

Done : une solution gagnant-gagnant pour valoriser les stocks invendus des entreprises

Chaque année en France, 630 millions de produits non alimentaires dorment dans des entrepôts et ne seront jamais utilisés avant leur destruction. Pour résoudre cette problématique, Done accompagne les entreprises dans la valorisation de leurs stocks dormants en les transformant en dons.

Temps de lecture : minute

26 septembre 2023

4 milliards d'euros de produits sont oubliés dans les entrepôts des entreprises, et ne seront jamais utilisés. Destinés à être détruits, ces biens proviennent de surstocks, retours clients ou encore d'invendus. Ayant constaté ce problème grâce à leurs expériences professionnelles, Thomas Moreau et Guillaume Delory ont créé Done (ex-Donnez) pour transformer ces stocks en véritable opportunité pour chaque entreprise. En effet, la startup fonctionne comme un intermédiaire facilitant les dons de surstocks entre entreprises et associations, quel que soit le volume et la typologie du don.

« Il y a 5 ans, je travaillais chez Decathlon. On avait beaucoup de retours clients et d'invendus, et notre seule solution était de les détruire et de les jeter pour libérer de la place et les remplacer par des produits plus attractifs pour les clients », se rappelle Thomas Moreau, co-fondateur de Done. « Grâce à mon expérience dans le milieu associatif, c'est tout naturellement que j'ai proposé au directeur de magasin de donner plutôt que de jeter, afin que les associations puissent bénéficier de ces produits. Il a tout de suite accepté, car c'était 100 % bénéfique pour le magasin :

on arrêtaît de jeter et en plus on récupérait 60 % en réduction d'impôt tout en faisant une bonne action ! ».

Une réduction d'impôt pour les entreprises qui passent par Done

Done est une solution gratuite pour les associations et sans abonnement ni engagement pour les entreprises. En amont, la startup accompagne les entreprises dans l'identification de ses stocks dormants, invendus, retours clients, produits défectueux ou d'occasions. Puis, elle leur propose des associations qui pourraient avoir besoin de leurs dons pour des projets concrets. Les associations sélectionnées sont locales ou régionales afin de minimiser l'empreinte environnementale. La startup s'occupe ensuite de la mise en relation des deux acteurs, et s'occupe tant de la logistique que de la traçabilité administrative et fiscale.

Enfin, pour simplifier la démarche de don et accompagner ses clients, Done met à leur disposition une plateforme de gestion intuitive afin de lutter contre le gaspillage, en conformité avec la loi AGEC. *« Le don est la méthode de valorisation des surstocks la plus rentable avant le recyclage et le déstockage. Beaucoup d'entreprises, de la PME aux grands groupes, manquent cruellement d'informations sur le don. Et à tous niveaux, fiscal, juridique et sur l'impact RSE qu'ils peuvent générer »*, affirme Thomas Moreau, co-fondateur de Done.

Chaque don permet à l'entreprise de bénéficier d'une réduction d'impôt de 60 % sur la valeur des produits donnés, sur les frais de service de Done, mais également sur les frais de transport. Les biens ne transitent pas dans un espace de stockage et vont directement à l'association, sauf si celle-ci désire venir les chercher elle-même.

“Nous ne sommes pas une association”

Depuis la création de l'entreprise, Done a facilité 3.921 dons et donné 770.670 produits en travaillant avec 1.403 associations partenaires, partout en France. L'objectif de l'entreprise en 2024 est d'accompagner 200 entreprises de plus dans leur premier don, afin de revaloriser 10 millions d'euros de produits. La jeune pousse travaille déjà avec de grandes entreprises telles que Décathlon, Bricoman, Norauto ou encore Boulanger et permet à tous de suivre son actualité grâce aux « Done Stories », disponibles sur leur site internet.

« Nous voulions évoluer en termes d'image pour asseoir nos ambitions, d'abord en France, et par la suite à l'international : cette nouvelle identité (Donnez est devenu Done, ndlr), plus forte, renverra une image plus juste de notre solution », précise Thomas Moreau. « C'est une façon de nous détacher de cette image qui pouvait faire penser, à certains, que nous avions le statut d'association. Nous aidons les associations mais nous n'en sommes pas une. Nous sommes une véritable référence sur le marché de facilitateur du don, il nous fallait donc un nom qui reflète cette position. ».



MADDYNEWS

La newsletter qu'il vous faut pour ne rien rater de l'actualité des startups françaises !

JE M'INSCRIS

Article écrit par Guillaume Cossu