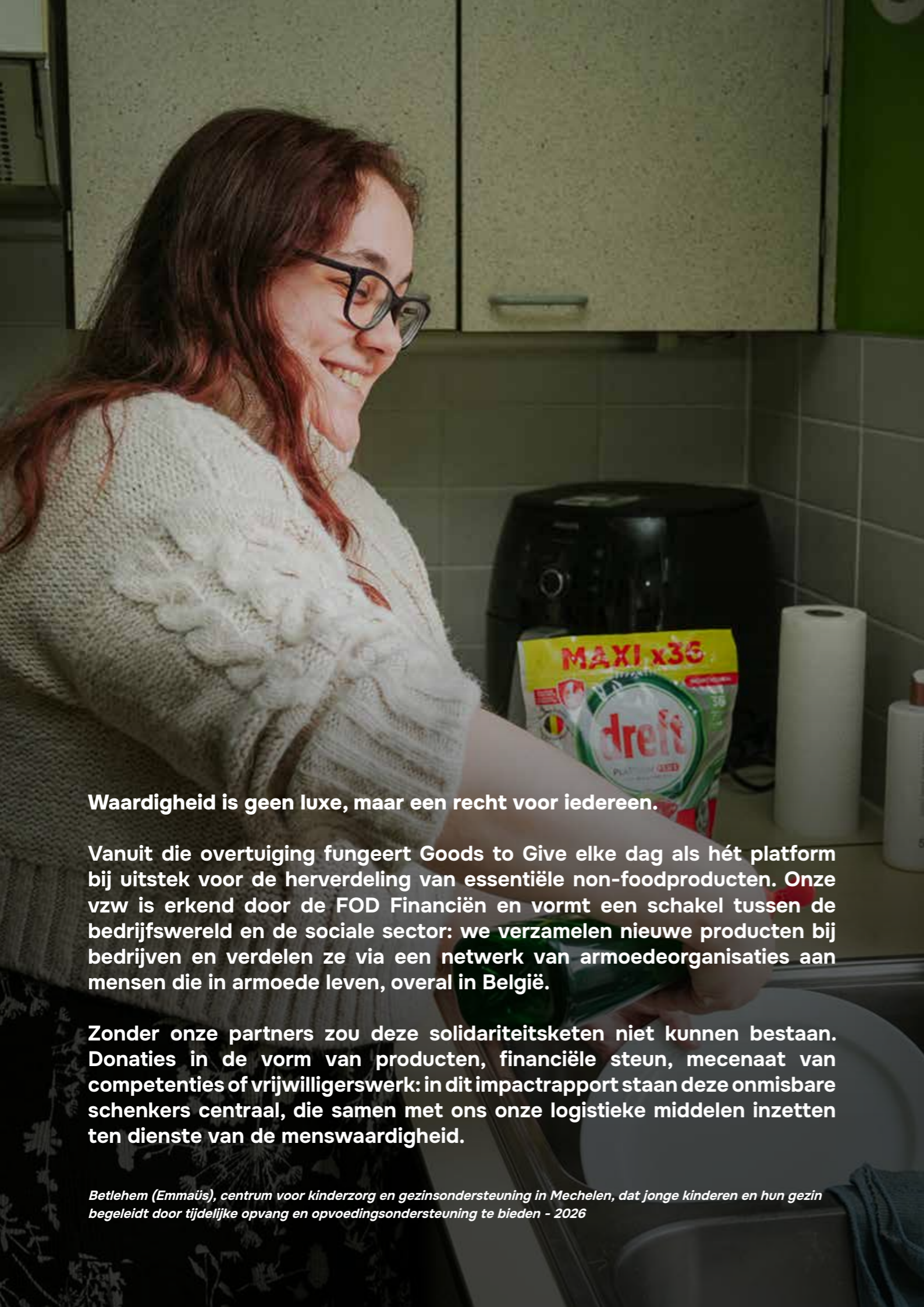
---

2025 in één oogopslag	3
Interview met de voorzitter en de algemeen directeur	4
Over ons	6
Onze 5 engagementen	7
Een donatie die noden verlicht	8
Een donatie met impact	11
Een donatie voor een zorgeloze start van het schooljaar	12
Een donatie die verbindt	14
Een doelgerichte donatie	20
Een donatie die het verschil maakt	24
Een donatie die goed doet	28
Een donatie met een stevige basis	30
Een donatie die meetelt	31
Een donatie die energie geeft	32
Een goed omkaderde donatie	34

---



Cover: Sociaal Winkelpunt,  
sociale kruidenier in Deurne - 2019



Waardigheid is geen luxe, maar een recht voor iedereen.

Vanuit die overtuiging fungeert Goods to Give elke dag als hét platform bij uitstek voor de herverdeling van essentiële non-foodproducten. Onze vzw is erkend door de FOD Financiën en vormt een schakel tussen de bedrijfswereld en de sociale sector: we verzamelen nieuwe producten bij bedrijven en verdelen ze via een netwerk van armoedeorganisaties aan mensen die in armoede leven, overal in België.

Zonder onze partners zou deze solidariteitsketen niet kunnen bestaan. Donaties in de vorm van producten, financiële steun, mecenaat van competenties of vrijwilligerswerk: in dit impactrapport staan deze onmisbare schenkers centraal, die samen met ons onze logistieke middelen inzetten ten dienste van de menswaardigheid.

*Betlehem (Emmaüs), centrum voor kindercare en gezinsondersteuning in Mechelen, dat jonge kinderen en hun gezin begeleidt door tijdelijke opvang en opvoedingsondersteuning te bieden - 2026*

CIJFERS OM TE ONTHOUDEN

## 2025 in één oogopslag

€10,6 milj.  
aan marktwaarde  
van herverdeelde  
non-foodproducten

1,1 milj.  
herverdeelde  
non-foodproducten

601  
aangesloten  
armoedeorganisaties

472 k  
mensen die steun  
kregen via ons  
partnernetwerk

55  
productpartners



Inhuuldiging van ons magazijn bij Soditra Logistic in Nijvel - 2024

# Interview met de voorzitter en de algemeen directeur

Een gezamenlijke visie die verder kijkt dan de cijfers. In dit dubbelinterview ontrafelen **Dominique de Ville** en **Remco Ruiter** samen de uitdagingen van Goods to Give. Ze blikken terug op een jaar vol grote vraagstukken en schetsen de grote lijnen van een toekomst waarin solidariteit en efficiëntie hand in hand gaan, zodat waardigheid voor iedereen binnen handbereik is.

**Wat waren volgens jullie voor Goods to Give dé mijlpalen en successen, maar ook de grootste uitdagingen van 2025?**

**DdV:** Wat mij vooral blijft, is de strategische beslissing om onze ruggengraat te versterken. Eind 2024 was de werkdruk voor ons team van 7 mensen te hoog. In 2025 hebben we het personeelsbestand uitgebreid naar 9 medewerk(st)ers. Een gewaagde maar noodzakelijke financiële investering: hiermee kan elke cruciale functie weer het beste van zichzelf geven en krijgt het team zijn creatieve daadkracht terug zodat het meer kan dan enkel dagelijks beheer. Op die manier leggen we een stevige basis voor de toekomst.

**RR:** In 2025 scherpten we onze strategische koers aan. Qua successen is het team groter geworden en belangrijke nieuwe partners, zoals Haleon, hebben zich spontaan bij ons aangesloten. We schroefden ook de dialoog met de mensen op het terrein op via onze ontbijtsessies met verenigingen en een avondevenement met de hele gemeenschap van Goods to Give. Tegelijkertijd kenden we met de IT-migratie een intensieve digitale transformatie. Dit project mag dan wel veel energie hebben gekost, het was essentieel om onze processen te moderniseren. Nu zijn we met onze efficiënte structuur klaar om nog sneller onze impact te vergroten.

**Al meer dan 13 jaar fungeert Goods to Give als schakel tussen bedrijven en armoedeorganisaties. Wat maakt jullie vandaag zo uniek en geloofwaardig voor jullie partners?**

**DdV:** Onze kracht ligt in een pragmatische aanpak: we bieden donerende bedrijven gratis een efficiënte

logistieke oplossing die volledig aansluit op hun eigen strenge normen. Als professionele en transparante vertrouwenspartner nemen we de operationele belemmeringen voor donaties weg. Precies dat vermogen om solidaire voornemens te vertalen in een vlotte en veilige logistieke stroom versterkt onze geloofwaardigheid op lange termijn bij zowel de privésector als armoedeorganisaties.

**De privésector wordt sterk aangemoedigd om overschotproducten te beperken. Hoe speelt Goods to Give op deze evolutie in om haar sociale impact te behouden?**

**DdV:** Er wordt gestreefd naar 'nul overschotten' en dat is een terechte ambitie, maar de manier waarop een onderneming met die overschotten omgaat, zegt ook veel over haar maatschappelijk engagement. We hebben het dan niet over discounters, waar de vernietigingen niet te rijmen vallen met echte CSR-ambities. Goods to Give laat zien dat doneren veel meer is dan zomaar wat voorraadbeheer: het is een maatschappelijke keuze die lokale gemeenschappen rechtstreeks ondersteunt.

**RR:** Onze producten komen uit zoveel mogelijk verschillende bronnen om onze impact op lange termijn veilig te stellen. Naast de gebruikelijke inzameling van onverkochte artikelen onderzoeken we ook andere mogelijkheden, zoals solidaire aankopen of de donatie van producten via marketingacties van partnerbedrijven. Door aan te moedigen om ook commerciële voorraden te schenken, krijgen we extra middelen om grotere hoeveelheden te kunnen verdelen en aan de toenemende vraag te voldoen.

**Onlangs werden nieuwe regels ingevoerd voor de toekenning van werkloosheidsuitkeringen. Welk effect zullen die volgens jullie hebben op de vraag vanuit armoedeorganisaties?**

**RR:** Het is nog te vroeg om de precieze gevolgen van deze hervorming in kaart te brengen, maar de bezorgdheid is reëel. Naar schatting zo'n 180 000 mensen zouden hierdoor getroffen kunnen worden. Als de armoede-indicatoren verslechteren, worden

alleenstaande moeders en hun kinderen het hardst geraakt. En als die vrees werkelijkheid wordt, zal de vraag naar materiële hulp aanzienlijk toenemen waardoor onze acties nog dringender worden.

**Merken jullie een evolutie in het engagement van bedrijven om een maatschappelijke impact te creëren?**

**DdV:** Er is een onomkeerbaar bewustwordingsproces op gang gekomen: bedrijven kunnen niet langer onverschillig blijven voor de maatschappij waarin ze actief zijn. Hun klanten en personeelsleden verwachten oprecht engagement. Het is geen optie meer om alleen maar waarde te willen creëren: wie vastgeroest zit in achterhaalde denkpatronen, kan worden bestempeld als iemand die geen voeling heeft met de uitdagingen van vandaag.

**RR:** De context is complex: de ambities op het gebied van duurzaamheid nemen gas terug en voorraadbeheer wordt tot het uiterste geoptimaliseerd, wat onze taak er niet gemakkelijker op maakt. De motor van Goods to Give blijft echter het menselijke contact. Onze ambassadeurs bij onze partners zijn onze beste bondgenoten. Het engagement kan alleen maar toenemen als de maatschappelijke impact in de algemene strategie van de bedrijven een volwaardig hoofdstuk en geen ondergeschikt thema is.

**Wat zou Goods to Give nodig hebben om binnen drie jaar een grotere impact te hebben?**

**DdV:** Gewoon ... producten! Er blijft een enorme kloof bestaan tussen wat we herverdelen en de werkelijke overschotten in België. Het is onze uitdaging om elk bedrijf te laten weten dat er een veilige en kosteloze oplossing bestaat voor hun onverkochte voorraden. Nu moeten we onze naamsbekendheid uitbreiden naar nieuwe gemeenschappen van donateurs zodat we zoveel mogelijk kunnen inzamelen.

**Welke verhalen uit de praktijk hebben dit jaar de diepste indruk nagelaten bij jullie?**

**DdV:** Dat er geen zekerheden meer zijn. We leven in een wereld waarin zelfs de overheidsstructuren aan het wankelen zijn. We geven het niet graag toe, maar armoede is dichterbij dan we denken. Dat is een alarmsignaal: in zo'n onstabiele situatie vormt het engagement van de bedrijven de onmisbare basis om de sociale cohesie te herstellen.

**RR:** De gezichten achter de cijfers. Ik denk dan terug aan een moeder van twee tieners voor wie gewoon op een waardige manier 'boodschappen doen' al elke dag een strijd is. Haar verhaal drukt ons nog maar eens met de neus op de feiten: onze missie is dringend, want het gebrek aan empathie in de samenleving is soms groot. Meer dan ooit moeten we solidariteit hoog in het vaandel dragen zodat ook de kwetsbaarsten in onze maatschappij zich gesteund en gerespecteerd voelt.



Remco Ruiter, algemeen directeur, en Dominique de Ville, voorzitter van Goods to Give - 2026

# Over ons

Sinds 2013 zet de vzw Goods to Give zich in om materiële deprivatie en sociale uitsluiting in België te bestrijden.

**Onze visie** – Waardigheid is geen luxe, maar een recht voor iedereen.

**Onze missie** – Via donaties en solidaire aankopen een schakel vormen tussen de bedrijfswereld en de armoedeorganisaties om de toegang tot essentiële non-foodproducten voor mensen in armoede te verbeteren.

## Onze actiepijlars



**1. Waardigheid en re-integratie ondersteunen** – Toegang bieden tot nieuwe basisproducten om het dagelijkse leven te verlichten en het zelfvertrouwen te herstellen.



**2. De sociale sector versterken** – De belangrijkste behoeften van onze meer dan 600 partnerorganisaties in kaart brengen om hen gerichte logistieke en materiële hulp te bieden.



**3. Het CSR-beleid van bedrijven ondersteunen** – Dankzij ons kunnen bedrijven hun onverkochte goederen op een maatschappelijk verantwoorde manier herverdelen en wij zorgen ervoor dat ze altijd bij de eindbegunstigden terechtkomen.



**4. De natuur en het milieu beschermen** – Verspilling van non-foodproducten tegengaan door ze opnieuw op te nemen in een cyclus waarin ze ook daadwerkelijk worden gebruikt.

## Bijdragen aan de wereldwijde doelstellingen

Goods to Give zet zich in voor 4 van de 17 Duurzame Ontwikkelingsdoelstellingen van de Verenigde Naties, die zijn vastgelegd om tegen 2030 de meest dringende uitdagingen aan te pakken.



# Onze 5 engagementen

Empathie vormt de rode draad in al onze engagementen. Ze geeft vorm aan onze vijf kernwaarden, die onze strijd tegen armoede in België coherent en doeltreffend maken.

## Solidariteit – Delen gemakkelijker maken

Bij Goods to Give betekent solidariteit dat de bedrijfswereld en de sociale sector elkaar ontmoeten. Het is onze taak om de donatie van beschikbare middelen gemakkelijker te maken, zodat we die ter beschikking kunnen stellen van de minstbedeelden.

## Waardigheid – Zelfrespect waarborgen

De strijd tegen armoede begint bij respect. Wij zijn ervan overtuigd dat toegang tot nieuwe kwaliteitsproducten de waardigheid en het zelfbeeld van iedereen in armoede herstelt.

## Verantwoordelijkheid – Vertrouwen verdienen

Elke donatie is een engagement. Wij zorgen ervoor dat elk product dat ons wordt toevertrouwd uitsluitend wordt gebruikt om de armoede in België terug te dringen, met respect voor de bedoelingen van onze donateurs.

## Efficiëntie – De impact maximaliseren

Alles wat we doen, doen we voor de mensen. We investeren in onze logistieke infrastructuur zodat elke donatie ook echt zinvol wordt gebruikt en tegemoetkomt aan de behoeften van de minstbedeelden.

## Transparantie – Volledige traceerbaarheid garanderen

Duidelijkheid vormt de basis van onze samenwerkingen. We bieden onze partners altijd volledige traceerbaarheid door hen te laten weten welke organisaties precies welke producten hebben ontvangen.



# Een donatie die noden verlicht

## Armoede in België

 **+1,9 milj.<sup>1</sup>**

Belgen, ofwel **16,5%** van de bevolking, lopen het risico op armoede of sociale uitsluiting

 **€1565**

De maandelijkse armoededrempel voor alleenwonenden, een bedrag dat al snel volledig naar de vaste kosten gaat

 **1/10**

van de Belgen bevindt zich in een situatie van ernstige materiële en sociale deprivatie

 **5,1%**

van de Belgen kon door onvoldoende middelen de rekeningen niet tijdig betalen (huur, energie, water ...)

Bij eenoudergezinnen loopt dit percentage op tot 9,6%.

## Sluipende en toenemende kwetsbaarheid

De algemene statistieken tonen tegenover voorgaande jaren dan wel minder armoede, toch verhullen ze een complexere werkelijkheid. Situaties van armoede beperken zich niet tot volledige uitsluiting: ze treffen ook werknemers met een laag loon, eenoudergezinnen, gepensioneerden en studenten.

Het leven wordt steeds duurder en dat brengt veel huishoudens uit balans. Armoede dwingt mensen dan tot hartverscheurende keuzes: zodra de huur en de rekeningen betaald zijn, worden hygiëneproducten een 'aanpasbare variabele' die wordt opgeofferd. In die context is toegang tot nieuwe basisproducten geen luxe, maar cruciaal om waardigheid te bewaren en volwaardig deel uit te maken van de samenleving.

## Kwetsbare profielen in België

- **Eenoudergezinnen (28,1% subjectieve armoede):** dagelijkse afwegingen waarbij de aankoop van een onderhoudsproduct het moet opnemen tegen het welzijn van de kinderen.
- **Alleenstaanden (20,5% subjectieve armoede):** sluipende armoede zonder vangnet, waarbij elke onverwachte gebeurtenis alles kan doen omslaan.
- **Gepensioneerden (12% subjectieve armoede):** een periode van financiële onrust die uit schaamte tot sociaal isolement kan leiden.
- **Studenten:** jongeren die hun basisbehoeften opofferen voor hun studies, een onzichtbare realiteit die hun slaagkansen bedreigt.
- **Aanhoudende uitsluiting:** langdurig werklozen of mensen met een migratieachtergrond, bij wie de toegang tot nieuwe spullen een duidelijk teken van integratie is.

<sup>1</sup> Alle cijfers komen uit de rapporten van Statbel: <https://statbel.fgov.be/nl/themas/huishoudens/armoede-en-levensomstandigheden/risico-op-armoede-sociale-uitsluiting> & <https://statbel.fgov.be/nl/themas/huishoudens/armoede-en-levensomstandigheden/materiele-en-sociale-deprivatie>



**Chantal Hernould,**  
voorzitster van de  
RvB, vzw Tele-Dienst,  
Antwerpen

*“Als erkend voedsel-distributiepunt van de Stad Antwerpen ondersteunt Tele-Dienst jaarlijks bijna 1.000 mensen. De voorbije maanden worden we geconfronteerd met een dubbele druk: terwijl bestaansonzekerheid zich voor veel gezinnen duurzaam installeert, nemen de publieke steunmaatregelen – zowel Europees, federaal als lokaal – drastisch af.*

*De geleidelijke terugtrekking van de overheden op het vlak van materiële noodhulp en opvang van vluchtelingen verhoogt de druk op verenigingen zoals de onze. We zien nieuwe doelgroepen toestromen, vaak doorverwezen door OCMW's die niet langer rechtstreeks aan de vraag kunnen voldoen. In deze context van algemene schaarste wordt het dagelijks een uitdaging om de kwaliteit van onze hulp te behouden.*

*Hier wordt ons partnerschap met Goods to Give van vitaal belang. Terwijl via het Europese programma (tegen materiële deprivatie) geen non-foodproducten meer te krijgen zijn, is het kunnen aanvullen van onze pakketten met douchegel, tandpasta of kwaliteitsvolle menstruatieproducten geen luxe, maar een noodzaak. Zonder deze steun zouden deze essentiële producten eenvoudigweg uit ons aanbod verdwijnen. Goods to Give betekent voor ons meer dan logistieke ondersteuning: het is een essentiële partner om de waardigheid van de gezinnen die wij in het hart van Antwerpen begeleiden te garanderen.”*



**Céline Nieuwenhuys,**  
secretaris-generaal,  
Federatie van de  
Maatschappelijke  
Diensten (FdSS)

*“Sociale diensten staan tegenwoordig steeds meer onder druk. Teams moeten alsmaar complexere situaties aankunnen, maar de menselijke en financiële middelen groeien niet mee. Beeld je maar eens in hoe moeilijk het bijvoorbeeld voor medewerkers van een huisvestingsdienst moet zijn wanneer die geen woonoplossing kunnen bieden aan de mensen die ze begeleiden. Deze kloof tussen opdracht en beschikbare middelen veroorzaakt maar al te vaak frustraties en burn-out bij de medewerk(st)ers van de eerstelijns hulp.*

*In zo'n context hebben de diensten behoefte aan concrete en praktische ondersteuning gebaseerd op vertrouwen – ondersteuning die de administratieve lasten niet vergroot, maar waarmee ze net daar kunnen ingrijpen waar de nood het hoogst is. Initiatieven zoals Goods to Give maken hier echt het verschil. Dankzij deze concrete steun in de vorm van essentiële non-foodproducten hebben de teams die de verdeling van pakketten organiseren ook daadwerkelijk kwalitatieve producten om uit te delen en kunnen ze mensen die het nodig hebben rechtstreeks helpen. Die mogelijkheid om onmiddellijk in te spelen op essentiële noden verlicht zowel het dagelijkse werk van de sociale diensten als de realiteit van de mensen die ze ondersteunen.*

*Goods to Give is geen structurele oplossing voor ongelijkheid. Maar welke dienst is dat wel? De kracht ervan schuilt in de concrete ondersteuning op het terrein en het vermogen om bedrijven en verenigingen met elkaar in contact te brengen en zo een waardevol netwerk van partners te mobiliseren.”*

## Barometer van de noden: meer impact dankzij data

We hebben een Barometer van de noden ontwikkeld om precies aan de verwachtingen van ons netwerk te voldoen. Deze tool combineert de feedback van 600 armoedeorganisaties met de analyse van de

bestellingen in onze solidaire webshop, waardoor we kunnen bepalen welke producten essentieel zijn en onze inzamelacties kunnen richten op wat echt telt voor onze begunstigden.



Noden 2025 | Herverdeeld | % gedekte noden

ELKE DONATIE IS EEN NIEUWE KANS

## Een donatie met impact

€72,6 milj.

marktwaarde van de herverdeelde producten sinds 2013

€10,6 milj.

marktwaarde van de herverdeelde producten in 2025

1,1 milj.

herverdeelde non-foodproducten in 2025

1499

verschillende productreferenties

- 73% hygiëne en verzorging
- 7% alles voor het huis
- 6% schoolmateriaal
- 5,5% onderhoudsproducten
- 5% luiers
- 2% kleding en schoenen
- 1% baby care
- 0,5% sport en speelgoed



OCMW van Sint-Agatha-Berchem - 2018

# Een donatie voor een zorgeloze start van het schooljaar



## Sinds 2016:

€ 321 k

besteed aan de aankoop van schoolmateriaal

409 k

schoolbenodigdheden uitgedeeld aan kinderen in armoede

## In 2025:

57,6 k

schoolbenodigdheden uitgedeeld

161

armoedeorganisaties gesteund

€ 1 geschonken

= € 6 aan schoolmateriaal herverdeeld

In België kampt **13,8%** van de kinderen jonger dan **16 jaar**<sup>2</sup> met materiële deprivatie die het dagelijkse leven beïnvloedt. Achter dat cijfer gaat een harde realiteit schuil: voor deze gezinnen betekent het nieuwe schooljaar eerder financiële stress dan een nieuwe start.

Met de actie 'Back to School' willen we die vicieuze cirkel doorbreken. Sinds 2016 hebben we een duidelijke missie: alle kinderen aan het nieuwe schooljaar laten beginnen met nieuw en kwalitatief schoolmateriaal dat perfect is afgestemd op hun behoeften.

## Onze werking is gebaseerd op twee vormen van solidariteit die elkaar aanvullen:

### Het doneren van producten

Onverkochte nieuwe artikelen worden bij ons nieuwe kansen voor kinderen.

### Financiële steun

Hiermee vullen we de pakketten aan zodat we precies aan de behoeften op het terrein kunnen voldoen.

Dit model heeft al verschillende geëngageerde bedrijven overtuigd om samen aan hetzelfde doel te werken: een zorgeloze start van het schooljaar voor kinderen in armoede. Hun engagement krijgt vaak nog een extra boost dankzij solidaire inzamelingsacties onder het personeel.

In 2025 konden we opnieuw rekenen op de waardevolle financiële steun van:

Maped, PBS, Cortina, Eastpak, Turbel, AVA, Edding,



Stabilo, Enfant Terrible, NV, All Sport en Fellowes hebben op hun beurt gul bijgedragen met donaties van schoolmateriaal.

<sup>2</sup> <https://statbel.fgov.be/nl/nieuws/138-van-de-belgische-kinderen-materieel-gedepriveerd-voor-kindspecifieke-behoeften>



Alexandra Goeyers, Head of Solidarity, AG

*"Tijdens de vierde editie van onze jaarlijkse Winter Market kwamen meer dan 1500 collega's bijeen en werd € 18 609 ingezameld, een bedrag dat volledig werd geschonken aan Goods to Give.*

*Solidariteit zit in ons DNA en onze teams zetten zich elk jaar enthousiast in om Goods to Give te steunen. Dankzij onze jarenlange samenwerking zien we elke dag hoe essentieel het werk van Goods to Give is en welke concrete impact het heeft – een engagement dat we trots ondersteunen."*



Saliha Berhili, vrijwilligster bij de vzw Hoop Al-Amal in Antwerpen

*"Op school worden ongelijkheden vaak al op de eerste dag zichtbaar. Sinds we aangesloten zijn bij het netwerk van Goods to Give en dankzij de jaarlijkse actie 'Back to School' kunnen we kinderen in armoede nieuw materiaal geven en volop laten genieten van de voorbereidingen op het nieuwe schooljaar.*

*Op die dag kiezen en vullen de kinderen zelf hun boekentas. We willen hen niet alleen iets geven, maar hen ook die normale ervaring gunnen: schoolmateriaal uitkiezen, net als elk ander kind.*

*Zo kunnen we hen laten zien: 'Je bent niet anders dan de andere leerlingen.' Net dat gevoel om erbij te horen is zo belangrijk."*



Scan deze QR-code om het filmpje van 'Back to School 2025' te bekijken



Hoop Al-Amal, een organisatie die mensen in armoede ondersteunt door basisbehoeften uit te delen en sociale begeleiding te bieden, Antwerpen - 2025

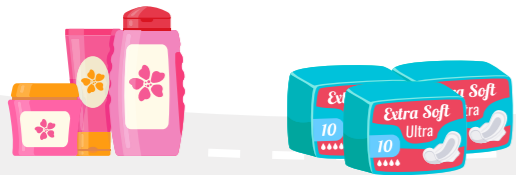
# Een donatie die verbindt

## DE ARMOEDEORGANISATIES

### Een betrouwbaar netwerk, een gewaarborgde impact

De kracht van Goods to Give ligt in een strenge selectie en regelmatige follow-up van onze partners. Om onze engagementen tegenover de bedrijven te kunnen waarmaken, doen we meer dan alleen maar controleren:

- **Goedkeuring & statuten**  
Voordat een organisatie wordt toegelaten, analyseren we nauwkeurig de statuten om een onberispelijk en transparant gebruik van de donaties te garanderen.
- **Audits ter plaatse**  
Elk jaar voeren we met de hulp van deskundige vrijwilligers operationele audits uit om zeker te zijn dat de producten uitsluitend terechtkomen bij mensen in armoede.
- **Meer professionaliteit**  
Door deze uitwisselingen komen verbeterpunten aan het licht waarmee we de doeltreffendheid van de eerstelijnsorganisaties kunnen vergroten.



**Eddy Vanhorebeek,**  
ambassadeur -  
Charleroi en  
Waals-Brabant

*“Elk bezoek aan een vereniging is belangrijk voor beide partijen: het moment om de balans op te maken, hun plannen te bespreken, hun behoeften te verduidelijken en te bekijken hoe onze logistiek beter kan. Deze regelmatige follow-up vormt een centraal aspect van onze taak als ambassadeur en van onze doeltreffendheid als organisatie.*

*Tijdens die bezoeken komen mooie succesverhalen naar voren die door onze samenwerking mogelijk werd gemaakt, maar ook initiatieven die door een gebrek aan middelen werden afgeremd en dat doet ons telkens weer beseffen dat we niet overal tegelijk kunnen zijn. Elke ontmoeting is dus een positief moment en er bestaat geen mooiere beloning dan erkenning te krijgen voor wat we doen, met de middelen die we hebben!”*

### Ambassadeurs: het kloppende hart van onze relaties

Onze 17 ambassadeurs zijn niet zomaar vrijwilligers: ze zijn de onmisbare schakel tussen het terrein en onze teams. Elke partnerorganisatie kan één keer per jaar genieten van een persoonlijk gesprek met haar eigen ambassadeur. Die barometers van de regionale prioriteiten zorgen ervoor dat onze materiële steun zo efficiënt mogelijk wordt ingezet.

### Een schakel tussen twee werelden

We moedigen onze schenkende partners aan om meer te bieden dan logistieke steun. In 2025 zijn bedrijven als **P&G, Pranarôm, Maniet, Pierre Fabre en Beiersdorf** de organisaties op het terrein gaan ontmoeten. Die momenten van uitwisseling geven solidariteit een menselijk gezicht: het engagement wordt tastbaar en de impact concreet.



Pranarôm (Inula-groep) bezoekt La Fermette, een opvangcentrum voor kinderen in Ath - 2025



P&G bezoekt het opvangcentrum van 't Eilandje in Brussel - 2025

## DE PARTNERBEDRIJVEN

### Transparantie staat centraal in onze relatie

Aan het begin van elk jaar bezorgen we onze partnerbedrijven een **persoonlijk Impactverslag**. Dat is geen gewoon overzicht van de cijfers, maar een concrete weerspiegeling van ons engagement: **100% traceerbaarheid**.

Elke schenker kan zo exact zien welke weg zijn producten hebben afgelegd: de verenigingen die ermee zijn gesteund en de hoeveelheden die zijn uitgedeeld. Afgezien van de cijfers is deze terugblik ook de ideale kans om met onze partners in gesprek te gaan, het afgelopen jaar te evalueren en samen onze toekomstige samenwerking te schetsen.

### Inzicht in de realiteit van onze partners

Onze partners zijn de drijvende kracht achter onze missie en daarom hebben we ons in 2025 verdiept in de **distributie- en productiecentra** van de partners om meer inzicht te krijgen in hun operationele beperkingen, logistieke uitdagingen en prioriteiten op het gebied van duurzaamheid en maatschappelijk verantwoord ondernemen.

Dankzij deze nauwe band kunnen we doeltreffende samenwerkingen uitbouwen die rekening houden met hun behoeften en aansluiten bij hun CSR-ambities – een echte win-winsituatie, waarbij elk overschot de kans biedt om meer impact te creëren voor iedereen.

Zo hebben we in 2025 de logistieke hubs van **IKEA, Maniet, Essity en Pranarôm** bezocht.



Goods to Give bezoekt het distributiecentrum van Pranarôm (Inula-groep) - 2025



**Raquel Smolders,**  
Director Corporate Communications,  
P&G Belgium & Netherlands

*"Het partnerschap met Goods to Give sluit perfect aan bij onze missie om een positieve impact te hebben op mensen en gemeenschappen. Het enthousiaste en professionele team maakt de samenwerking niet alleen efficiënt, maar ook inspirerend voor onszelf en onze medewerkers. Bovendien biedt Goods to Give een duurzame en verantwoorde manier om onverkochte producten in te zetten voor sociale doeleinden.*

*Wat dit partnerschap extra bijzonder maakt, is de tastbare sociale impact: onze producten bereiken honderden organisaties die kwetsbare gezinnen direct ondersteunen. Tijdens ons bezoek vorig jaar aan Deelpunt, een sociale kruidenier in Wetteren, zagen we hoe basis- en hygiëneproducten broodnodig zijn voor mensen in armoede. Zulke ervaringen maken ons sociaal engagement concreet en versterken de trots binnen onze teams.*

*Voor P&G is gemeenschapsimpact een kernwaarde. Dankzij Goods to Give kunnen we die ambitie structureel en meetbaar realiseren. Daarom is Goods to Give al jaren onze CSR-partner voor sociale impact in België, en zijn we vastbesloten om dit partnerschap verder te zetten – zij voelen intussen als een verlengstuk van de P&G-familie."*



**Erik Troost,**  
Sustainability Director,  
L'Oréal Benelux

*"Bij L'Oréal geloven we dat de toegang tot verzorgings- en schoonheidsproducten een basisrecht is dat de waardigheid en het zelfrespect bevordert. Onze langdurige samenwerking met Goods to Give vormt de kern van ons initiatief 'L'Oréal for the Future'.*

*Voor mij is dit partnerschap meer dan een donatieprogramma: het creëert een professionele, transparante en impactvolle link tussen onze producten en de 472 000 mensen die elk jaar door het netwerk van Goods to Give in België worden ondersteund. Door onze kwalitatieve onverkochte producten via hun netwerk met meer dan 600 organisaties te verdelen, gaan we verspilling tegen en bieden we tegelijkertijd essentiële verzorgingsproducten aan wie die het hardst nodig heeft.*

*Goods to Give is intussen een onmisbare partner geworden die onze maatschappelijke ambities vertaalt in een concrete, dagelijkse realiteit en daarmee onze overtuiging bevestigt: schoonheid kan (en moet) een drijvende kracht zijn achter inclusie."*





## Solidariteitsdagen, waar ons vak om draait

Goods to Give gelooft in de kracht van collectief engagement. Daarom organiseren we Solidariteitsdagen om de steun van de bedrijven om te zetten in een concrete, menselijke ervaring.

Deze teambuildingactiviteiten bieden medewerk(st)ers een unieke kijk achter de schermen. Door actief mee te werken aan de logistieke keten – sorteren, verpakken en op pallets stapelen – maken ze kennis met de praktijk en leren ze de waarde van de verdeelde producten kennen.

We zijn enorm dankbaar dat zoveel teams ons in 2025 geholpen hebben bij onze missie, zoals die van **Beiersdorf, L'Oréal, P&G, Pierre-Fabre, BNP Paribas, NGroup** en **Puliaetco**.

## Comeos maakt kennis met onze activiteiten in Nijvel

Op 20 november 2025 bracht **Comeos**, de federatie die de Belgische handel en diensten vertegenwoordigt, samen met verschillende leden van haar commissie Duurzame Handel een bezoek aan ons magazijn in Nijvel. Tijdens dit bezoek werden de banden met de retailsector verder aangehaald en konden we onze concrete aanpak op het gebied van duurzaamheid en solidariteit illustreren.



**Colombine de Vivar,**  
E-Key Account Manager,  
Dermocosmetics & Personal Care - Pierre Fabre

*“Op 16 september 2025 zijn we samen met een aantal collega’s van Pierre Fabre een dag donaties gaan sorteren in het magazijn van Goods to Give. Ik vond het vooral indrukwekkend dat ik met eigen ogen kon zien wat er met onze donaties gebeurt: dozen vol producten die we door en door kennen, gesorteerd voor mensen die in armoede leven. Achter elk verzorgingsproduct stel je je een echte persoon met een specifieke behoefte voor.*

*We hebben ook 'leuke' productjes voorzien die zorgen voor een verrassingseffect, een glimlach op het gezicht en het gevoel dat er om de mensen gegeven wordt. Deze dag maakte de missie van Pierre Fabre tastbaar: 'Telkens wanneer we voor iemand zorgen, dragen we bij aan een betere wereld.' Meestal doen we dit via onze merken en partners, maar deze keer konden we het zelf meemaken door actief mee te werken aan deze solidariteitsketen.*

*We willen het hele team van Goods to Give graag bedanken omdat we de concrete impact van onze donaties konden vaststellen.”*



De teams van Nostalgie kwamen ons een handje helpen met de samenstelling van speciale pakketten voor Moederdag - 2025



Een gemotiveerd team van Pierre Fabre stak de handen uit de mouwen tijdens een solidariteitsdag in ons magazijn - 2025



Een enthousiast team van P&G aan het werk in ons magazijn - 2025

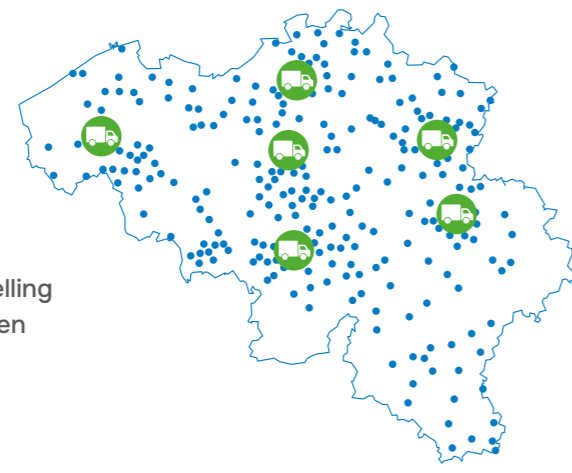


Een leuke sfeer met een team van Beiersdorf in ons magazijn in Nijvel - 2025

# Een doelgerichte donatie

## Transparantie en professionaliteit

Goods to Give garandeert een transparante en efficiënte herverdeling van de geschonken producten dankzij een professioneel systeem voor opslag, traceerbaarheid en rapportering. Met een sterke logistieke en digitale infrastructuur, veel opslagruimte en een nauwe samenwerking met armoedeorganisaties in heel België zorgen wij ervoor dat productpartners altijd weten waar hun donaties heen gaan en dat elke donatie altijd wordt benut om mensen in armoede concreet te helpen.





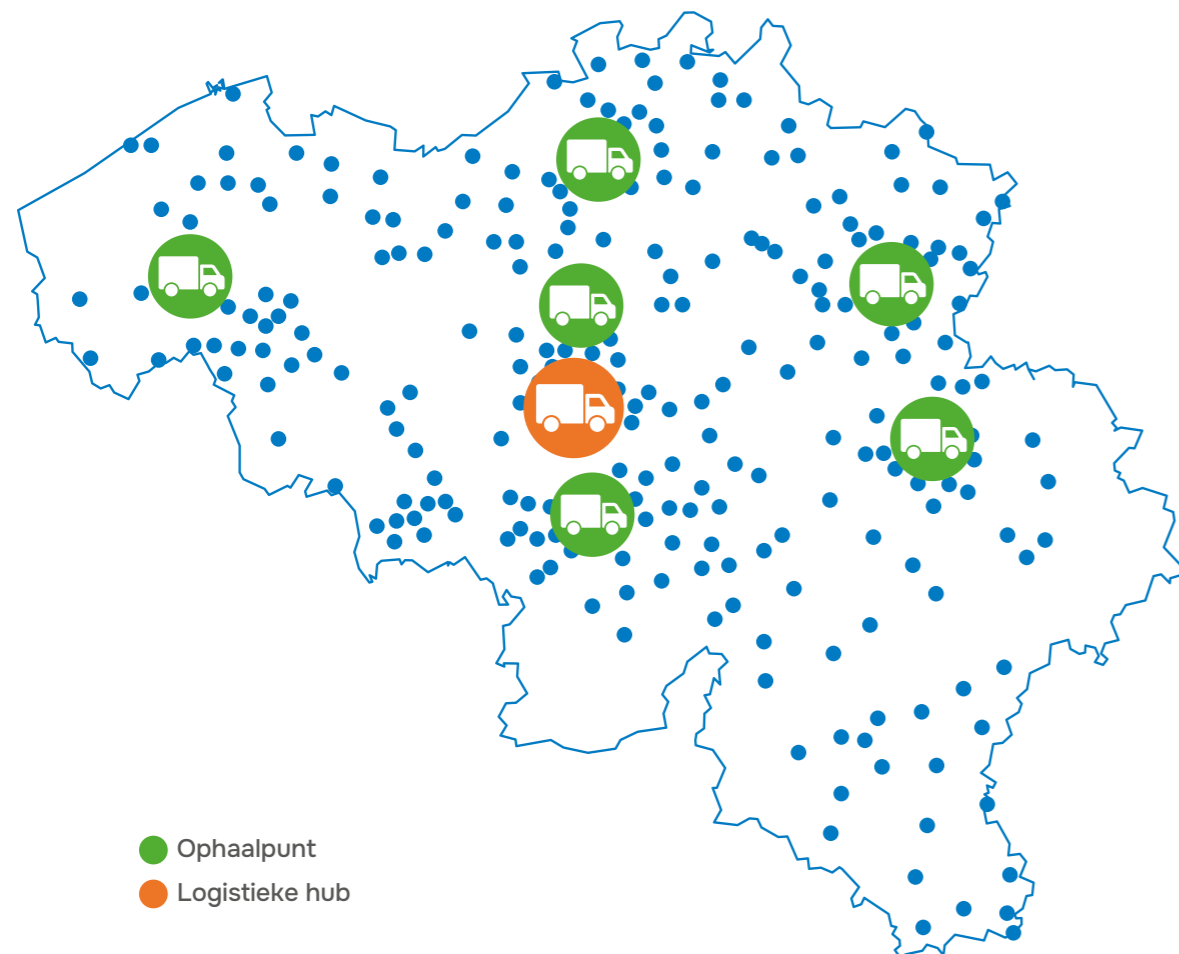
## Geoptimaliseerde logistiek

Door ons model is logistieke complexiteit kinderspel: met één donatie kunnen vandaag **meer dan 600 armoedeorganisaties** in heel België worden gesteund.

In 2025 hebben we ons **ERP-systeem Odoo gemoderniseerd** en een speciale tool voor de ontvangst van donaties geïntegreerd, waardoor de producten beter traceerbaar zijn en onze logistieke keten efficiënter is. Tegelijkertijd konden we dankzij **een grondige analyse van onze logistieke processen** in samenwerking met een consultancybureau onze activiteiten op twee vlakken optimaliseren: de ontvangst van donaties stroomlijnen en de opslagcapaciteit van ons magazijn maximaliseren.

## Regionale aanwezigheid in functie van de armoedeorganisaties

De steun aan verenigingen is gebaseerd op maximale bereikbaarheid. Dankzij onze **6 ophaalpunten** kan het overgrote deel van ons netwerk zijn producten ophalen binnen **een straal van 50 km**, waardoor de transportkosten en -tijd voor de vrijwilligers aanzienlijk afnemen.



## De logistiek in cijfers

**1663**  
pallets ontvangen

**2080**  
bestellingen geleverd

**1499**  
verschillende product-referenties aangeboden

**373**  
ton herverdeeld in plaats van vernietigd



Een nieuwe levering van Goods to Give komt aan bij 't Verzetje, een organisatie die hulp biedt aan kansarmen. Allemaal essentiële producten die weer een stapje dichterbij de begunstigden zijn - 2024

# Een donatie die het verschil maakt

 **55**

actieve  
productpartners

 **12**

financiële  
en competentie-  
partners

## Samen sterk: van overschot naar solidariteit

Het model van Goods to Give is gebaseerd op een overtuiging: niemand kan de uitdaging van armoede helemaal alleen oplossen. Onze aanpak is opgebouwd rond twee pijlers die elkaar aanvullen:

- **Productpartners:** fabrikanten en distributeurs die ons hun overkochte nieuwe artikelen toevertrouwen, zodat wij ze een tweede leven kunnen geven in het teken van solidariteit.
- **Financiële en competentiepartners:** bedrijven, stichtingen en particulieren die onze slagkracht vergroten via financiële donaties of het delen van expertise.

## Waarom samen met ons het verschil maken?

Kiezen voor een samenwerking met Goods to Give, dat is kiezen voor een strategische partner die garant staat voor:

- Maximale traceerbaarheid
- Een gewaarborgde impact
- Efficiënte logistiek
- Een bijdrage aan de Duurzame Ontwikkelingsdoelstellingen



Sophie Maisier Compagnon, Government & Corporate Affairs Lead - Haleon

*"In België kunnen we dankzij ons partnerschap met Goods to Give hygiënearmoede aanpakken door kwetsbare bevolkingsgroepen toegang te bieden tot essentiële gezondheids- en verzorgingsproducten. Dankzij het netwerk van begunstigden van Goods to Give konden we in 2025 een eerste donatie doen van meer dan 178 000 producten voor mondverzorging en cosmetica van onze bekendste merken: Sensodyne, Parodontax, ..."*

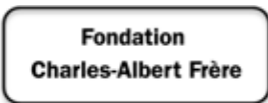
*Het is de missie van Haleon om de dagelijkse gezondheid op een menselijke manier te verbeteren. Door producten die de vervaldatum naderen door te geven aan de bevolkingsgroepen die ze het hardst nodig hebben, kan onze samenwerking met Goods to Give een sociale impact koppelen aan een verantwoord beheer. Dit is tevens het begin van een langdurig partnerschap waarmee we dagelijkse verzorging en hygiëne binnen handbereik van iedereen willen brengen, een ambitie die ook aansluit op onze kernwaarden."*

## Productpartners



## Ondersteunende partners:

### Financiële partners



### Competentie-partners



## It's Good to Connect: een inspirerende avond in het teken van solidariteit

In oktober 2025 organiseerde Goods to Give een uniek evenement: It's Good to Connect. Financiële partners, verenigingen, bedrijven, Rotaryclubs en sympathisanten van Goods to Give kwamen er allemaal samen.

Deze avond was niet zomaar een bijeenkomst: de aanwezigen konden heel wat concrete ideeën uitwisselen om de werking van Goods to Give nog uit te breiden en doeltreffender te maken door middel van nieuwe partnerschappen, innovatieve logistieke oplossingen of communicatiecampagnes voor meer bekendheid.

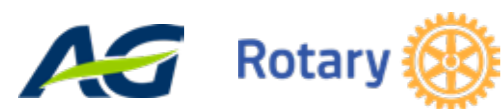
Dit evenement heeft de banden met onze partners versterkt en bewijst dat we kunnen rekenen op een geëngageerde, inspirerende en solidaire gemeenschap. We wisten het natuurlijk al, maar hier bleek nog maar eens: samen staan we sterker!



Scan deze QR-code om het filmpje van It's Good to Connect te bekijken

## Partnerschappen, het geheim van een grotere impact

Goods to Give werkt samen met bedrijven en Rotaryclubs om goede doelen te steunen die hen nauw aan het hart liggen. De partners schakelen hun netwerk in om donaties in te zamelen, die vervolgens worden omgezet in waardebonnen voor solidaire aankopen.



Met die bonnen kunnen verenigingen basisproducten aanschaffen in de solidaire webshop van Goods to Give, waar enkel een solidariteitsbijdrage wordt gevraagd (gemiddeld 10% van de marktwaarde van het product).

Zo kost een boodschappenmandje met een winkelwaarde van € 150 ongeveer € 15, voor de verenigingen is dus elke geschonken euro tot wel 10 keer meer waard.



Goods to Give neemt deel aan de AG Sustainability Day - 2025



Het avondevenement It's Good to Connect in oktober 2025: een mooie gelegenheid om onze banden aan te halen

# Een donatie die goed doet

 **601**  
aangesloten  
armoedeorganisaties

 **73**  
nieuwe aangesloten  
armoedeorganisaties  
in 2025

Ons netwerk strekt zich uit over heel België en omvat uiteenlopende organisaties: opvangcentra, sociale kruideniers, nationale koepelorganisaties, OCMW's, buurtverenigingen en nog vele andere soorten vzw's.

Soorten  
organisaties (in %)

**44%**  
materiële hulporganisaties

**25%**  
sociale kruideniers

**24%**  
opvangcentra

**7%**  
begeleidingscentra



**Anke Schillemans,**  
coördinatrice,  
Filet Divers vzw

Met VRT gingen we op bezoek bij sociale kruidenier Filet Divers, waar coördinator Anke Schillemans ons rondleidde en vertelde over gezinnen zoals die van Christine die zonder steun door de naden van het net dreigen te vallen.

*“Christine is alleenstaande moeder van twee jongens en staat elke maand voor moeilijke keuzes. Haar uitkering gaat bijna volledig naar de huur, en gezonde voeding of verzorgingsproducten zijn vaak het eerste dat moet wijken. Sinds ze bij ons mag winkelen, voelt ze het verschil dagelijks: ze krijgt kwaliteitsvolle producten tegen lage prijzen en behoudt zo eigenaarschap over haar boodschappen.*”

*Het helpt haar budget beter te spreiden, en basisproducten zoals wc-papier of luiers zijn nu terug haalbaar. Dankzij de artikelen die we bestellen via Goods to Give – van shampoos tot poetsproducten – kunnen we deze producten beschikbaar stellen voor Christine en andere klanten. Het is geen structurele oplossing, maar geeft tijdelijke verlichting en helpt Christine stap voor stap vooruit, bijvoorbeeld richting haar opleiding sociaal werk.”*

Lees hier het artikel van de VRT:



## Nieuwe verenigingen die inspelen op ongeziene noden

In 2025 sloten verenigingen met een uniek profiel zich aan bij het netwerk van Goods to Give, waardoor specifieke doelgroepen zoals studenten in armoede sindsdien betere steun kunnen krijgen.

Het fenomeen is zichtbaar: het aantal studenten in armoede is in 10 jaar tijd verdubbeld, 1 op de 10 studenten ontvangt een leefloon en vele anderen moeten gaan werken om hun studies te financieren.<sup>3</sup>

Deze nieuwe samenwerkingen laten ons toe om doelgroepen te ondersteunen die we tot nu toe minder goed konden bereiken, en hen te voorzien van basisproducten.

## Wie kan zich bij G2G aansluiten?

Elke organisatie die aan deze criteria voldoet:

- een vzw of een overheidsinstelling zijn;
- erkend zijn voor de inzet om armoede en sociale uitsluiting in België te bestrijden;
- rechtstreeks producten verdelen onder kansarmen.



## Samen ontbijten voor nog meer impact

In 2025 organiseerden onze ambassadeurs twee ontbijten voor verenigingen uit eenzelfde regio: een in Antwerpen en een andere in Bastogne. De aanwezigen waren partnerverenigingen uit de provincie en nieuwe organisaties die Goods to Give nog niet kenden. Deze bijeenkomsten waren een ideale gelegenheid om de banden aan te halen, logistieke uitdagingen te bespreken en kennis te maken met lokale donerende bedrijven.

## Armoedeorganisaties



en nog veel anderen ...

<sup>3</sup> <https://inesthinktank.be/deux-indicateurs-associés-a-la-precarité-des-jeunes-aux-etudes/>

# Een donatie met een stevige basis

Het verdienmodel van Goods to Give is gebaseerd op een eenvoudig evenwicht: enerzijds geven bedrijven hun non-foodoverschotten gratis aan ons, en anderzijds betalen armoedeorganisaties een kleine onkostenvergoeding voor hun bestellingen in onze solidaire webshop.

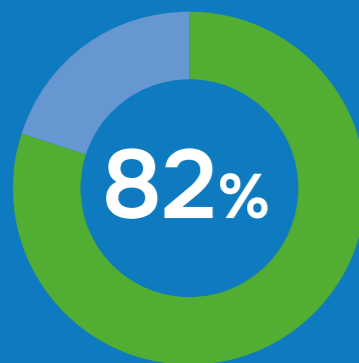
In 2025 bedroeg die bijdrage gemiddeld **7,7%** van de verkoopwaarde van de herverdeelde producten. We streven naar een gemiddelde van **10%**. Met deze solidaire bijdragen kunnen we onze werkingskosten dekken, bijvoorbeeld voor het personeelsbeheer en alle opslag- en transportkosten.

## Resultaten 2025

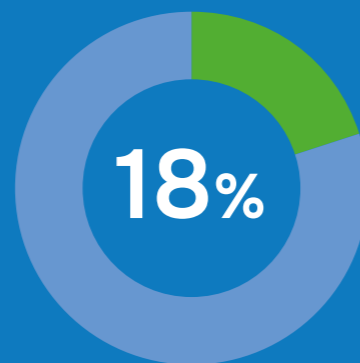


€ 992 k

financiële opbrengsten bestaande uit:



solidaire bijdragen



financiële donaties



# Een donatie die meetelt

2025 was voor Goods to Give een uitdagend jaar dat werd bepaald door twee doorslaggevende factoren.

**Opbrengsten:** een duidelijke terugval in de donatie van basisproducten in de tweede helft van het jaar, gepaard met minder sponsoring. Het sombere klimaat van vandaag heeft ook onze organisatie niet gespaard, terwijl de behoeften op het terrein net toenemen.

**Kosten:** zoals in 2024 was beslist, is het team intussen groter geworden om de stabiliteit van Goods to Give te waarborgen. Voor alle kernfuncties is er nu een duo aangesteld.

Door dit schaaffect (lagere inkomsten en stijgende vaste kosten) moest een deel van de reserves voor 2024 worden aangesproken. Daarmee werd ook de update van Odoo gefinancierd, de centrale software van onze logistieke organisatie.

## Resultatenrekening (in € 000)

	2024	2025	B2026
Solidaire bijdragen	951	816	1028
Mecenaat en projectfinanciering	242	165	168
Andere bedrijfsopbrengsten	21	11	10
<b>OPBRENGSTEN</b>	<b>1214</b>	<b>992</b>	<b>1206</b>
<i>% eigen opbrengsten</i>	<i>78%</i>	<i>82%</i>	<i>85%</i>
Werkingskosten (IT, logistiek)	-441	-537	-509
Personeelskosten	-492	-589	-691
<b>KOSTEN</b>	<b>-933</b>	<b>-1126</b>	<b>-1200</b>
<b>OPERATIONELE CASHFLOW (EBITDA)</b>	<b>281</b>	<b>-134</b>	<b>6</b>
Afschrijvingen	-39	-54	-54
<b>RESULTAAT VAN HET BOEKJAAR</b>	<b>242</b>	<b>-188</b>	<b>-48</b>

## Balans (in € 000)

Activa	2024	2025	Passiva	2024	2025
Vaste activa	92	188	Eigen vermogen	544	355
Vorderingen	92	110	Schulden op meer dan één jaar	167	139
Liquide middelen	540	163	Overlopende rekeningen	13	0
Overlopende rekeningen	0	33	<b>Totaal passiva</b>	<b>724</b>	<b>494</b>
<b>Totaal activa</b>	<b>724</b>	<b>494</b>			

## Begroting 2026

Ondanks het onzekere klimaat aan het begin van het jaar 2026 blijft onze begroting ambitieus. Met de ingezette middelen kunnen we vol vertrouwen aan de toekomst beginnen in de hoop dat de solidariteitszin bij onze partners blijft leven, want die hebben we meer dan ooit nodig.

# Een donatie die energie geeft

## Het team van Goods to Give in 2025

- **Remco Ruiter** - Algemeen directeur
- **Laurence Bounameaux** - Partnerschappen met de donerende bedrijven
- **Kasper Knops** - Partnerschappen met de donerende bedrijven
- **Marie de Harenne** - Netwerk van armoedeorganisaties FR
- **Fran Verwimp** - Netwerk van armoedeorganisaties NL
- **Virginie Houdmont** - Communicatie
- **Jérôme Merlin** - Logistiek en ICT
- **Kaoutar Smahi Lmadani** - Logistiek
- **Cathy De Greef** - Boekhouding & Administratie



Het team van Goods to Give – 2025



**Fran Verwimp**,  
verantwoordelijke  
voor het netwerk van  
armoedeorganisaties

*“In maart 2025 begon ik met veel goesting in het hechte team van Goods to Give. Dankzij mijn ervaring bij een armoedeorganisatie uit het netwerk van Goods to Give ken ik zowel de realiteit op het terrein als de praktische werking van het bestellen op de solidaire webshop.*

*Ik vind het geweldig om bruggen te bouwen, en dat sluit perfect aan bij de missie van Goods to Give: verenigingen en bedrijven met elkaar in contact brengen om samen verspilling tegen te gaan, een engagement dat volledig in de lijn ligt van mijn ecologische waarden. Dit eerste jaar was heel boeiend en ook in 2026 blijf ik me gemotiveerd inzetten om het netwerk verder uit te bouwen!”*



Enkele van onze gewaardeerde ambassadeurs - 2026



**Kasper Knops**,  
verantwoordelijke voor  
de samenwerkingen  
met bedrijven

*“In 2025 heb ik beslist om mijn commerciële ervaring in te zetten voor een belangrijk maatschappelijk doel. Armoede is een van de meest complexe uitdagingen van onze samenleving, en die kunnen we pas efficiënt aanpakken als we de juiste mensen met elkaar in contact brengen.*

*Dat is wat me zo aansprak bij Goods to Give: ze begeleiden bedrijven bij hun streven om actie te ondernemen en helpen hen om dat engagement te vertalen in een concrete impact.*

*En wat mij vooral motiveert, is die rol als verbindende schakel tussen bedrijven en verenigingen. De dagelijkse samenwerking met partners die zich inzetten en samen oplossingen bouwen, blijft mij voortdurend inspireren.”*

## De ambassadeurs van Goods to Give in 2025

We willen onze ambassadeurs van harte bedanken voor de kostbare tijd die zij vrijwillig aan onze missie besteden. Door hun voortdurende aanwezigheid op het terrein en hun luisterend oor weten zij elk gedoneerd product te vertalen in een oprechte menselijke band met de armoedeorganisaties. Hun persoonlijke inzet is de onmisbare drijfveer achter onze impact en het bewijs dat solidariteit bovenal recht uit het hart komt.

- **Aline Donck** (Audit)
- **Dirk Cardoen** (West-Vlaanderen)
- **Frank Verzele** (Oost-Vlaanderen)
- **Evelyne Marsily** (Antwerpen)
- **Dominique Merlin** (Antwerpen en Brussel)
- **Fahrad Afshari** (Limburg)
- **Marnix Van de Cauter** (Vlaams-Brabant & Brussel)
- **Anne-Michèle de Halleux** (Brussel)
- **Catherine Halluent** (Waals-Brabant)
- **Raymond Halluent** (Waals-Brabant)
- **Eddy Vanhorebeek** (Charleroi/Waals-Brabant)
- **Michel Wastiau** (Henegouwen)
- **Philippe de Bonhome** (Namen)
- **Cécile Gallez** (Doornik)
- **Jean-François Gallez** (Doornik)
- **Dany Drion** (Luik)
- **Patrick Maurissen** (Luik)
- **Marie-Claire Grimonster** (Luxemburg)
- **Philippe Steyaert** (Luxemburg)



Onze oprechte dank gaat uit naar Guy Turchet, onze ambassadeur in Charleroi die in juli 2025 is overleden. Zijn inzet voor zijn regio en de enthousiaste steun die hij aan onze missie heeft gegeven, zullen ons lang bijblijven.

# Een goed omkaderde donatie

## Raad van bestuur



**Dominique de Ville de Goyet**  
Voorzitter



**Brigitte Bekaert**  
Vice-voorzitter



**Laurent-Paul Van Steirtegem**  
Vice-voorzitter



**Yves d'Audiffret**



**Philippe de Bonhome**



**Benoît Nachtergaele**



**Nathalie De Greve**



**Hughes Terlinden**



**Matthieu Soubry**

## Algemene Vergadering

De Algemene Vergadering omvat naast de bestuurders ook de volgende leden:

- **Gérard de Laminne**
- **Jacques-Etienne de T'Serclaes**
- **Nathalie de T'Serclaes**
- **Jacquelin d'Oultremont**
- **Isaline Desclée**
- **Michel Eeckhout**
- **Sabine Caudron**
- **Roland Vaxelaire**
- **Luc Vlamincx**

## Ere-Goods to Givers

- **William Blomme**, bestuurder bedrijven
- **Philippe de Buck van Overstraeten**, ere-CEO van Business Europe
- **Bruno de Cartier**, bestuurder bedrijven
- **Luc de Tillesse**, CEO van The Crew
- **Heidi Delobelle**, CEO van AG
- **Victor Delloye**, afgevaardigd bestuurder van Stichting Charles-Albert Frère
- **Stefan Sablon**, advocaat
- **Thierry Smets**, CEO van Spullenhulp
- **Nathalie van Hoorebeek**, ACR Partner van EY



# HARTELIJK DANK aan al onze partners!



OCMW Sint-Agatha-Berchem - 2018

## Bronnen

- Statbel
- Het collectief InES

## Fotocredits:

- Frédéric Raevens Photography
- Marie-Hélène Sarapuu: One.AM
- Goods to Give

## Ontwerp en realisatie

- The Crew Marketing & Communication Agency



[www.goodstogive.org](http://www.goodstogive.org)  
Witte Patersstraat 4  
1040 Brussel

Een door de FOD Financiën erkend verdeelplatform E.T. 136.674/3

[info@goodstogive.org](mailto:info@goodstogive.org)  
02 740 43 01

Perscontact: Virginie Houdmont  
[virginie.houdmont@goodstogive.org](mailto:virginie.houdmont@goodstogive.org)

### **Wilt u een gift overmaken?**

**Dat kan op de rekening van het Fonds Vrienden van Goods to Give  
bij de Koning Boudewijnstichting.**



Dit impactrapport is ook beschikbaar in het Frans.  
Dit impactrapport is ook beschikbaar in het Engels.