



Je donne
à des organismes caritatifs



DONNEZ PLUSIEURS VIES
À VOS PRODUITS



**PÔLE
D'INNOVATION**
artisanat et petites entreprises

ISM
INSTITUT
SUPÉRIEUR DES
MÉTIER

dgcis
direction générale de la compétitivité
de l'industrie et des services

COLLECTION SUR LE TERRAIN
"Être boulanger aujourd'hui"

2013

Le développement durable est une notion souvent galvaudée, aussi il n'est pas inutile d'en rappeler la définition : *“ Le développement durable est un développement qui répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures à répondre aux leurs ”*.

Cette définition a été proposée dès 1987 par la Norvégienne Gro Harlem Bruntland dans un rapport commandé par l'ONU et intitulé “ Notre avenir à tous ”.

Comment ne pas souscrire à une telle déclaration !

Dans le même temps, la difficulté est dans la mise en œuvre. On oublie trop souvent que le développement durable s'appuie sur 3 volets : l'environnement, l'équité sociale, mais aussi **l'économie**. Sans entreprises viables, il ne peut y avoir production des biens nécessaires à la collectivité humaine.

Aussi, j'ai demandé au Pôle d'innovation de l'INBP de rédiger 4 mémentos qui vous permettront d'agir en ce domaine. Ils s'inscriront dans une collection intitulée “ Sur le terrain, être boulanger aujourd'hui ”.

Le premier vous apportera des conseils sur la procédure à suivre pour répondre à des appels d'offres publics. La boulangerie de proximité a une vraie légitimité à fournir des collectivités et il serait dommage de se priver de ce marché par une méconnaissance des règles de soumission.

Le second portera sur le don à des organismes caritatifs.

Le gaspillage alimentaire est un vrai problème au niveau européen. Les entreprises alimentaires de proximité ont de bonnes performances dans ce domaine par rapport à des productions de masse. Toutefois, dans cette période de difficultés économiques, les boulangers peuvent mettre en place des pratiques qui répondent à un besoin et contribuent à la responsabilité sociale de l'entreprise tout en justifiant fiscalement les pertes.

Les deux derniers seront consacrés au volet environnemental et notamment aux emballages bio dégradables pour la restauration rapide. À partir de conseils simples et concrets, vous pourrez agir, mais aussi communiquer auprès de votre clientèle. Une grande enquête réalisée en novembre 2012 par les fabricants d'emballage et France Nature Environnement a montré combien les consommateurs sont en attente d'informations sur ce sujet. Il ne faut donc pas manquer cette occasion de valoriser l'entreprise.

Les boulangers, par leur production locale, leur sens de l'économie et leur proximité avec la clientèle pratiquent déjà le développement durable sans en être toujours conscients. Compte tenu de ces atouts, il serait dommage de ne pas aller plus loin et de ne pas communiquer sur ce sujet.

Georges Bernard Shaw disait que *“ Dans la vie, il y a deux catégories d'individus : ceux qui regardent le monde tel qu'il est et se demandent pourquoi. Ceux qui imaginent le monde tel qu'il devrait être et se disent : pourquoi pas ? ”*

Les boulangers ont toujours été des entrepreneurs qui se sont dit “ pourquoi pas ? ”.

Pour prolonger cette dynamique, ces 4 mémentos concrets et pratiques vous apporteront des outils. N'hésitez-pas à vous en inspirer, il en va non seulement de votre responsabilité sociale et environnementale, mais aussi de la **réussite économique** de l'entreprise.

Jean-Pierre Crouzet
Président





SOMMAIRE

LE GASPILLAGE ET LA PRÉCARITÉ ALIMENTAIRES,
DEUX RÉALITÉS QUI COHABITENT

4

LES INVENDUS : QU'EN FAIRE ?

5

QUE SAIT-ON DES INVENDUS EN BOULANGERIE-PÂTISSERIE ?

5

VALORISER PAR LA CONSOMMATION HUMAINE

6

VALORISER PAR LA CONSOMMATION ANIMALE

7

L'AIDE ALIMENTAIRE EN FRANCE

8

LES BÉNÉFICIAIRES DE L'AIDE ALIMENTAIRE

8

LES ACTEURS DE L'AIDE ALIMENTAIRE

8

DONNER DES PRODUITS

11

ÉTABLIR UN PARTENARIAT AVEC UNE ASSOCIATION CARITATIVE LOCALE

11

QUELS PRODUITS DONNER ?

11

COMMUNIQUER SUR LE DON

13

POINTS CLEFS À RETENIR

14

CONCLUSION

14

SE DOCUMENTER : QUELQUES RESSOURCES

15

LE GASPILLAGE ET LA PRÉCARITÉ ALIMENTAIRES, DEUX RÉALITÉS QUI COHABITENT

Le gaspillage alimentaire se définit comme **“la quantité de nourriture qui aurait pu être mangée par l'homme et qui est finalement jetée”**. En France, c'est une préoccupation majeure des pouvoirs publics. Ainsi, le 14 juin 2013, Guillaume Garot, ministre délégué chargé de l'agroalimentaire, a-t-il présenté à tous les acteurs de la filière alimentaire concernés, un Pacte national de lutte contre le gaspillage alimentaire dont l'objectif est de diminuer par deux le gaspillage alimentaire dans notre pays d'ici à 2025.

Un milliard de tonnes de nourriture serait gaspillé chaque année dans le monde pour un coût d'environ 750 milliards de dollars, selon la FAO (Fonds des Nations unies pour l'alimentation). En France, l'ADEME a établi qu'un habitant jette en moyenne chaque année 20 à 30 kg de nourriture. Cela représente une perte d'environ 400 euros par an pour une famille de quatre personnes. Parmi ces aliments, 7 kg par habitant seraient jetés avec leur emballage non-ouvert. Le coût est aussi environnemental, puisqu'il faudra transporter et traiter ces déchets, ce qui occasionne des dépenses d'énergie et des émissions de CO₂.

Dans le même temps, on estime à 3,5 millions le nombre de personnes ayant bénéficié de l'aide alimentaire en France, en 2010. Seules sont cependant recensées ici les personnes aidées par les associations dites “têtes de réseau” (Fédération française des banques alimentaires, Restos du Cœur, Croix-Rouge française, Secours populaire français).

2014 est déclarée année européenne de la lutte contre le gaspillage alimentaire, les boulangers peuvent y contribuer en jouant un rôle dans ce double aspect de notre société : abondance et dénuement.



LES INVENDUS : QU'EN FAIRE ?

“Pain mis au dur”, “pain mis à la casse”, autant d’expressions qui peuvent choquer, tant le pain revêt encore en France, au-delà de l’aliment, une valeur symbolique. Un tabou pour le grand public... et pourtant, une réalité vécue par les boulangers.

L’éthique du métier de boulanger repose en effet sur la vente aux clients de pain du jour, et, qui plus est, la vente de pain chaud tout au long de la journée. Si les professionnels savent analyser l’historique de leur chiffre d’affaires et de leurs invendus¹, il n’en reste pas moins que des facteurs extérieurs à l’entreprise, comme le climat, les grèves et problèmes de circulation, occasionnent des invendus qui peuvent représenter un pourcentage significatif du chiffre d’affaires quotidien. Difficile de produire exactement ce qui sera vendu...

QUE SAIT-ON DES INVENDUS EN BOULANGERIE-PÂTISSERIE ?

En réalité, s’il on sait qu’il y a en a toujours trop, on ne dispose pas de données volumétriques précises pour notre secteur.

En 2011, le Ministère de l’agriculture et de l’alimentation a pourtant souhaité mener une étude sur la caractérisation du gaspillage dans les métiers de la remise directe que sont ceux :

- de la distribution : GMS, épiceries, boulangeries ;
- de la restauration collective : scolaire (maternelles/primaires, collèges et lycées, universités), en établissements de santé et médico-sociaux (hôpitaux, maisons de retraite), d’entreprises (entreprises privées et administrations) et de la restauration commerciale (restauration et hôtellerie-restauration).

La méthodologie de l’étude repose à la fois sur une analyse bibliographique, sur une interrogation d’experts et de représentants des corps professionnels, ainsi que sur une campagne de pesée quotidienne à heure fixe des déchets, en distinguant :

- les produits qui ne sont plus mangeables et ne sont plus commercialisés ;
- les produits encore mangeables mais qui ne sont plus commercialisés ;
- les emballages.

Cependant, en raison de la faible représentativité de l’échantillon étudié et d’une grande variabilité de situations et de pratiques rencontrées, la généralisation des données présentées dans le rapport d’étude (“Pertes et gaspillages dans les métiers de la remise directe (restauration et distribution) - MAAPRAT, 2011”) comporte un taux d’incertitude élevé.

Au cas particulier de la boulangerie, une campagne de pesée de 7 jours a été réalisée en septembre 2011 dans une boulangerie d’une superficie de 200 m² située dans le centre d’une ville bretonne de 30 000 habitants. Les résultats obtenus sont les suivants :

Jour		Pertes/gaspillages inévitables (Kg/j)	Pertes/gaspillages évitables (Kg/j)	Pertes/gaspillages évitables (détail)
1	Mardi	3	2,6	Parts de pizza , de quiche, parts de cake aux fruits, pain, pâtisserie
2	Mercredi	4	11,2	Viennoiserie, pain, pâtisserie
3	Jeudi	2,5	8,1	Bases de gâteau, gâteaux, pain, pâtisserie
4	Vendredi	1,5	11,6	Gâteaux au chocolat, gâteaux aux fruits, viennoiserie, pain, pâtisserie
5	Samedi	5,5	9,2	Gâteaux aux fruits, pain, pâtisserie
6	Dimanche	1,5	10,6	Bases de viennoiserie, pain, pâtisserie
7	Lundi	Fermé	Fermé	Fermé
Sous-Total par semaine		18 kg (25%)	53,3 kg (75%)	
TOTAL par semaine		71,3 kg		
Extrapolation sur une année		71,3 x 50 semaines environ, soit 3 565 kg soit 3,5 tonnes/an		

¹ Pour en savoir plus, se reporter à la fiche technique du Pôle Innovation de l’INBP intitulée “Tableau de bord de gestion”, à télécharger à la rubrique Documentation du site www.inbpinnov.com

Les déchets d'emballage alimentaires ont également été pesés pendant 7 jours. En extrapolant sur une année, ils représentent 47% de la masse totale des déchets (déchets alimentaires et emballages). Environ 60% des déchets d'emballage examinés sont recyclables.

La boulangerie avait reçu des consignes de tri très précises. La consultante chargée de l'étude a effectué chaque jour les pesées, ainsi que les relevés qualitatifs (types de produits jetés qui étaient encore consommables).

Commentaire :

Les chiffres obtenus sont impressionnants, puisque l'extrapolation conduit à considérer que la boulangerie de l'étude produit 6,6 tonnes de déchets par an !

Cependant, il est extrêmement difficile d'en faire une généralisation. En effet :

- on ne connaît pas les volumes produits et vendus par l'entreprise en question ;
- le laps de temps pendant lequel les pesées ont eu lieu est extrêmement court (7 jours !) ;
- on ne connaît pas le niveau de sensibilisation du chef d'entreprise et de ses équipes à la question du gaspillage ;
- même si l'on sait que la boulangerie est située en centre ville, on ne sait rien de la typologie de sa clientèle ;
- on ne connaît pas non plus l'étendue de la gamme produite en boulangerie, viennoiserie, traiteur et pâtisserie.

Néanmoins, l'intérêt d'une telle étude est de faire prendre conscience que **s'intéresser à la question des déchets est une saine et nécessaire démarche.**

VALORISER PAR LA CONSOMMATION HUMAINE

Les boulangers savent donner une autre vie aux pains qui ne peuvent plus être vendus en les transformant simplement, et en les proposant à leur clientèle sous forme de chapelure ou de croûtons pour la soupe.

Il est également possible de proposer des produits plus élaborés, sucrés ou salés, en utilisant des fabrications de la veille (essentiellement brioche, pain de mie, pain). Une liste d'ouvrages sur ce thème est proposée à la fin du guide.

Hormis ces possibilités de transformation " maison ", ou la poubelle comme ultime recours, d'autres solutions peuvent être choisies par les professionnels, suivant l'état de fraîcheur du pain et le contexte local.

Ainsi, quand les produits sont encore consommables, le boulanger peut les donner à une association caritative de proximité (Banque alimentaire, Restos du Cœur, Croix Rouge française, Secours populaire français...) qui les distribuera aux bénéficiaires de l'aide alimentaire. Ces associations distribuent, selon les cas, des repas chauds, des sandwiches ou des colis alimentaires dans lesquels le pain a tout son intérêt.

Certains boulangers ont fait le choix de vendre le pain de la veille à un prix inférieur de 50% à son prix d'origine. Il faut toutefois s'assurer que cette pratique ne vienne pas " cannibaliser " la vente de pain frais...



Commentaire : de l'aliment au déchet

Il faut savoir qu'à partir du moment où les invendus quittent la " filière alimentaire " pour rejoindre la " filière déchet ", la responsabilité du boulanger n'est plus engagée.

Autrement dit, aucune obligation réglementaire d'un traitement supplémentaire, comme l'aspersion d'eau de javel, ne s'impose au boulanger. Cependant, les produits jetés peuvent être en contact avec des souillures ou encore subir une rupture de la chaîne du froid et s'avérer dangereux.

Les personnes qui se servent dans les poubelles (pratique du glanage) sont censées le faire en connaissance de cause, à leurs risques et périls.

Repère : j'informe les glaneurs qui prélèvent dans mes poubelles

Si je donne des produits à une association caritative, je peux apposer sur mes poubelles le message suivant :

*Les produits contenus dans cette poubelle
sont susceptibles d'être souillés
et impropres à la consommation.*

Ce magasin donne des produits consommables à :

*Association XXX
Centre de distribution le plus proche : XXXX*

*Dirigez-vous vers cette association,
vous pourrez y trouver des produits sains.*

Source : " Guide de bonnes pratiques de l'aide alimentaire " (ANIA – FCD, juillet 2009)

VALORISER PAR LA CONSOMMATION ANIMALE

Si le pain n'est plus consommable, il peut être valorisé pour l'alimentation animale. Certains boulangers proposent en effet à leur clientèle le pain invendu sous forme de morceaux pour les animaux domestiques.

En France, il existe, dans une dizaine de départements, des chantiers d'insertion qui collectent le pain sec, le trient, le coupent en tranches pour en faciliter le séchage, puis le réduisent par broyage en chapelure. La mouture obtenue est conditionnée en sacs et vendue à des fabricants d'aliment pour le bétail ou bien directement à des éleveurs. Les tonnages traités sont impressionnants. À titre d'exemple, l'association " Pain contre la Faim " du Mans collecte 4 à 5 tonnes de produits chaque semaine (250 tonnes à l'année !), dont 60% proviennent de quelque 97 boulangeries artisanales partenaires.

Commentaire :

S'intéresser au sort des invendus, c'est s'intéresser à la fin du **cycle de vie des produits**.

Différentes possibilités de " recyclage " existent donc, mais, dans le cas des associations, les limites en sont l'organisation et le coût de collecte.

L'AIDE ALIMENTAIRE EN FRANCE

LES BÉNÉFICIAIRES DE L'AIDE ALIMENTAIRE

Il est difficile de quantifier exactement le nombre de personnes ayant recours à l'aide alimentaire, l'estimation communément admise est environ 5,4% de la population française. Sur un plan qualitatif, le profil des bénéficiaires est très diversifié : étudiants, travailleurs occupant un emploi précaire, demandeurs d'emploi, SDF, retraités, familles en difficulté ponctuelle... La part des retraités est en augmentation, ce qui est un phénomène récent.

Selon les bénéficiaires eux-mêmes, ce sont les dépenses de loyer (33% des dépenses), d'eau et d'énergie (37%) qui causent leurs problèmes financiers. L'alimentation devient une variable d'ajustement de leur budget.

Recourir à l'aide alimentaire n'est cependant pas une démarche anodine, car d'une certaine manière cela signifie renoncer à son autonomie. C'est pourquoi certaines personnes préfèrent glaner des aliments sur les marchés ou encore dans les poubelles.

LES ACTEURS DE L'AIDE ALIMENTAIRE

En France, 4 grands types d'acteurs participent à la réduction de l'insécurité alimentaire et à la réinsertion des bénéficiaires :

- les pouvoirs publics : ministères chargés de l'alimentation, de la lutte contre les exclusions et de la santé, ainsi que leurs directions générales et régionales ;
- les collectivités territoriales : en particulier les Centres communaux et intercommunaux d'action sociale (CCAS et CIAS) ;
- les associations caritatives : les 4 "têtes de réseau", l'Association Nationale des Epicerie Solidaires (ANDES) et toutes les autres associations caritatives locales ;
- les acteurs privés : producteurs, artisans, entreprises agroalimentaires, grossistes, distributeurs et aussi les particuliers lors des collectes nationales à la sortie des grandes surfaces.

ÉTAT NUTRITIONNEL DES PERSONNES RECOURANT À L'AIDE ALIMENTAIRE

L'étude Abena ("Alimentation et état nutritionnel des bénéficiaires de l'aide alimentaire") 2011-2012 a été réalisée de novembre 2011 à mi-avril 2012 dans six zones urbaines françaises (Paris, Marseille, Grand-Dijon, Seine-Saint-Denis, Val-de-Marne et Hauts-de-Seine) auprès de 2019 personnes. Elle a été reconduite après une première enquête menée en 2004 et 2005 dans quatre zones urbaines communes (Paris, Marseille, Grand-Dijon, Seine-St-Denis) auprès d'un échantillon de 1164 personnes. Abena 2011-2012 permet d'actualiser les données sur les comportements alimentaires et l'état nutritionnel de cette population mais aussi d'analyser les évolutions observées depuis 2004.

Abena 2011-2012 résulte d'un partenariat scientifique et financier entre l'Observatoire régional de santé Ile-de-France, l'Institut de veille sanitaire (InVS), la Direction générale de la cohésion sociale (DGCS) et l'Institut national de prévention et d'éducation pour la santé (Inpes).

Les résultats 2004-2005 soulignaient la forte dépendance des personnes à l'aide alimentaire, la faible consommation de certains groupes alimentaires, ainsi que les fréquences particulièrement élevées de pathologies liées à la nutrition (obésité et hypertension artérielle et diabète en particulier).

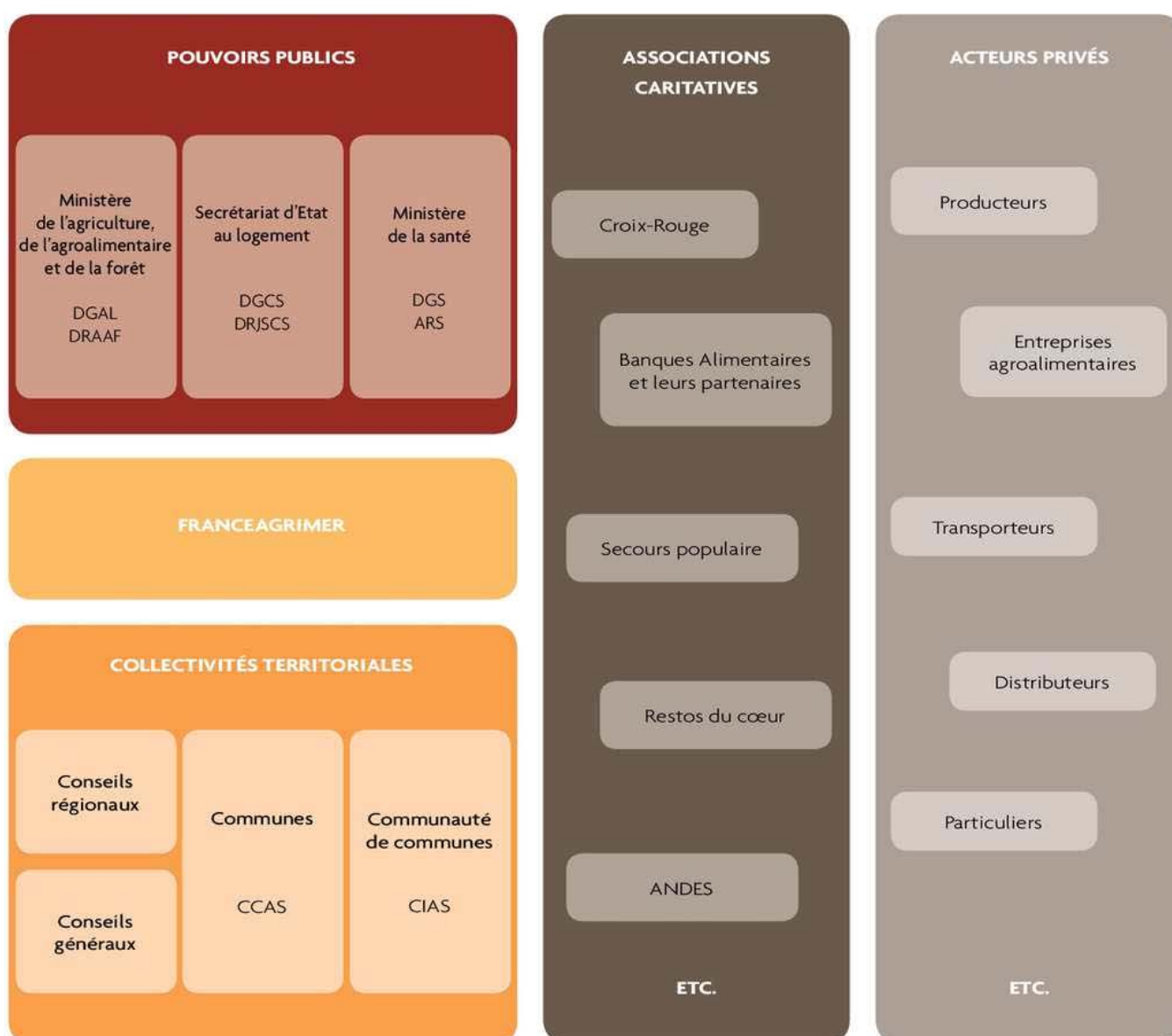
En 2011-2012, l'étude souligne notamment que :

- L'état de santé des usagers de l'aide alimentaire demeure préoccupant avec des prévalences des pathologies liées à la nutrition particulièrement élevées et une évolution contrastée depuis 2004-2005. On note une augmentation de la prévalence de l'obésité chez les femmes qui concerne 35 % d'entre elles (soit le double de ce qui est observé en population générale). L'hypertension artérielle est aussi en augmentation chez les hommes (48,5 % contre 34,2 en population générale). Néanmoins, l'évolution favorable de certains marqueurs biologiques de l'état nutritionnel, comme la baisse de l'anémie par carence en fer, encourage à poursuivre les actions entreprises pour améliorer l'organisation de l'aide alimentaire (diversité des aliments proposés, choix donné aux usagers...).
- Les consommations de certains groupes d'aliments recommandés pour leur valeur nutritionnelle sont faibles. Il s'agit, en particulier, des fruits et légumes et des produits laitiers moins consommés qu'en population générale. De légères améliorations ont été néanmoins observées depuis 2004-2005.

- L'aide alimentaire est la principale source d'approvisionnement pour de nombreux types d'aliments. Plus de la moitié des usagers des structures distribuant des denrées à emporter déclaraient avoir recours exclusivement à l'aide alimentaire pour se procurer des produits non périssables (pâtes, riz, farine, etc.), des conserves ou du lait UHT. Cette proportion a doublé depuis 2004-2005 pour les produits non périssables. La moitié des bénéficiaires (51%) ont eu recours à l'aide alimentaire depuis plus de deux ans. Ils étaient 34,5% en 2004-2005.
- L'hétérogénéité des profils des usagers de l'aide alimentaire et leurs conditions de vie difficiles, en termes de situations familiales, d'emploi, de logement, ainsi que de renoncement aux soins.

Source : www.inpes.sante.fr

PRINCIPAUX ACTEURS DE L'AIDE ALIMENTAIRE EN FRANCE



Source : Conseil National de l'Alimentation (" Aide alimentaire et accès à l'alimentation des populations démunies en France")

DGAL : direction générale de l'alimentation ; DRAAF : direction régionale de l'alimentation, de l'agriculture et de la forêt ;
 DGCS : direction générale de la cohésion sociale ; DRJSCS : direction générale de la jeunesse, des sports et de la cohésion sociale ;
 DGS : direction générale de la santé ; ARS : agence régionale de santé ; CCAS : centre communal d'action sociale ;
 CIAS : centre intercommunal d'action sociale ; ANDES : association nationale de développement des épiceries solidaires.

Le système de l'aide alimentaire repose sur différents programmes. Le plus ancien, créé en 1987, est le Programme Européen d'aide au plus démunis (PEAD). Son fonctionnement repose sur le troc de matières premières issues des stocks de la politique agricole commune (PAC) contre des denrées alimentaires par des professionnels de l'agroalimentaire dans le cadre d'appels d'offres européens.

Suite aux réformes successives de la PAC, les stocks d'intervention ont presque disparu. Pour y remédier, les pouvoirs publics français ont décidé de créer, en 2004, le Programme national d'aide alimentaire (PNAA). Il permet l'achat de produits carnés, de poissons, de fruits et légumes ou de tout autre produit non fourni par le PEAD. FranceAgriMer, établissement public administratif placé sous la tutelle de l'Etat, joue un rôle important dans la gestion du PEAD et du PNAA.

En France, le PEAD représente 70% de l'aide alimentaire distribuée par les 4 associations caritatives dites " têtes de réseau " que sont la Fédération française des banques alimentaires, Restos du Cœur, Croix-Rouge française, Secours populaire français qui bénéficient également du PNAA.

En février 2013, les dirigeants européens réunis en sommet ont décidé une diminution draconienne de l'aide alimentaire : l'enveloppe budgétaire pour la période 2014-2020 va connaître une baisse de 40% par rapport à celle de 2007-2013. Le PEAD en tant que tel va d'ailleurs disparaître, au profit d'un Fonds d'aide aux plus démunis (FEAD) dont le financement serait assuré par la politique sociale de l'Union.

Parallèlement au PEAD et au PNAA, un Programme Alimentation et Insertion (PAI) a été lancé en 2003, il a pour objectif d'accompagner la distribution de l'aide alimentaire par des actions de sensibilisation et de réinsertion des bénéficiaires de l'aide alimentaire.

Enfin, le Programme National pour l'Alimentation, créé en 2010, intègre dans ses objectifs l'offre d'une alimentation équilibrée et diversifiée aux plus démunis.

L'aide alimentaire des associations caritatives revêt plusieurs formes dans lesquelles le produit " pain " a toute sa place :

- paniers ou colis préparés à l'avance ou bien constitués avec les bénéficiaires ;
- repas chauds servis dans des centres fixes ou mobiles ;
- bons d'achat d'urgence remis par une association et à utiliser chez les commerçants partenaires ;
- libres-services de la solidarité, épiceries sociales ou solidaires où il est possible de faire ses achats moyennant une participation financière de 10 à 20% du prix affiché.



DONNER DES PRODUITS

ÉTABLIR UN PARTENARIAT AVEC UNE ASSOCIATION CARITATIVE LOCALE

Les associations d'aide alimentaire interviennent sur des périmètres géographiques définis et connaissent donc bien les besoins alimentaires des populations précaires qui y habitent.

Etablir un partenariat avec l'une d'entre elles permet de faire acte de générosité efficace et de manière durable. Mais, à moins de pouvoir aussi donner de son temps en tant que bénévole, il n'y aura pas de contact direct avec les bénéficiaires.

La déontologie qui règne dans l'association doit pouvoir garantir que les produits donnés iront effectivement à des personnes dans le besoin.

Un des facteurs limitants d'un tel partenariat réside cependant dans les moyens logistiques dont dispose l'association.

Repère : Je vérifie avec l'association

Afin de m'engager sereinement avec une association d'aide alimentaire, je vérifie avec elle les points suivants :

- les valeurs portées par l'association sont-elles en cohérence avec les miennes ?
- la fréquence et les horaires de collecte sont-ils compatibles avec mon organisation de travail et mes jours d'ouverture ?
- quels sont les produits que l'association accepte, ceux qu'elle refuse ? Je précise que je donnerai ce que j'aurai produit et qui ne sera pas vendu, il ne m'est donc pas possible de satisfaire systématiquement les demandes.
- l'association est-elle équipée, pour le transport, de matériel garantissant l'intégrité des produits ? En particulier, pour les produits réfrigérés et surgelés, en cas de dons sous ces formes, la chaîne du froid peut-elle être garantie ?
- quel est le nom du ou des bénévoles qui viendront collecter les produits chez moi ?
- quel est mon interlocuteur direct dans l'association ? En cas de nécessité, comment puis-je le joindre ?
- ...

ACTEUR CITOYEN, ACTEUR DE LA VIE LOCALE, L'INBP S'EST TOUJOURS ENGAGÉ

Parce que son univers est fort de symbolique autour du pain, l'INBP aide régulièrement des associations caritatives. Ainsi, l'Institut fournit du pain et des viennoiseries à plusieurs associations d'aide alimentaire de la région rouennaise. L'engagement a également pris une dimension accrue grâce à la conception conjointe d'ateliers cuisine pour les bénéficiaires des Restos du Cœur.

QUELS PRODUITS DONNER ?

Il faut avant tout avoir en tête que les produits donnés doivent être d'une qualité proche à celle des produits vendus, sur les plans de l'aspect, du goût et être totalement conformes sur le plan de la qualité sanitaire. En tout état de cause, il faut respecter les obligations réglementaires telles qu'explicitées dans le Guide de Bonnes Pratiques d'Hygiène en Boulangerie et Pâtisserie.

Les produits à distribuer en priorité sont les pains et viennoiseries, sauf si celles-ci comportent de la crème (voir encadré). Parmi les invendus, le pain est vraisemblablement le produit qui restera en plus grande quantité, cela intéressera donc l'association qui se déplace jusqu'au donateur. En effet, l'association préférera distribuer 10 pains que 2 cakes aux fruits...



PÂTISSERIE ET PRODUITS TRAITEURS

Pour ce type de produits, il faut respecter les durées de vie mentionnées dans le Guide de Bonnes Pratiques d'Hygiène (GBPH) en Boulangerie et Pâtisserie, celles-ci se décomptant à partir de la date de fabrication de la base, et non du produit fini.

Exemple pour les éclairs au café :

La crème est fabriquée le lundi. Le garnissage de l'éclair et la mise en magasin sont effectués le mardi. Le produit, d'après le GBPH, est consommable jusqu'au mercredi soir (durée de vie de 3 jours).

Si, pour des raisons commerciales, les éclairs ne sont laissés en magasin que jusqu'au mardi soir, il est alors en théorie possible qu'une association puisse les prendre en vue d'une distribution. MAIS, il faudra impérativement inscrire sur le carton "à consommer jusqu'au mercredi jj/mm/aaaa" (traçabilité produit), ainsi que sur le bon de sortie (traçabilité papier).

Depuis 2011 les organismes caritatifs disposent eux-mêmes d'un Guide de Bonnes Pratiques d'Hygiène (" Distribution de produits alimentaires par les organismes caritatifs "). Dans le cadre des "Ramasses" (collectes en magasins), le guide stipule que les pâtisseries réfrigérées à base de crème pâtissière et/ou de crème chantilly doivent être systématiquement refusées. Si l'association fait une application à la lettre de cette recommandation, elle devrait donc refuser, dans l'exemple précédent, les éclairs au café... d'autant plus que la date limite de consommation est extrêmement courte.

NB : le don de produits traiteurs assemblés sans cuisson, comme les sandwiches, les canapés ou les salades est à proscrire.

En principe, l'entreprise n'est responsable de son produit que tant qu'il reste sous son contrôle. Dès lors qu'elle a collecté les produits, l'association prend ces derniers sous son entière responsabilité, jusqu'à leur remise aux centres de distribution ou aux personnes bénéficiaires, selon son organisation.

Pour être donné, le produit doit être identifiable. L'entreprise donatrice doit permettre sa traçabilité en fournissant un **bon de sortie**, en double exemplaire, à chaque passage de collecte. Ce document comportera, a minima, les éléments suivants :

- nom et adresse du donateur ;
- nom et adresse de l'association caritative ;
- nature des produits donnés ;
- quantité ou volume de chaque produit donné ;
- indication, si nécessaire, d'une date limite de consommation ;
- emplacements pour la signature de chacune des parties.

En cas d'alerte sanitaire², l'entreprise reste en revanche responsable (règlement CE n°178/2002 du 28 janvier 2002), même si le produit est déjà parti dans une association. L'entreprise doit :

- transmettre systématiquement à l'association (par téléphone, puis confirmation par fax ou mail) un message de rappel concernant le produit incriminé ;
- archiver l'élément de la preuve de la transmission (fax par exemple) pendant 3 ans + l'année en cours.

LA BOURSE AUX DONS, UNE PLATEFORME INTERNET

La Bourse aux dons est une plateforme d'échange de dons pour l'aide alimentaire conçue par le Ministère de l'Agriculture, de l'Agroalimentaire et de la Forêt. Il s'agit de mettre en lien des donateurs potentiels avec des receveurs, pour favoriser les dons aux structures d'aide alimentaire.

L'idée d'une Bourse aux dons est née du constat suivant : nombreux sont les professionnels de l'agriculture et de l'agroalimentaire (producteurs, industries agroalimentaires, artisans, distributeurs, transporteurs, restaurateurs...) qui souhaitent faire des dons mais n'ont pas le temps ou les contacts permettant de réaliser ce projet. Et nombreux sont les associations caritatives ou les Centres communaux d'action sociale qui ont des besoins en denrées alimentaires mais n'ont pas le temps ou les contacts pour augmenter leur volume de denrées disponibles.

La Bourse aux dons a pour objectif de contribuer à la réduction des gaspillages et d'augmenter l'autonomie des associations.

Les professionnels souhaitant faire un don sont invités à s'inscrire sur internet (<https://accres.agriculture.gouv.fr/creation-collaborateur/faces/bdnu/business/creatCollabPrinc.jsp>) et à rédiger leur offre, qu'elle concerne des denrées alimentaires, du matériel, du transport ou du mécénat de compétences. L'ensemble des receveurs inscrits sur le site recevront directement l'offre de don et pourront alors y répondre rapidement.

Les associations souhaitant recevoir des dons sont invitées à faire connaître leur besoin en s'inscrivant également sur cette plateforme internet.

Le dispositif est en cours de déploiement dans les départements. Pour en savoir plus sur la Bourse aux dons, vous pouvez contacter Perrine Coulomb : perrine.coulomb@agriculture.gouv.fr

² Une alerte sanitaire résulte soit d'une information transmise par un fournisseur indiquant que la qualité sanitaire d'une de ses matières premières n'est pas conforme, soit de la découverte a posteriori d'une mauvaise pratique d'hygiène au cours de la fabrication d'un produit.

Commentaire : Valoriser fiscalement le don ?

1- Principe général

Comme pour les dons financiers, les entreprises assujetties à l'impôt sur les revenus et à l'impôt sur les sociétés, qui font des dons en nature, peuvent bénéficier d'une réduction d'impôt à hauteur de 60% des dons et dans la limite de 5/1000 de leur chiffre d'affaires.

Conformément aux dispositions de l'article 238 bis du Code Général des Impôts, le bénéfice de la réduction d'impôt, à raison des dons effectués à des organismes d'intérêt général, n'est pas subordonné à la production par les entreprises donatrices de reçus " Cerfa " des organismes bénéficiaires des dons.

Ainsi, pour le cas de don en nature, ce n'est pas à l'association qu'il revient de valoriser le don. Cette dernière n'a à s'engager que sur la nature et la quantité (poids ou volumes selon les cas) des produits donnés. C'est au donateur d'en estimer la valeur (montant en euros), sous forme d'une déclaration.

Les denrées alimentaires sont estimées à leur valeur en stock. Lorsque cette valeur est nulle, du fait par exemple de la proximité de la date de péremption, aucune réduction d'impôt ne peut être pratiquée.

2- Cas des produits de boulangerie-pâtisserie

Nous avons interrogé l'administration fiscale sur le cas des produits de boulangerie-pâtisserie. Voici la réponse obtenue jusqu'à présent :

"S'agissant du secteur de la boulangerie, il nous semble que la date de péremption des produits est atteinte dès la fin de la journée (...) en raison de la nature des biens concernés. Les pains doivent être évalués à la valeur comptable (coût de revient et non valeur marchande). Toutefois, la valeur d'un tel don serait, à notre avis, nulle, pour la raison exposée précédemment".

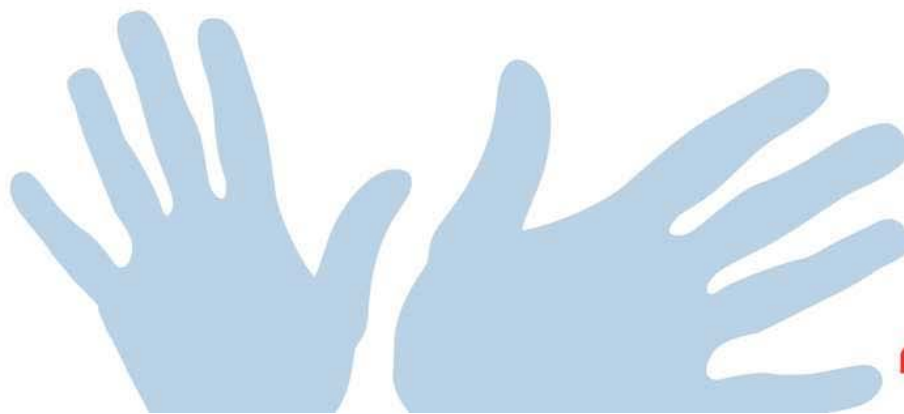
Nous ne manquerons pas de communiquer auprès des artisans boulangers-pâtisseries si la position de l'administration fiscale s'assouplissait.

COMMUNIQUER SUR LE DON

Une recherche sur internet permet de trouver quelques articles de presse locale comportant le témoignage de boulangers qui donnent des produits à des associations locales ou bien directement à des familles dans le besoin.

Communiquer sur le don de produits peut néanmoins se révéler délicat vis-à-vis de la clientèle habituelle qui est en droit de s'étonner qu'il y ait des excédents de production susceptibles d'être jetés ou encore que des produits soient donnés, et donc gratuits, passée une certaine heure...

Le plus sécurisant en la matière est, encore une fois, d'établir une convention avec l'association bénéficiaire des dons. Elle doit prévoir des modalités de communication qui satisfassent chacune des deux parties. La mention du partenariat sur le site internet de l'association peut être une bonne solution.



POINTS CLEFS À RETENIR

La FCD (Fédération des entreprises du commerce et de la distribution) et l'ANIA (Association nationale des industries alimentaires) ont formulé quelques recommandations à l'intention des donateurs. Une adaptation à notre secteur permet de retenir les points clefs suivants :

- 1** Il est préférable de formaliser les partenariats de dons par la signature d'une convention entre le donateur et l'association.
- 2** Le boulanger et l'association désignent chacun un interlocuteur responsable de superviser et d'organiser la procédure du don.
- 3** Le boulanger et l'association respectent les conditions d'hygiène et de sécurité des aliments aux stades du stockage, du transport, de la manutention et de la mise à disposition du bénéficiaire, en se référant aux guides de bonnes pratiques d'hygiène "Boulangerie et Pâtisserie" et "Distribution de produits alimentaires par les organismes caritatifs".
- 4** L'association s'engage à signer un bon de sortie préparé par le boulanger donateur comportant les éléments d'enlèvement (nature des produits, quantité, poids, volume) et si possible les éléments de traçabilité. Ce bon de sortie est indispensable à plusieurs titres :
 - il constitue une attestation du transfert de propriété,
 - il doit permettre d'assurer la traçabilité. Il doit donc être conservé par l'association et le magasin ou l'entreprise. Il est notamment utilisé en cas d'alerte sanitaire.
- 5** L'association justifiera à la signature de la convention (cf point 1) d'une assurance responsabilité civile couvrant l'ensemble de ses activités et les conséquences dommageables liées à son activité, notamment à la distribution, et à la nature des produits objets de la convention.
- 6** Le boulanger et le directeur ou le président de la structure bénéficiaire s'efforcent de se rencontrer sur une base annuelle pour faire le point et proposer des pistes d'amélioration. Ce bilan se fera de préférence au siège de l'association.

CONCLUSION

Le comportement d'achat, pour partie aléatoire, des clients fait qu'un certain volume de pertes alimentaires reste inévitable, malgré le grand professionnalisme des boulangers-pâtisseries. Les pertes que représentent les invendus doivent être considérées par les professionnels comme un des facteurs de la gestion de leur entreprise.

Du point de vue environnemental, le gaspillage alimentaire constitue une source importante d'impacts : terres arables sollicitées inutilement, consommation d'eau, émissions de gaz à effet de serre participant au réchauffement climatique...

Les boulangers-pâtisseries, par leur activité, se trouvent intégrés comme un des maillons de la longue chaîne de pertes et gaspillages qui s'établit du champ au consommateur. Toutefois, la production sur place, la spécialisation des produits, la petite taille des entreprises font que les boulangers-pâtisseries réussissent à limiter ce phénomène.

La place des boulangers-pâtisseries dans la société locale leur permet de jouer un rôle actif dans la réduction du gaspillage, tout en apportant leur pierre à la lutte contre la précarité.

Ainsi, le don en nature, sous forme de pain, à une association caritative permet d'éviter la poubelle comme ultime destination de la production réalisée et procure un apport nutritionnel intéressant aux personnes en précarité alimentaire. De plus, ce geste, expliqué aux salariés de l'entreprise, peut contribuer à la bonne ambiance de travail, tant au fournil qu'au magasin.

Il convient toutefois de noter qu'une réduction d'impôt liée au don de produits de boulangerie-pâtisserie est aléatoire car elle reste soumise à l'interprétation des textes par les services fiscaux. Elle ne peut être envisagée au moment où nous clôturons la rédaction de ce guide.

Enfin, la générosité peut prendre d'autres formes, comme le bénévolat, ce qui présuppose d'avoir du temps libre... ou encore le don financier qui, lui, sous certaines conditions, peut engendrer une réduction d'impôt.

Quelle que soit la forme sous laquelle s'exprime le don, cela concourt à l'exercice d'une certaine responsabilité sociale dans l'activité professionnelle.

SE DOCUMENTER : QUELQUES RESSOURCES

■ **Guide pratique** pour donner des produits alimentaires à des organismes caritatifs

"Guide de bonnes pratiques de l'aide alimentaire" (ANIA – FCD, juillet 2009)

En téléchargement, en particulier, sur les sites suivants :

www.fcd.asso.fr

draaf.haute-normandie.agriculture.gouv.fr/Un-guide-des-bonnes-pratiques-de-l

■ **Guide pratique de bonnes pratiques d'hygiène** élaboré par la Croix Rouge française, la Fédération française des banques alimentaires, les Restaurants du Cœur et le Secours populaire français – "Distribution de produits alimentaires par les organismes caritatifs"

En vente sur le site : www.ladocumentationfrancaise.fr

■ **Avis** du Conseil National de l'Alimentation

Aide alimentaire et accès à l'alimentation des populations démunies en France" (avis n°72 adopté à l'unanimité le 22 mars 2012)

En téléchargement à l'adresse suivante : www.cna-alimentation.fr/index.php?option=com_docman&Itemid=28

■ **Etude** de l'Institut de Veille Sanitaire – "Étude Abena : Comportements alimentaires et situations de pauvreté : Aspects socio-anthropologiques de l'alimentation des personnes recourant à l'aide alimentaire en France"

Étude Abena 2004-2005 en téléchargement à l'adresse suivante :

<http://www.ladocumentationfrancaise.fr/rapports-publics/074000728/index.shtml>

Étude Abena 2011-2012 en téléchargement à l'adresse suivante :

<http://www.inpes.sante.fr/30000/actus2013/009-abena2011-2012.asp>

■ **Rapport** du Ministère de l'agriculture, de l'agroalimentaire et de la forêt – "Pertes et gaspillages dans les métiers de la remise directe (restauration et distribution)" (novembre 2011)

Rapport final et annexes en téléchargement à l'adresse suivante : alimentation.gouv.fr/gaspillage-alimentaire-etude

■ **Quelques sites internet**

Portail public de l'alimentation : alimentation.gouv.fr

Bourse aux dons : alimentation.gouv.fr/professionnels-lutte-gaspillage-alimentaire

Banques Alimentaires : www.banquealimentaire.org

Restos du Cœur : www.restosducoeur.org/

Croix-Rouge Française : www.croix-rouge.fr/

Secours populaire français : www.secourspopulaire.fr/

Exemple d'association "Pain contre la faim" : www.pclf-epi-54.fr

Réduction des déchets (ADEME) : www.reduisonsnosdechets.fr

■ **Quelques ouvrages**

• **61 recettes avec du pain**

URY Jacqueline - Editions Les quatre chemins, 2009, p. 141

L'auteur propose 61 recettes sucrées ou salées pour utiliser les restes de pain.

• **Le pain sec, 10 façons de le préparer**

ANNAERT Laura - Les Editions de l'Épure, 2011, p. 15

Ce petit ouvrage propose 10 façons d'accommoder le pain sec.

• **La cuisine au pain : 101 recettes inédites de nouvelles saveurs**

ROBUCHON Joël, GERVAIS Christian - Editions Christian

de Bartillat, 1994, p. 202

Ce livre de recettes est le premier où le pain est un véritable ingrédient.

• **Transformer son pain en recettes gourmandes**

BORGARINO Clothilde, BORGARINO Didier - Editions Gramond, 2009, p. 123

La première partie de l'ouvrage relate rapidement l'histoire du pain puis présente la place du pain dans l'alimentation actuelle. Viennent ensuite des recettes élaborées à partir de restes de pain.

• **Festins de pains 25 recettes sucrées**

VILLEMUR Michèle - Aubanel Editions, 2009, p. 71

L'auteur propose 25 recettes sucrées à base de pain.

• **Festins de pains 25 recettes salées**

VILLEMUR Michèle - Aubanel Editions, 2009, p. 71

L'auteur propose dans cet ouvrage 25 recettes salées à base de diverses sortes de pains (baguette de tradition, pain de campagne, pains spéciaux,...).

• **Autour des pains**

KAYSER Eric - Flammarion, 2007, p. 157

Tour à tour assiette, condiment, ingrédient principal, les pains sont les grandes vedettes des recettes proposées dans cet ouvrage.

• **Le pain : source de mets savoureux**

Collectif - Ecole professionnelle Richemont, 2006, p. 184

Cet ouvrage propose de nombreuses recettes où le pain est un ingrédient à part entière et non un simple accompagnement. Chaque recette est illustrée et accompagnée de conseils pour en faciliter la réalisation.

• **La cuisine du pain**

CHAUVIREY Marie-France - Editions Sud Ouest, 2005, p. 128

Après un rapide historique du pain et quelques rappels de panification à la maison, l'auteur propose de nombreuses recettes pour lesquelles le pain n'est pas seulement un accompagnement mais l'élément central.

