GOODS TO GIVE ASBL

Un don qui compte.

RAPPORT D'IMPACT 2025

NASCI, un centre de l'aide à l'enfant à Schaerbeek - 2025

Table des matières

2025 en un coup d'œil	3
Interview du président et du directeur général	4
À propos de nous	6
Nos 5 engagements	7
Un don qui répond aux besoins	8
Un don qui a de l'impact	11
Un don pour une rentrée sereine	12
Un don qui crée du lien	14
Un don au service d'un objectif	20
Un don qui fait la différence	24
Un don qui fait du bien	28
Un don qui repose sur une base solide	30
Un don qui compte	31
Un don qui donne de l'énergie	32
Un don administré avec soin	34

Couverture : Sociaal Winkelpunt, une épicerie sociale à Deurne - 2019

La dignité n'est pas un luxe, c'est un droit accessible à chacun.

C'est avec cette conviction que Goods to Give agit chaque jour comme plateforme de référence pour la redistribution de produits non alimentaires de première nécessité. Agréée par le SPF Finances, notre ASBL est un trait d'union entre le monde économique et le secteur social : nous collectons des produits neufs auprès des entreprises pour les distribuer aux personnes touchées par la précarité via un réseau d'organisations sociales partout en Belgique.

Cette chaîne de solidarité ne vit que grâce à nos partenaires. Dons de produits, soutiens financiers, mécénat de compétences ou bénévolat : ce rapport d'impact met à l'honneur ces donateurs indispensables qui transforment, avec nous, notre outil logistique en un levier de dignité.

Centre d'accompagnement pour enfants et familles Bethléem (Emmaüs), un centre qui accompagne les jeunes enfants et leurs familles en offrant un accueil temporaire et un soutien éducatif, à Malines - 2026

CHIFFRES À RETENIR

2025 en un coup d'œil

10,6mio€
de produits non alimentaires redistribués en valeur marchande

1,1mio
de produits non alimentaires redistribués

601
organisations sociales affiliées

472k
personnes soutenues par notre réseau partenaire

55
partenaires produits

Inauguration de notre entrepôt chez Soditra Logistic à Nivelles - 2024

RÉFLEXIONS EN DUO

Interview du président et du directeur général

Au-delà des chiffres, une vision commune. **Dominique de Ville** et **Remco Ruiter** se prêtent au jeu de l'interview croisée pour décrypter les enjeux de Goods to Give. Ensemble, ils reviennent sur une année de défis et dessinent les contours d'un futur où solidarité et efficacité s'unissent pour que la dignité ne soit pas un luxe.

Quels ont été, selon vous, les faits marquants, les réussites mais aussi les principaux défis de 2025 pour Goods to Give ?

DdV : Je retiendrai avant tout une décision stratégique : celle de consolider nos fondations. Fin 2024, notre équipe de 7 personnes opérait dans un flux de travail trop tendu. En 2025, nous avons porté l'effectif à 9 collaborateurs. C'est un investissement financier courageux, mais indispensable : il permet à chaque fonction clé d'être pleinement investie et rend à l'équipe sa capacité créatrice, bien au-delà de la simple gestion quotidienne. Nous préparons ainsi l'avenir sur un socle robuste.

RR : 2025 a été une année de consolidation stratégique. Côté réussites, l'équipe s'est renforcée et de nouveaux partenaires majeurs, comme Haleon, nous ont rejoints spontanément. Nous avons aussi intensifié le dialogue avec le terrain lors de nos petits-déjeuners associatifs et lors d'une soirée qui a réuni notre communauté de Goods-to-Givers. En parallèle, nous avons mené une transformation numérique exigeante avec la migration IT. Si ce chantier a mobilisé beaucoup d'énergie, il était indispensable pour moderniser nos processus. Aujourd'hui, avec une structure solide, nous sommes prêts à accélérer notre impact.

Depuis plus de 13 ans, Goods to Give agit comme un trait d'union entre les entreprises et les organisations sociales. Qu'est-ce qui fait aujourd'hui votre singularité et votre crédibilité auprès de vos partenaires ?

DdV : Notre force réside dans une approche pragmatique : nous offrons aux entreprises donatrices une solution logistique gratuite et performante, calquée sur leurs propres standards de rigueur. En agissant comme un tiers de confiance professionnel et transparent, nous levons les freins opérationnels au don. C'est cette capacité à transformer une intention solidaire en un flux logistique fluide et sécurisé qui forge notre crédibilité durable, tant auprès du secteur privé que du monde associatif.

Le secteur privé est fortement incité à limiter les invendus. Comment Goods to Give anticipe-t-elle ces évolutions pour garantir son impact social ?

DdV : L'objectif « zéro surplus » est une ambition légitime, mais la gestion de ces excédents révèle l'engagement sociétal d'une entreprise. Passer par des discounters où la destruction est incompatible avec de réelles ambitions RSE. Chez Goods to Give, nous démontrons que donner est bien plus qu'une gestion de stock : c'est un choix de société qui soutient directement les communautés locales.

RR : Nous diversifions nos sources d'approvisionnement pour sécuriser notre impact à long terme. Au-delà de la récupération classique des invendus, nous développons des pistes comme l'achat solidaire ou le don de produits par le biais d'actions marketing des entreprises partenaires. En encourageant aussi le don de stocks commerciaux, nous nous dotons de leviers parallèles pour augmenter les volumes distribués et répondre à la demande croissante.

De nouvelles règles ont récemment été établies en matière d'attribution des allocations de chômage. Quel impact anticipez-vous sur la demande des organisations sociales ?

RR : Bien qu'il soit prématuré de mesurer précisément les effets de cette réforme, l'inquiétude est réelle. On estime qu'environ 180.000 personnes pourraient être concernées. Lorsque les indicateurs de précarité se dégradent, les mamans seules et leurs enfants seront en première ligne. Et si ces craintes se confirment, nous devrons faire face à une hausse significative de la demande d'aide matérielle, ce qui renforcera encore l'urgence de notre action.

Observez-vous une évolution dans l'engagement des entreprises en matière d'impact social ?

DdV : On assiste à une prise de conscience irréversible : les entreprises ne peuvent plus ignorer la société dans laquelle elles évoluent. Leurs clients et leurs collaborateurs exigent un engagement authentique. Dépasser la simple « création de valeur » n'est plus une option ; celles qui s'en tiennent à de vieux réflexes risquent d'être perçues comme déconnectées des enjeux actuels.

RR : Le contexte est complexe, marqué par un ralentissement des ambitions en matière de durabilité et une gestion des stocks ultra-optimisée qui ne facilite pas notre mission. Cependant, le moteur de Goods to Give reste le contact humain. Nos ambassadeurs chez nos partenaires sont nos meilleurs alliés. Pour renforcer l'engagement, l'impact social doit être intégré à la stratégie globale des entreprises plutôt que d'être traité comme un sujet périphérique.

Si vous vous projetez à trois ans, de quoi Goods to Give aurait-elle besoin pour augmenter son impact ?

DdV : De produits, tout simplement ! L'écart reste immense entre ce que nous redistribuons et le volume réel des surplus en Belgique. Notre défi est de faire savoir à chaque entreprise qu'il existe une solution sécurisée et gratuite pour ses invendus. Il nous faut désormais élargir notre notoriété auprès de nouvelles communautés de donateurs pour maximiser la collecte.

Qu'est-ce qui vous a le plus marqué cette année dans les témoignages du terrain ?

DdV : La fin des certitudes. Nous vivons dans un monde où même les structures publiques vacillent. La précarité est plus proche de nous que ce que nous voulons bien admettre. C'est un signal d'alarme : face à cette instabilité, l'engagement des entreprises est le socle indispensable pour reconstruire de la cohésion sociale.

RR : Ce sont les visages derrière les statistiques. Je pense à cette mère de deux adolescents pour qui pouvoir simplement « faire ses courses » avec dignité est un combat quotidien. Son récit nous rappelle l'urgence de notre mission face à un déficit d'empathie parfois flagrant dans la société. Plus que jamais, nous devons valoriser la solidarité pour que chacun, dans sa fragilité, se sente soutenu et respecté.

Remco Ruiter, directeur général, et Dominique de Ville, président de Goods to Give - 2026

NOTRE MISSION

À propos de nous

Depuis 2013, l'ASBL Goods to Give lutte contre la privation matérielle et l'exclusion sociale en Belgique.

Notre Vision – La dignité n'est pas un luxe, c'est un droit accessible à chacun.

Notre Mission – Agir comme un trait d'union entre le monde économique et les organisations sociales pour renforcer l'accès aux produits essentiels non alimentaires des personnes en situation de précarité, par le don et l'achat solidaire.

Nos leviers d'actions

1. **Soutenir la dignité et la réinsertion** – Offrir l'accès à des produits neufs de première nécessité pour alléger le quotidien et restaurer l'estime de soi.
2. **Renforcer le secteur social** – Identifier les besoins prioritaires de nos 600+ organisations partenaires pour leur apporter une aide logistique et matérielle ciblée.
3. **Accompagner la RSE des entreprises** – Nous permettons aux entreprises de redistribuer leurs invendus de manière socialement responsable, en garantissant qu'ils parviennent aux bénéficiaires finaux.
4. **Préserver les ressources environnementales** – Lutter contre le gaspillage non-alimentaire en réintégrant les produits dans un cycle de consommation utile.

Contribuer aux objectifs mondiaux

Goods to Give soutient 4 des 17 Objectifs de Développement Durable des Nations Unies visant à répondre aux défis les plus urgents d'ici 2030.

LES VALEURS DE GOODS TO GIVE

Nos 5 engagements

L'empathie est le fil rouge de notre engagement. Elle donne tout leur sens à nos cinq valeurs piliers, qui assurent la cohérence et l'efficacité de notre lutte contre la précarité en Belgique.

Solidarité - Faciliter le partage

Chez Goods to Give, la solidarité c'est connecter le monde économique et le secteur social. Notre rôle est de faciliter le don des ressources disponibles afin qu'elles profitent aux plus démunis.

Dignité - Garantir l'estime de soi

La lutte contre la pauvreté passe par le respect. Nous sommes convaincus que l'accès à des produits neufs de qualité, c'est restaurer la dignité et l'image de soi de toute personne en précarité.

Responsabilité - Honorer la confiance

Chaque don est un engagement. Nous veillons à ce que chaque produit confié soit utilisé exclusivement pour faire reculer la précarité en Belgique, en respectant l'intention de nos donateurs.

Efficacité - Maximiser l'impact

La performance au service de l'humain. Nous investissons dans notre outil logistique pour que chaque don se transforme en une aide utile et qu'il réponde aux besoins des plus démunis.

Transparence - Assurer une traçabilité totale

La clarté est le socle de nos partenariats. Nous garantissons à nos partenaires une traçabilité complète en leur communiquant quelles organisations ont bénéficié de quels produits.

CHIFFRES MARQUANTS

Un don qui répond aux besoins

La pauvreté en Belgique

+1,9mio[1]

de Belges, soit 16,5 % de la population courent un risque de pauvreté ou d'exclusion sociale

1.565€

Le seuil de pauvreté mensuel pour un isolé. Une somme qui s'évapore face aux coûts fixes

1/10

Belge est en situation de privation matérielle et sociale sévère

5,1%

des Belges déclarent avoir été dans l'incapacité de régler à temps leurs factures

(loyer, énergie, eau, etc.)

Ce chiffre monte à 9,6% pour les **familles mono-parentales**.

Une vulnérabilité silencieuse et croissante

Si les statistiques globales suggèrent un recul de la pauvreté, par rapport aux années précédentes, elles masquent une réalité plus complexe. La précarité ne se limite pas à l'exclusion totale : elle frappe aussi les travailleurs à bas salaires, les familles monoparentales, les retraités et les étudiants.

Sous l'effet du coût de la vie, de nombreux ménages voient leur équilibre basculer. La pauvreté impose alors des arbitrages déchirants : une fois le loyer et les factures payés, les produits d'hygiène deviennent une «variable d'ajustement» sacrifiée. Dans ce contexte, l'accès à des produits neufs de première nécessité n'est pas un luxe, mais un instrument vital pour maintenir sa dignité et son inclusion sociale.

Profils de vulnérabilité en Belgique

- **Familles monoparentales (28,1% de pauvreté subjective) :** des arbitrages quotidiens où l'achat d'un produit d'entretien entre en concurrence avec le bien-être des enfants.
- **Personnes seules (20,5% de pauvreté subjective) :** une précarité silencieuse et sans filet, où chaque imprévu devient un risque de basculement.
- **Retraités (12% de pauvreté subjective) :** une zone de turbulences financières qui peut mener à l'isolement social par pudeur.
- **Étudiants :** des jeunes qui sacrifient leurs besoins de base pour leurs études, une réalité invisible qui pèse sur leur réussite.
- **Exclusion persistante :** chômeurs de longue durée ou issus de l'immigration, pour qui l'accès au neuf est un signal puissant d'inclusion.

[1] Tous les chiffres sont issus des rapports Statbel: https://statbel.fgov.be/fr/themes/menages/pauvrete-et-conditions-de-vie/risque-de-pauvrete-ou-dexclusion-sociale & https://statbel.fgov.be/fr/themes/menages/pauvrete-et-conditions-de-vie/privation-materielle-et-sociale

Chantal Hernould,
Président du CA, Asbl Tele-Dienst, Anvers

"En tant que point alimentaire et de distribution reconnu par la Ville d'Anvers, Tele-Dienst soutient chaque année près de 1 000 personnes. Ces derniers mois, nous faisons face à un effet de ciseau redoutable : alors que la précarité s'installe durablement pour de nombreuses familles, les soutiens publics – qu'ils soient européens, fédéraux ou locaux – s'amenuisent drastiquement.

Le désengagement progressif des autorités publiques en matière d'aide matérielle d'urgence et d'accueil des réfugiés augmente la pression sur des associations comme la nôtre. Nous voyons affluer de nouveaux publics, souvent orientés par des CPAS qui ne peuvent plus répondre à la demande directe. Dans ce contexte de pénurie généralisée, maintenir la qualité de notre aide devient un défi quotidien.

C'est ici que notre partenariat avec Goods to Give devient vital. Alors que le programme européen contre la privation matérielle ne permet plus de fournir de produits non alimentaires, pouvoir compléter nos colis avec du gel douche, du dentifrice ou des protections menstruelles de qualité n'est pas un luxe, c'est une nécessité. Sans cet appui, ces produits indispensables disparaîtraient tout simplement de notre offre. Plus qu'une aide logistique, Goods to Give nous offre les moyens de préserver la dignité des familles que nous accompagnons au cœur d'Anvers."

Céline Nieuwenhuys,
Secrétaire générale, Fédération des Services Sociaux (FdSS)

"Aujourd'hui, les services sociaux font face à une pression croissante. Les équipes doivent gérer des situations de plus en plus complexes, avec des moyens humains et financiers qui ne suivent pas. Il est facile d'imaginer la difficulté, par exemple, pour une personne qui travaille dans un service d'aide au logement de ne pas avoir de solution de logement à proposer aux personnes qu'elle accompagne. Cet écart entre mission et ressources est une source de frustration et d'usure professionnelle que les services de première ligne connaissent trop bien.

Dans ce contexte, les services ont besoin d'un soutien concret, pragmatique et basé sur la confiance - un soutien qui n'alourdit pas la charge administrative, mais leur permet d'agir là où les besoins sont les plus pressants. Des initiatives comme Goods to Give prennent ici tout leur sens. Grâce à cet appui concret en produits non-alimentaires essentiels, les équipes qui organisent la distribution de colis ont réellement de quoi les remplir et fournir une aide directe aux personnes qui en ont besoin. Cette capacité à répondre immédiatement à des besoins essentiels soulage le travail quotidien des services sociaux, ainsi que la réalité des bénéficiaires.

Goods to Give n'est pas une solution structurelle aux inégalités. Mais quel service l'est ? Sa force réside dans son soutien concret sur le terrain et dans sa capacité à connecter entreprises et associations, mobilisant un réseau de partenaires précieux."

Le Baromètre des besoins: piloter l'impact par la donnée

Pour répondre précisément aux attentes de notre réseau, nous avons développé un Baromètre des besoins. En croisant les retours du terrain de 600 organisations sociales et l'analyse des commandes sur notre webshop solidaire, cet outil nous permet d'identifier les produits essentiels et d'orienter nos collectes vers ce qui compte vraiment pour nos bénéficiaires.

Produits de lessive
200.000
21.629
11%

Produits d'entretien
140.000
8.875
6%

Shampooing
190.000
58.356
31%

Gel douche
190.000
129.697
68%

Dentifrice
120.000
48.227
40%

Soins pour bébés
100.000
8.481
8%

Matériel de rasage
100.000
85.410
85%

Protections périodiques
130.000
29.523
23%

Langes
60.000
51.542
86%

Fourniture scolaire
180.000
44.638
25%

Chaussures
35.000
3.437
10%

Sous-vêtements
200.000
1.653
0,8%

Besoins 2025 | Redistribués | % des besoins couverts

CHAQUE DON EST UNE OPPORTUNITÉ

Un don qui a de l'impact

72,6mio€
de produits redistribués en valeur marchande depuis 2013

10,6mio€
de produits redistribués en valeur marchande en 2025

1,1mio
de produits non alimentaires redistribués en 2025

1.499
références de produits différentes

- **73%** hygiène et soins
- **7%** tout pour la maison
- **6%** fournitures scolaires
- **5,5%** produits d'entretien
- **5%** couches
- **2%** vêtements et chaussures
- **1%** soins bébés
- **0,5%** sport et jouets

CPAS de Berchem-Sainte-Agathe - 2018

LA RENTRÉE DES CLASSES

Un don pour une rentrée sereine

Depuis 2016 :

321k€

investis dans l'achat de fournitures scolaires

409k

fournitures scolaires distribuées aux enfants dans le besoin

En 2025 :

57,6k

fournitures scolaires distribuées

161

organisations sociales soutenues

1€ donné

= 6€ de fournitures scolaires redistribuées

En Belgique, **13,8 % des enfants de moins de 16 ans**[2] subissent une privation matérielle qui impacte leur quotidien. Derrière ce chiffre se cache une réalité difficile : pour ces familles, la rentrée scolaire est synonyme de stress financier plutôt que de nouveau départ.

C'est pour briser ce cycle qu'est née l'opération **« Back to School »**. Depuis 2016, notre mission est claire : permettre à chaque enfant de commencer l'année avec du matériel scolaire neuf, de qualité et parfaitement adapté à ses besoins.

Nous agissons grâce à un levier de solidarité double :

Le don de produits

Nous transformons les invendus neufs en opportunités pour les enfants.

Le soutien financier

Il permet de compléter les kits pour répondre précisément aux besoins du terrain.

Ce modèle a déjà convaincu plusieurs entreprises engagées qui s'unissent autour d'un objectif commun : offrir une rentrée scolaire sereine aux enfants issus d'un milieu précarisé. Leur engagement est souvent boosté par des collectes solidaires auprès de leurs collaborateurs.

En 2025, nous avons à nouveau pu compter sur le précieux soutien financier de :

Maped, **PBS**, **Cortina**, **Eastpak, Turbel, AVA, Edding, Stabilo**, **Enfant Terrible**, **NV**, **All Sport** et **Fellowes** ont quant à eux généreusement contribué aux dons d'articles scolaires.

[2] https://statbel.fgov.be/fr/nouvelles/138-des-enfants-belges-souffrent-de-privation-materielle-liee-leurs-besoins-specifiques

Alexandra Goeyers,
Head of Solidarity, AG

"Lors de la quatrième édition de notre Winter Market annuel, plus de 1 500 collègues se sont rassemblés et ont permis de récolter 18 609 €, intégralement reversés à Goods to Give.

La solidarité est au cœur de notre ADN, et nos collaborateurs s'investissent chaque année avec enthousiasme pour soutenir Goods to Give. Après plusieurs années de partenariat, nous voyons chaque jour à quel point le travail de Goods to Give est essentiel et l'impact réel qu'il a - un engagement que nous sommes fiers de soutenir."

Scannez ce QR-code pour découvrir la vidéo Back to School 2025

Saliha Berhili,
Bénévole à l'asbl Hoop Al-Amal à Anvers

"À l'école, les inégalités se matérialisent souvent dès le premier jour. Depuis notre adhésion au réseau Goods to Give et grâce à l'action annuelle Back to School, nous permettons à des enfants en situation précaire de recevoir du matériel neuf et de vivre pleinement les préparatifs de la rentrée.

Lors de cette journée, les enfants choisissent leur cartable et le remplissent eux-mêmes. Plus qu'un don, nous voulons qu'ils vivent cette expérience ordinaire : choisir son matériel scolaire comme n'importe quel autre enfant.

À travers ce moment, nous leur disons : «Tu es un élève comme les autres». C'est ce sentiment d'appartenance qui compte énormément."

Hoop Al Amal, une organisation qui soutient des personnes en précarité en distribuant des biens essentiels et via l'accompagnement social, Anvers - 2025

UNE PROXIMITÉ INDISPENSABLE

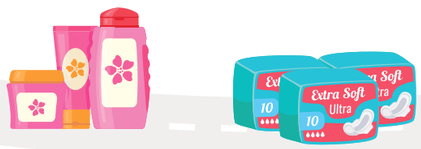
Un don qui crée du lien

LES ORGANISATIONS SOCIALES

Un réseau de confiance, un impact certifié

La force de Goods to Give repose sur une sélection rigoureuse et un suivi régulier de nos partenaires. Pour honorer nos engagements envers les entreprises, nous allons plus loin que la simple vérification :

- **Validation & Statuts**
  Avant toute affiliation, nous validons scrupuleusement les statuts de chaque structure pour garantir une utilisation irréprochable et transparente des dons.
- **Audits de terrain**
  Chaque année, avec l'appui de bénévoles experts, nous réalisons des audits opérationnels pour s'assurer que les produits parviennent exclusivement aux personnes en situation de précarité.
- **Professionalisation**
  Ces échanges permettent d'identifier des leviers d'amélioration pour renforcer l'efficacité des associations de première ligne.



Des ambassadeurs : le cœur du lien

Bien plus que des bénévoles, nos 17 ambassadeurs sont le trait d'union indispensable entre le terrain et notre staff. Chaque organisation partenaire bénéficie une fois par an d'un contact direct avec son ambassadeur dédié. Véritables capteurs des priorités régionales, ils s'assurent que notre soutien matériel est utilisé avec une efficacité maximale.

Eddy Vanhorebeek, Ambassadeur - Charleroi et Brabant wallon

"Chaque visite auprès d'une association est un moment clé pour les deux parties : l'occasion de faire le point, d'échanger sur leurs projets, de préciser leurs besoins et d'identifier les améliorations possibles dans notre logistique. Ce suivi régulier est au cœur de notre mission en tant qu'ambassadeur et de notre efficacité en tant qu'organisation.

Ces visites mettent en lumière de belles réussites rendues possibles grâce à notre partenariat, mais aussi des initiatives limitées par le manque de moyens, rappelant que nous ne pouvons être partout à la fois. Chaque rencontre est ainsi un moment positif et quelle plus belle récompense que d'avoir la reconnaissance de ce que nous faisons, avec nos moyens !"

Une passerelle entre deux mondes

Nous encourageons nos partenaires donateurs à dépasser le simple don logistique. En 2025, des entreprises comme **P&G, Pranarom, Maniet, Pierre Fabre et Beiersdorf** sont allées à la rencontre des organisations sur le terrain. Ces moments d'échange donnent un visage humain à la solidarité : l'engagement devient tangible et l'impact concret.

Pranarôm (Groupe Inula) visite La Fermette, un centre d'hébergement pour enfants à Ath - 2025

P&G visite la maison d'accueil de l'Ilôt à Bruxelles - 2025

LES ENTREPRISES PARTENAIRES

La transparence au cœur de notre relation

Au début de chaque année, nous remettons à nos entreprises partenaires un **Rapport d'Impact personnalisé**. Bien plus qu'un simple bilan chiffré, ce document est le reflet concret de notre engagement : une **traçabilité à 100 %**.

Chaque donateur peut ainsi visualiser précisément le parcours de ses produits : quelles associations ont été soutenues et quels volumes ont été distribués. Au-delà des chiffres, ce bilan est aussi un moment privilégié de dialogue avec nos partenaires pour analyser l'année écoulée et dessiner, ensemble, les contours de notre collaboration future.

Comprendre les réalités de nos partenaires

Parce que nos partenaires sont la force de notre mission, nous nous sommes plongés en 2025 au cœur des **centres de distribution et de production** des partenaires afin de mieux saisir leurs contraintes opérationnelles, leurs défis logistiques, ainsi que leurs priorités en matière de durabilité et de responsabilité sociétale.

Cette proximité nous permet de développer des collaborations efficaces, adaptées à leurs besoins et alignées sur leurs engagements CSR - un véritable win-win, où chaque surplus devient une opportunité de créer plus d'impact pour tous.

Nous avons ainsi visité les sites de **IKEA, Maniet, Essity et Pranarôm** en 2025.

Goods to Give visite le centre de distribution de Pranarôm (Groupe Inula) - 2025

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

"Le partenariat avec Goods to Give s'inscrit parfaitement dans notre mission : générer un impact positif sur les personnes et les communautés. L'enthousiasme et le professionnalisme de leur équipe rendent la collaboration non seulement efficace, mais aussi inspirante pour nous et nos collaborateurs. De plus, Goods to Give offre une solution durable et responsable pour dédier nos invendus à des fins sociales.

Ce qui rend ce partenariat particulièrement précieux, c'est son impact social tangible : nos produits bénéficient à des centaines d'organisations qui soutiennent directement les familles vulnérables. Lors de notre visite l'an dernier à Deelpunt, une épicerie sociale à Wetteren, nous avons pu constater à quel point les produits d'hygiène de base sont essentiels pour les personnes en situation de précarité. Ces expériences concrétisent notre engagement social et renforcent la fierté de nos équipes.

Pour P&G, l'impact communautaire est une valeur fondamentale. Grâce à Goods to Give, nous réalisons cette ambition de manière structurelle et mesurable. C'est pourquoi Goods to Give est depuis des années notre partenaire RSE de référence en Belgique, et nous sommes déterminés à poursuivre cette collaboration - ils font désormais partie intégrante de la famille P&G."

Erik Troost,
Sustainability Director,
L'Oréal Benelux

"Chez L'Oréal, nous considérons que l'accès à l'hygiène et à la beauté est un droit fondamental, un levier de dignité et d'estime de soi. Notre partenariat de longue date avec Goods to Give est au cœur de notre engagement « L'Oréal for the Future ».

Pour moi, cette collaboration dépasse le simple programme de dons : elle crée un lien professionnel, transparent et à fort impact entre nos produits et les 472 000 personnes soutenues chaque année par le réseau de Goods to Give en Belgique. En distribuant nos produits invendus de haute qualité via leur réseau de plus de 600 organisations, nous luttons contre le gaspillage tout en apportant des soins essentiels à ceux qui en ont le plus besoin.

Goods to Give est aujourd'hui un partenaire indispensable, qui transforme nos ambitions sociales en réalité concrète et quotidienne, confirmant notre conviction que la beauté peut – et doit – être un moteur d'inclusion."

Des journées solidaires au cœur de notre métier

Chez Goods to Give, nous croyons à la force de l'engagement partagé. C'est pourquoi nous organisons des Journées d'Action Solidaire, transformant le soutien des entreprises en une expérience humaine concrète.

Ces sessions de team-building offrent aux collaborateurs une immersion unique dans nos coulisses. En participant activement à la chaîne logistique - tri, conditionnement et palettisation - ils découvrent la réalité du terrain et la valeur des produits distribués.

Nous sommes profondément reconnaissants envers les nombreuses équipes, dont celles de **Beiersdorf**, **L'Oréal**, **P&G**, **Pierre-Fabre**, **BNP Paribas**, **NGroup** et **Puilaetco**, qui ont prêté main-forte à notre mission en 2025.

Comeos découvre nos opérations à Nivelles

Le 20 novembre 2025, **Comeos**, la fédération qui représente le commerce et les services en Belgique, s'est rendue à notre entrepôt de Nivelles avec plusieurs membres de sa commission durable. Cette visite a permis de renforcer les liens avec le secteur du retail et d'illustrer notre approche concrète de la durabilité et de la solidarité.

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

"Le 16 septembre 2025, nous avons passé une journée de tri solidaire dans l'entrepôt de Goods to Give avec plusieurs collègues de Pierre Fabre. Ce qui m'a le plus marquée, c'est de voir concrètement ce que deviennent nos dons : des cartons de produits que nous connaissons par cœur, triés pour des personnes en situation de précarité. Derrière chaque soin, on imagine une personne réelle avec un besoin précis.

Nous avons aussi préparé des produits "plaisir", qui apportent surprise, sourire et sentiment d'être considérés. Cette journée rend tangible la mission de Pierre Fabre : « Chaque fois que nous prenons soin d'une personne, nous contribuons à rendre le monde meilleur ». Habituellement vécue via nos marques et partenaires, nous l'avons expérimentée directement en participant nous-mêmes à cette chaîne de solidarité.

Merci à toute l'équipe de Goods to Give de nous avoir permis de mesurer l'impact concret de nos dons."

Les équipes de Nostalgie sont venues nous prêter main forte pour préparer des kits spéciaux pour la fête des mères - 2025

Une équipe motivée de Pierre Fabre a retroussé ses manches lors d'une journée d'action solidaire dans notre entrepôt - 2025

Une équipe enthousiaste de P&G au travail dans notre entrepôt - 2025

Belle énergie dans notre entrepôt à Nivelles avec une équipe de Beiersdorf - 2025

NOTRE CHAÎNE DE SOLIDARITÉ

Un don au service d'un objectif

Transparence et professionnalisme

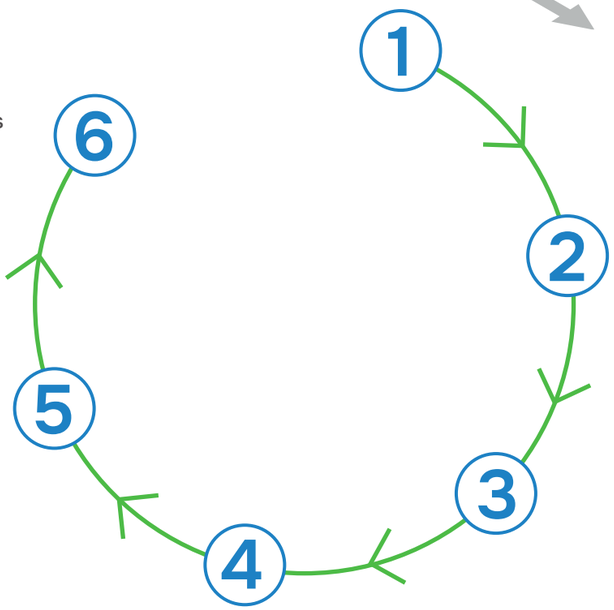
Goods to Give garantit une redistribution transparente et efficace des dons de produits grâce à un système professionnel de stockage, de traçabilité et de reporting. Forts d'une solide infrastructure logistique et numérique, d'une grande capacité de stockage et d'une étroite collaboration avec des organisations sociales dans toute la Belgique, nous veillons à ce que les partenaires produits sachent toujours où vont leurs dons et à ce que chaque don soit toujours converti en une aide concrète pour les personnes en situation de pauvreté.

Don de produits neufs

Les entreprises donatrices font un don de produits neufs non alimentaires.

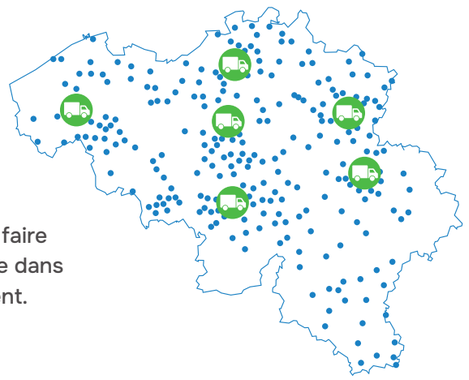
Stockage logistique

Les produits sont enregistrés et ensuite stockés dans notre entrepôt de grande capacité.



Redistribution aux personnes démunies

Les organisations veillent à ce que les nouveaux produits parviennent à ceux qui en ont le plus besoin.



Livraison flexible

Les organisations peuvent se faire livrer ou retirer leur commande dans l'un des six points d'enlèvement.

Commande sur mesure

Les organisations sociales choisissent leurs produits en fonction des besoins et ne paient qu'une participation aux frais.

Mise en ligne des produits

Après quelques jours, les produits sont mis à disposition via le webshop solidaire.

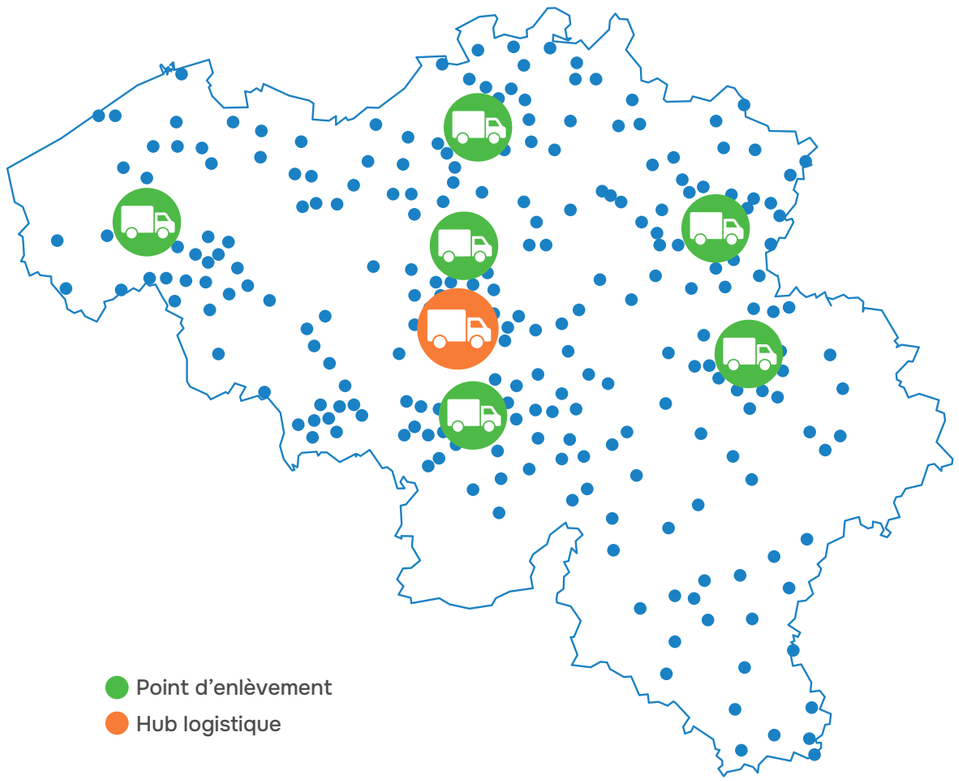
Une logistique optimisée

Notre modèle transforme la complexité logistique en un geste simple : un seul don permet aujourd'hui de soutenir **plus de 600 organisations sociales** à travers toute la Belgique.

En 2025, nous avons **modernisé notre système ERP Odoo** et intégré un outil dédié à la réception des dons, renforçant la traçabilité des produits, et l'efficacité de notre chaîne logistique. Parallèlement, **une analyse approfondie de nos processus logistiques**, menée avec un cabinet de consultance, nous a permis d'optimiser nos opérations sur deux axes : fluidifier la réception des dons et maximiser la capacité de stockage de notre entrepôt.

Une présence territoriale pensée pour les organisations sociales

Le soutien aux associations repose sur une accessibilité maximale. Grâce à nos **6 points d'enlèvement**, la grande majorité de notre réseau accède à ses produits dans **un rayon de 50 km**, réduisant ainsi considérablement les frais et le temps de transport pour les bénévoles.



La logistique en chiffres

1.663
palettes reçues

2.080
commandes livrées

1.499
références produits différentes proposées

373
tonnes redistribuées au lieu d'être détruites

Une nouvelle livraison Goods to Give arrive chez 'T Verzetje, une organisation d'aide aux personnes défavorisées. Des produits essentiels qui se rapprochent des bénéficiaires - 2024

DES PARTENAIRES ENGAGÉS

Un don qui fait la différence

55
partenaires produits actifs

12
partenaires financiers et partenaires de compétences

La force de l'alliance : transformer le surplus en solidarité

Le modèle de Goods to Give repose sur une conviction : aucun acteur ne peut résoudre seul le défi de la précarité. Notre action s'articule autour de deux piliers complémentaires :

- **Partenaires produits :** fabricants et distributeurs qui nous confient leurs invendus neufs pour leur offrir une seconde vie solidaire.
- **Partenaires financiers et partenaires de compétences :** entreprises, fondations et particuliers qui boostent notre capacité d'action via des dons financiers ou du mécénat de compétences.

Pourquoi s'engager à nos côtés ?

Collaborer avec Goods to Give, c'est choisir un partenaire stratégique qui offre :

- **La traçabilité absolue**
- **L'impact certifié**
- **La performance logistique**
- **Une réponse aux Objectif de Développement Durable**

Sophie Maisier Compagnon, Government & Corporate Affairs Lead - Haleon

"En Belgique, notre partenariat avec Goods to Give nous permet de lutter contre la précarité hygiénique en garantissant aux populations vulnérables un accès à des produits essentiels de santé et de soin. Grâce au réseau de bénéficiaires de Goods to Give, nous avons pu effectuer en 2025 un don initial de plus de 178 000 produits de santé bucco-dentaires et cosmétiques issus de nos marques les plus connues : Sensodyne, Parodontax, etc.

Chez Haleon, notre mission est d'améliorer la santé du quotidien avec humanité. En redirigeant les produits proches de leur date de péremption vers les populations qui en ont le plus besoin, notre collaboration avec Goods to Give allie impact social et gestion responsable. Elle marque également le début d'une relation de long terme, visant à faciliter l'accès à la santé du quotidien, en parfaite cohérence avec nos valeurs fondamentales."

Partenaires produits

P&G, L'ORÉAL, Henkel, inula, YVES ROCHER, reckitt, Beiersdorf, IKEA, TURBEL, HALEON, Pierre Fabre, VANS, Ontex, AkzoNobel, CASIO, cortina group, icebreaker, karo, demeyere, the cookware company, maniet luxus, signify, Maped, probiotic Group, Smartwool, Bambaw, Timberland, STABILO, TORFS, BIOCODEX, yun, EXPANSCIENCE, DIM, BIC, EASTPAK, UPSA, AVA, KICK RUSH, AURORA, EXACLAIR, DISTEC, edding, pbs Benelux, speedo, Les Ateliers Saupont, Fellowes Brands, Lyreco, novatech, asmodee, OLIVIA GARDEN, ENFANT TERRIBLE, EVERGREEN, essity, LAVAFIELDS, KONTOOR

Partenaires de soutien :

Partenaires financiers

AG
MEDIAHUIS PARTNERS
NOSTALGIE
CANDRIAM
BNP PARIBAS FORTIS
Fondation Charles-Albert Frère
capital at work
Wealth Management Foyer Group

Partenaires de compétences

AVENS
EY Building a better working world
MEDIAHUIS PARTNERS
ARGAFIN
virtualWords
Translation & Language Services

Des partenariats pour un impact décuplé

Goods to Give collabore avec des entreprises et des clubs Rotary pour soutenir des associations qui leur tiennent à cœur. Les partenaires mobilisent leur réseau pour collecter des dons, transformés en bons d'achat solidaires.

AG Rotary

Ces bons permettent aux associations d'accéder à des produits essentiels via le webshop solidaire de Goods to Give, où seule une contribution de solidarité - en moyenne 10% de la valeur commerciale du produit – est demandée.

Ainsi, un panier de 150 € en magasin revient à environ **15 €**, ce qui permet à **chaque euro donné d'avoir jusqu'à 10 fois plus d'impact** pour les associations.

Goods to Give participe au AG Sustainability Day - 2025

Soirée It's Good to Connect : une rencontre inspirante et solidaire

En octobre 2025, Goods to Give a organisé un événement unique : It's Good to Connect. Il a rassemblé partenaires financiers, associations, entreprises, clubs Rotary et amis de Goods to Give.

Bien plus qu'une simple rencontre, cette soirée a permis aux participants d'échanger de nombreuses idées concrètes dans le but de rendre l'action de Goods to Give encore plus large et plus efficace : qu'il s'agisse de nouveaux partenariats, de solutions logistiques innovantes, ou de campagnes de communication pour accroître notre notoriété.

Cet événement a renforcé les liens avec nos partenaires et montré à quel point nous pouvons compter sur une communauté engagée, inspirante et solidaire. Il a rappelé une évidence : ensemble, nous sommes plus forts !

Scannez ce QR-code pour découvrir la vidéo It's Good to Connect

La soirée It's Good to Connect en octobre 2025 : un moment pour renforcer nos liens

LES ORGANISATIONS SOCIALES

Un don qui fait du bien

601
organisations sociales affiliées

73
nouvelles organisations sociales affiliées en 2025

Notre réseau couvre l'ensemble du territoire belge et accueille une grande variété d'organisations: centres d'hébergement, épiceries sociales, groupes associatifs nationaux, CPAS, associations de quartier, et encore bien d'autres types d'asbl.

Typologie de structures (en %)

44%
organisations d'aide matérielle

25%
épiceries sociales

24%
centres d'hébergement

7%
centres d'accompagnement

Anke Schillemans, Coordinatrice, Filet Divers vzw

Avec la VRT, nous sommes allés visiter l'épicerie sociale Filet Divers, où la coordinatrice Anke Schillemans nous a fait visiter et nous a parlé de familles comme celle de Christine, qui risquent de tomber entre les mailles du filet sans soutien.

"Christine est mère célibataire de deux garçons et doit faire chaque mois des choix difficiles. Presque toute son allocation part dans le loyer, et l'alimentation saine ou les produits d'hygiène sont souvent les premiers à passer à la trappe. Depuis qu'elle peut faire ses courses chez nous, elle constate la différence au quotidien : elle bénéficie de produits de qualité à bas prix et garde ainsi la maîtrise de ses achats.

Cela l'aide à mieux gérer son budget, et des produits de première nécessité comme le papier toilette ou les couches deviennent accessibles. Grâce aux produits que nous commandons via Goods to Give – des shampoings aux produits d'entretien – nous pouvons mettre ces produits à disposition pour Christine et d'autres clients. Ce n'est pas une solution structurelle, mais cela offre un soulagement temporaire et permet à Christine d'avancer pas à pas, par exemple vers sa formation en travail social."

Lisez ici l'article de la VRT :

De nouvelles associations pour répondre à des besoins inédits

En 2025, Goods to Give a vu rejoindre son réseau un profil inédit d'associations et d'écoles, renforçant l'accompagnement de publics spécifiques, notamment les étudiants précarisés.

Le phénomène est tangible : le nombre d'étudiants précarisés a doublé en 10 ans, et 1 étudiant sur 10 bénéficie d'un revenu d'intégration, sans compter ceux qui doivent travailler pour financer leurs études.[3]

Ces nouvelles affiliations nous permettent de soutenir des publics jusque-là peu atteints et de leur apporter des produits de première nécessité, là où ils n'y avaient pas toujours accès.

Qui peut s'affilier à G2G ?

Toute organisation répondant aux critères suivants :

- Être une ASBL ou une organisation publique ;
- Être reconnue pour son action de lutte contre la pauvreté et l'exclusion sociale en Belgique ;
- Distribuer des produits directement aux personnes précarisées.

Des matinées qui nourrissent l'impact

En 2025, nos ambassadeurs ont organisé deux petits-déjeuners pour les associations d'une même région. Un à Anvers, et un autre à Bastogne, réunissant les associations partenaires de la province ainsi que de nouvelles structures qui ne connaissent pas encore Goods to Give. Ces rencontres permettent de renforcer les liens, d'échanger sur les défis logistiques et de rencontrer des entreprises donatrices locales.

Organisations sociales

Et beaucoup d'autres ...

[3] https://inesthinktank.be/deux-indicateurs-associes-a-la-precarite-des-jeunes-aux-etudes/

LE MODÈLE DE REVENUS

Un don qui repose sur une base solide

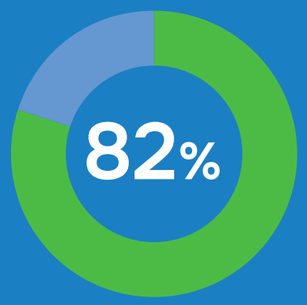
Le fonctionnement économique de Goods to Give repose sur un équilibre simple : les entreprises nous confient gratuitement leurs surplus non alimentaires, tandis que les organisations sociales versent une participation aux frais pour leurs commandes passées via notre webshop solidaire.

En 2025, cette contribution représentait en moyenne **7,7** % de la valeur marchande des produits distribués, avec un objectif cible de **10 %**. Ces participations solidaires permettent de couvrir nos coûts opérationnels, incluant la gestion de l'équipe ainsi que l'ensemble des frais de stockage et de transport.

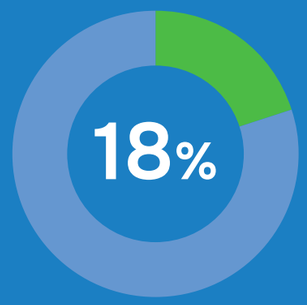
Résultats 2025

992k€

de recettes financières, réparties comme suit :



de contributions solidaires



de dons financiers

LES RÉSULTATS

Un don qui compte

L'année 2025 a été une période de défis pour Goods to Give, marquée par deux facteurs majeurs.

Côté revenus : un net ralentissement des dons de produits de première nécessité au second semestre, ainsi qu'un mécénat plus faible. L'ambiance morose actuelle n'a pas épargné notre structure, alors même que les besoins sur le terrain augmentent.

Côté frais : la décision prise en 2024 de renforcer l'équipe pour assurer la robustesse de Goods to Give a été concrétisée. Toutes les fonctions clés disposent désormais d'un binôme.

Cet effet de ciseau – moindres recettes et hausse des frais de structure – a nécessité de mobiliser une partie des réserves 2024, qui ont également financé la mise à jour d'Odoo, le logiciel au cœur de notre organisation logistique.

Compte de résultats (en 000 €)

	2024	2025	B2026
Contributions solidaires	951	816	1.028
Mécénat et financement de projets	242	165	168
Autres produits d'exploitation	21	11	10
REVENUS	**1.214**	**992**	**1.206**
% de revenus propres	*78%*	*82%*	*85%*
Frais opérationnels (IT, logistique)	-441	-537	-509
Rémunérations de l'équipe	-492	-589	-691
CHARGES	**-933**	**-1.126**	**-1.200**
CASH FLOW D'EXPLOITATION (EBITDA)	**281**	**-134**	**6**
Amortissements	-39	-54	-54
RÉSULTAT DE L'EXERCICE	**242**	**-188**	**-48**

Bilan (en 000 €)

Actif	2024	2025
Immobilisations	92	188
Créances	92	110
Trésorerie	540	163
Compte de régularisation	0	33
Actif total	**724**	**494**

Passif	2024	2025
Capitaux propres	544	355
Dettes à un an au plus	167	139
Comptes de régularisation	13	0
Passif total	**724**	**494**

Budget 2026

Malgré un début d'année 2026 au climat incertain, notre budget reste ambitieux. Les moyens mis en œuvre nous permettent d'aborder l'avenir avec confiance, en espérant que l'envie de solidarité - plus nécessaire que jamais - restera forte chez nos partenaires.

L'ÉQUIPE GOODS TO GIVE

Un don qui donne de l'énergie

L'équipe Goods to Give en 2025

- **Remco Ruiter** - Directeur général
- **Laurence Bounameaux**
  - Partenariats avec les entreprises donatrices
- **Kasper Knops**
  - Partenariats avec les entreprises donatrices
- **Marie de Harenne**
  - Réseau des organisations sociales FR
- **Fran Verwimp**
  - Réseau des organisations sociales NL
- **Virginie Houdmont** - Communication
- **Jérôme Merlin** - Logistique et TIC
- **Kaoutar Smahi Lmadani** - Logistique
- **Cathy De Greef** - Comptabilité & Administration

Fran Verwimp,
Responsable réseau des organisations sociales

"En mars 2025, j'ai rejoint avec beaucoup d'enthousiasme l'équipe soudée de Goods to Give. Grâce à mon expérience dans une organisation de lutte contre la pauvreté du réseau de Goods to Give, je connais à la fois le terrain et le fonctionnement de la webshop solidaire.

J'adore créer des ponts, ce qui correspond parfaitement à la mission de Goods to Give : connecter associations et entreprises tout en luttant contre le gaspillage, un engagement qui rejoint pleinement mes valeurs écologiques. Cette première année a été passionnante et je continue en 2026 à m'investir avec enthousiasme pour renforcer le réseau !"

L'équipe Goods to Give - 2025

Quelques-uns de nos précieux ambassadeurs - 2026

Kasper Knops,
Responsable partenariats entreprises

"En 2025, j'ai choisi de mettre mon expérience commerciale au service d'une mission sociétale forte. La pauvreté est l'un des défis les plus complexes de notre société, et y répondre efficacement demande de créer des liens entre les bons acteurs.

C'est ce qui m'a attiré chez Goods to Give qui accompagne les entreprises dans leur volonté d'agir et les aide à transformer cet engagement en impact concret.

Et ce qui me motive particulièrement, c'est ce rôle de facilitateur entre entreprises et associations. Collaborer chaque jour avec des partenaires engagés pour trouver des solutions est une source d'inspiration constante."

Les ambassadeurs Goods to Give en 2025

Nous tenons à exprimer notre profonde gratitude à nos ambassadeurs pour le temps précieux qu'ils consacrent bénévolement à notre mission. Par leur présence constante sur le terrain et leur écoute attentive, ils transforment chaque don de produit en un véritable lien humain avec les organisations sociales. Leur investissement personnel est le moteur indispensable de notre impact et la preuve que la solidarité est, avant tout, une aventure de cœur.

- **Aline Donck** (Audit)
- **Dirk Cardoen** (Flandre occidentale)
- **Frank Verzele** (Flandre orientale)
- **Evelyne Marsily** (Anvers)
- **Dominique Merlin** (Anvers et Bruxelles)
- **Fahrad Afshari** (Limbourg)
- **Marnix Van de Cauter** (Brabant Flamand & Bruxelles)
- **Anne-Michèle de Halleux** (Bruxelles)
- **Catherine Halluent** (Brabant wallon)
- **Raymond Halluent** (Brabant wallon)
- **Eddy Vanhorebeek** (Charleroi/Brabant wallon)
- **Michel Wastiau** (Hainaut)
- **Philippe de Bonhome** (Namur)
- **Cécile Gallez** (Tournai)
- **Jean-François Gallez** (Tournai)
- **Dany Drion** (Liège)
- **Patrick Maurissen** (Liège)
- **Marie-Claire Grimonster** (Luxembourg)
- **Philippe Steyaert** (Luxembourg)

Nous exprimons notre profonde gratitude à notre ambassadeur à Charleroi, Guy Turchet, décédé en juillet 2025. Son engagement pour sa région et le soutien enthousiaste qu'il a apporté à notre mission resteront dans la mémoire de Goods to Give.

LA GOUVERNANCE DE GOODS TO GIVE

Un don administré avec soin

Conseil d'administration

Dominique de Ville de Goyet
Président

Brigitte Bekaert
Vice-présidente

Laurent-Paul Van Steirtegem
Vice-président

Yves d'Audiffret

Philippe de Bonhome

Benoît Nachtergaele

Nathalie De Greve

Hughes Terlinden

Matthieu Soubry

Assemblée générale

Outre les administrateurs, l'Assemblée générale se compose des membres suivants :

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

Membres d'honneur de Goods to Give

- **William Blomme**, administrateur d'entreprises
- **Philippe de Buck van Overstraeten**, CEO d'honneur Business Europe
- **Bruno de Cartier**, administrateur d'entreprises
- **Luc de Tillesse**, CEO The Crew
- **Heidi Delobelle**, CEO AG
- **Victor Delloye**, administrateur délégué Fondation Charles-Albert Frère
- **Stefan Sablon**, avocat
- **Thierry Smets**, CEO Les Petits Riens
- **Nathalie van Hoorebeek**, ACR Partner EY

MERCI
à tous nos partenaires !

CPAS Berchem- Sainte-Agathe - 2018

Sources

- Statbel
- Le Collectif InES

Crédit photo

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

Concept et réalisation

- The Crew Marketing & Communication Agency

www.goodstogive.org
4, Rue des Pères Blancs
1040 Bruxelles
Une plateforme de distribution agréée
par le SPF Finances E.T. 136.674/3

info@goodstogive.org
02 740 43 01

Contact presse : Virginie Houdmont
virginie.houdmont@goodstogive.org

Vous souhaitez faire un don ?

Vous pouvez le faire via le compte les Amis de Goods to Give
de la Fondation Roi Baudouin.

Dit impactrapport is ook beschikbaar in het Nederlands.
This Impact Report is also available in English.