

## **Le réseau des épiceries solidaires Andès face à un effondrement de 30% des dons d'invendus des grandes surfaces en 2023**

*En 2023, le volume des dons des grandes surfaces a diminué de 29% : ce chiffre issu du bilan annuel d'Andès confirme la baisse inédite et massive des dons constatée sur le terrain. Elle représente une menace pour l'équilibre financier des épiceries solidaires, confrontées en parallèle à une augmentation du nombre de leurs bénéficiaires et des prix d'achat à la suite de l'inflation.*

En 2023, les épiceries solidaires du réseau Andès, qui permettent aux personnes fragilisées de choisir leur panier d'achat contre une faible participation financière, enregistrent une baisse de 29% des dons d'invendus des grandes surfaces. Alors que les épiceries solidaires ont accompagné plus de 230 000 bénéficiaires pour leur permettre d'éviter de basculer vers la précarité, ces dons ont été ramenés à 22% de l'approvisionnement total, contre 35% en 2022.

### **Une baisse quantitative et qualitative**

En dépit des constats de terrain, il était jusqu'à présent difficile de dégager une tendance nationale sur l'évolution à la baisse de ces « ramasses » (dons réguliers d'invendus de la grande distribution), notamment du fait de situations locales très contrastées. Dates de consommation ultra courtes, produits ultra transformés : l'état et la fraîcheur des produits donnés sont également dégradés, et ne correspondent souvent plus aux produits recherchés par les clients bénéficiaires. Inscrite dans le sillage d'une tendance amorcée il y a plusieurs années, cette baisse des dons constitue une menace pour l'équilibre financier des épiceries solidaires. Également confrontées à l'inflation, celles-ci achètent en effet une part croissante de leur approvisionnement.

### **Des besoins étendus à de nouvelles populations**

Selon le Credoc, 16% des Français souffrent désormais de précarité alimentaire. Le phénomène touche particulièrement les femmes, notamment les mamans solos, les jeunes, avec un rebond des difficultés (pertes d'emploi, isolement) lors de la crise du Covid-19, les retraités avec faibles retraites et les travailleurs modestes. Au-delà de la privation, l'absence de choix est un nouveau marqueur de la précarité : 45% des Français déclarent ainsi manger suffisamment mais ne pas pouvoir consommer ce qu'ils souhaitent. Ces situations s'étendent progressivement aux populations aux revenus modestes, mais pleinement intégrées dans le tissu social : 31% des actifs avec des bas salaires sont en précarité alimentaire et 42% ne peuvent pas manger ce qu'ils veulent ; 13% des classes moyennes inférieures sont également en situation de précarité, et 55% ne mangent pas ce qu'elles veulent. Entre 2021 et 2023, les épiceries solidaires du réseau Andès ont ainsi accompagné 31 % de bénéficiaires supplémentaires : familles monoparentales, travailleurs précaires, étudiants, retraités... qui ne sont pas toujours habitués à demander une aide alimentaire. Or, face à la baisse des dons en quantité et en qualité, et la hausse des prix d'achats, 38% des épiceries solidaires du réseau Andès déclaraient dès fin 2022 avoir dû réduire les quantités et/ou la qualité des denrées proposées à leurs bénéficiaires.

### **Pour le réseau Andès : la recherche de nouvelles formes de collaboration et d'engagement multi public**

Résultant en partie d'une meilleure maîtrise des stocks, la baisse des invendus de la grande distribution constitue une bonne nouvelle au titre de la lutte contre le gaspillage alimentaire. En revanche, elle impose de décorrélérer la lutte contre le gaspillage et la lutte contre la précarité alimentaire, qui avancent de pair depuis de nombreuses années. Pour permettre de maîtriser les quantités et la qualité des produits distribués, les épiceries solidaires doivent désormais développer de nouvelles formes de collaboration et d'engagement avec la grande distribution. Celle-ci doit continuer à constituer un maillon essentiel dans l'approvisionnement des acteurs de l'aide alimentaire. Pour ce faire, elle peut par

exemple proposer un abondement lors des collectes organisées en magasin ou bien encore favoriser des offres d'achat à tarifs préférentiels.

Dans ce contexte, l'association Andès fait évoluer son territoire de communication pour mieux refléter son engagement contre la précarité et en faveur d'une alimentation de qualité, variée et choisie. Celle-ci est un prérequis et une porte d'entrée pour reprendre confiance et restaurer le pouvoir d'agir des personnes concernées. Un engagement synthétisé dans une nouvelle identité visuelle et une signature de marque : "NOURRIR LA SOLIDARITÉ".

Contact presse : Christelle Perrin – [christelle.perrin@andes-france.com](mailto:christelle.perrin@andes-france.com), 06 27 61 72 30

### **A propos d'Andès**

Aujourd'hui, neuf millions de Français sont en situation de privation matérielle et sociale et 16% sont concernés par la précarité alimentaire\*. Pour répondre à cette situation de crise, Andès (Association Nationale des Epicerie Solidaires) développe depuis plus de 20 ans une nouvelle forme de lutte contre la précarité alimentaire favorisant l'accès digne à une alimentation de qualité, variée et choisie.

Améliorer sa situation, recréer du lien, retrouver confiance en soi, se concentrer sur son projet personnel ou professionnel, et faire ses courses : en passant la porte d'une épicerie solidaire, les clients bénéficiaires accèdent à des produits de qualité, mais sont aussi épaulés par des équipes dédiées pour agir sur leur avenir. En fédérant un réseau de plus de 600 épicerie solidaires en France, Andès crée des espaces de respiration qui permettent à chacun de rebondir et de continuer à avancer.

Andès est une association du Groupe SOS.

+ d'infos : [new.andes-france.com](http://new.andes-france.com)