

Social et green washing au détriment de l'aide alimentaire: le modèle Happy Hours Market



Happy Hours Market est une entreprise qui récupère les invendus de commerces afin de les revendre en fin de journée à prix réduit sur une application. Les restes sont ensuite déposés après 21h30 à des associations d'aide alimentaire.

Au premier regard, l'action d'une telle entreprise semble vertueuse : lutte contre le gaspillage et soutien aux associations d'aide alimentaire. Qu'en est-il vraiment?

Récap sur la récup

Face à l'urgence de la précarité alimentaire et faute de moyens conséquents mis en œuvre, les associations d'aide alimentaire ont été les premières à récupérer des invendus. La détermination du secteur a entraîné une évolution de la législation et des pratiques facilitant les dons d'invendus :

- obligation pour les moyennes et grandes surfaces de faire don des aliments périmés du jour au bénéfice des associations ;
- allègement financier pour les magasins donateurs (récupération de la TVA) ;
- interdiction de détériorer la nourriture (fin de l'eau de javel déversée dans les poubelles).

Un marché gratuit, solidaire, innovant et organisé qui se développe ne pouvait qu'attirer in fine des convoitises...

«Et si on osait... faire du profit sur les invendus...?»

Des entreprises à vocation lucrative se saisissent de l'opportunité et surfent sur la vague de l'antigaspi: elles détournent ces invendus, jusque là intégralement destinés à l'aide alimentaire, afin de les revendre.

Les associations sont devenues, non seulement la poubelle gratuite de l'entreprise, mais aussi sa poubelle lucrative

Quel est le modèle commercial d'Happy Hours Market ?

Happy Hours Market est une SPRL dont le but est de faire du bénéfice, sans aucune mention sociale ou environnementale dans ses statuts. Happy Hours Market se différencie des autres entreprises « antigaspi » par son utilisation de l'aide alimentaire pour assurer l'adhésion des citoyens et des citoyennes et des institutions publiques à son projet. En plus du soutien de quelques communes pour y exercer son activité de revente, l'entreprise a reçu, début 2021, 80.000 euros dans le cadre d'un financement public régional et vient de recevoir un subside de be Circular.

À qui profite la crise sanitaire?

Lors de l'arrivée du covid-19, Happy Hours Market n'a pas su vendre les invendus récupérés, faute de clients et clientes, et en a profité pour organiser de nombreuses actions de communication quand à cette époque l'entreprise redistribue alors l'entièreté de ses invendus à des associations, cpas, hôpitaux, homes et associations d'aide aux plus précaires. Ses activités prennent de l'ampleur, elle est acclamée par la presse, remerciée et citée en exemple. Toutefois, à la reprise de son activité de vente, l'entreprise a stoppé net la majorité de ses livraisons aux associations. Celles-ci ont alors vite réalisé qu'elles avaient **servi d'appât**.

Enquête, mise en confiance, détournement

Happy Hours Market justifie son arrivée dans le secteur en soulignant que les associations ne sauvent que 13% des invendus mais, dans les faits, elle n'agit aucunement en faveur d'une réduction du gaspillage puisqu'elle n'a fait que **détourner les invendus** auparavant récupérées par les associations.

Explications:

N'ayant pas connaissance du terrain de l'aide sociale ni du terrain alimentaire, Happy Hours Market s'est tout d'abord renseigné auprès d'associations pour connaître leur mode d'organisation, leurs partenaires, etc... disant vouloir créer des synergies et améliorer la lutte contre le gaspillage alimentaire. Cependant, plutôt que de contacter des magasins encore disponibles dans la chaîne de récupération,

l'entreprise a démarché ceux avec lesquels il existait déjà des partenariats, se présentant comme un intermédiaire indispensable proposant une solution tout en un: « on reprend tout, tous les jours, on centralise et on donne aux associations ». Évincées ou livrées beaucoup trop tard, certaines associations ont **diminué de plus de la moitié** leur capacité de distribution, et ont aussi dû redoubler d'énergie pour chercher de nouveaux partenaires, ruinant par la même occasion des efforts accumulés depuis des années, dans la mise en place d'un réseau et la volonté de conserver des liens privilégiés avec les magasins et leurs équipes*.

Les méthodes de la start-up nuisent également aux magasins donateurs: d'un point de vue fiscal, ceux-ci peuvent récupérer la TVA sur les produits donnés s'ils sont ensuite distribués gratuitement. Or Happy Hours Marke organise une vente et, de ce fait, les magasins contreviennent à la réglementation.

Aucune garantie, aucune éthique = aucun intérêt

Dans sa communication externe, Happy Hours Market vante sa dimension philanthropique par le fait qu'elle fait don des aliments qu'elle n'a pas pu vendre à des associations.

Cependant, les associations reçoivent les restes des restes, donc des produits d'une qualité moindre et, surtout, impossibles à distribuer à une heure si tardive (21h30). Elles sont donc contraintes de jeter une bonne partie des produits qui leur ont été livrés. **Le gaspillage est alors à son comble** dans ce système de détournement d'invendus. De plus, Happy Hours Market exige dans ses contrats qu'elles acceptent tous les produits sans exception, mais **rejette toute responsabilité** concernant leur qualité, y compris en ce qui concerne la garantie des règles d'hygiène en vigueur (acheminement, conservation, stockage) alors qu'elle se targue justement d'être équipée dans ce but!

En très peu de temps les associations ont donc vu la qualité et la quantité de leur produits baisser, et ces dernières sont devenues, non seulement la poubelle gratuite de l'entreprise, mais aussi sa poubelle lucrative. Pour le peu d'associations qui subsistent parmi les « bénéficiaires » d'Happy Hours Market, le contrat qui les lie à l'entreprise est extrêmement bancal (utilisation de leurs noms sans aucune restriction, contrat pouvant être résilié sans raison avec un préavis de 2 semaines), les mettant ainsi dans l'insécurité concernant leur approvisionnement.

La roue tourne pour Happy Hours Market

Happy Hours Market est bien conscient du mécontentement de très nombreuses associations et de la méfiance du secteur de l'aide alimentaire. Son lien avec les associations étant son argument principal pour récupérer gratuitement les invendus auprès de supermarchés, il est à craindre que la start-up développe un système pour déposer ses

invendus. Ainsi, quoi qu'il arrive, le secteur alimentaire aura beau la boycotter, elle aura mis en place un pseudo-système de redistribution qui aura pour seul but de justifier son activité lucrative.

La marchandisation de l'aide alimentaire : de la science fiction ?

Le secteur de l'aide alimentaire s'organise depuis des dizaines d'années et se professionnalise surtout depuis 2015 dans la collecte d'invendus: achat et mutualisation des moyens logistiques, partage des moyens entre associations, collaborations etc. Des plateformes d'approvisionnement et d'échange existent déjà dans le secteur (DREAM, Bourse aux dons, LOCO...).

Il n'est pas satisfaisant de venir en aide aux personnes précarisées avec des invendus, mais aujourd'hui aucune autre solution n'existe. Il est encore moins envisageable que la qualité et la quantité de cet approvisionnement soit mis à mal par les entreprises qui s'intéressent de plus en plus à cette source de nourriture – surtout en ce moment, en pleine période de crise sanitaire et sociale. Si plus d'attention n'est pas portée à ce qui est en train de se jouer actuellement, et si les pouvoirs publics voient les entreprises privées à but lucratif comme des partenaires de l'aide sociale plutôt que de soutenir structurellement les actions de terrain, les dérives continueront jusqu'à la marchandisation totale de l'aide alimentaire (avec son lot de mises en concurrence et de pratiques déloyales). **Ce modèle n'est pas une solution.**

Il est temps de sécuriser l'approvisionnement des associations contre les entreprises sans scrupule qui se servent d'elles pour leur profit!

Signé: les associations qui ne veulent pas de ce modèle ni d'Happy Hours Market.

* Aussi, faute de temps, de personnel etc, beaucoup de magasins franchisés ou de plus petits commerces vont jeter plutôt que donner – l'incitant financier qui motive les points de vente à donner n'est pas assez attractif à l'échelle d'un magasin indépendant, qui mobilise plus de moyens financiers qu'il n'en reçoit pour exercer l'activité de don à une association. Au contraire des magasins intégrés dans un réseau (95% des donateurs de l'aide alimentaire) ont tout intérêt à y participer car l'économie d'échelle permet une rentabilité: cela concerne alors un ensemble de points de vente, qui appliquent les directives imposées par l'entreprise mère. Par exemple, sur environ 150 magasins Carrefour que compte Bruxelles, moins d'une vingtaine sont intégrés au réseau de Carrefour Belgique.