



**IDENTIFICATION DES FREINS ET DES LEVIERS DES DONS DES INDUSTRIES  
AGROALIMENTAIRES ET DES DISTRIBUTEURS AUX ASSOCIATIONS CARITATIVES  
POUR L'AIDE ALIMENTAIRE**

*Etude menée par la DRIAAF Île-de-France*

Stage Mission S7

Etudiante : Morgane Lucotte  
Maître de Stage : Cécilie Leroy  
Enseignant Tuteur : Françoise Nau

## REMERCIEMENTS

Je tiens à remercier Cécile LEROY et François MAUVAIS pour leur soutien et leur encadrement pendant cette étude, ainsi que toute l'équipe du Service Régional de l'Alimentation pour leur accueil chaleureux.

J'aimerais remercier également Pascal BROUILLAUD et Catherine LE DANTEC pour leur aide, ainsi que toutes les personnes qui m'ont donné de leur temps afin de mener à bien cette étude : Brigitte BERLAN, Philippe BOBIN, Gérard BONNY, Pascal BROUILLAUD, Mélanie CLENET, Agathe COUSIN, Pascal DECOOPMAN, Nicolas DECUBBER, Mr DELPASTRE, Olivier DESSEINE, Christelle DHAINAULT, Aurélie FONDARD, Abdelsem GHAZI, Brigitte GIRAUD, Annie KIRTICHANDRA, Dominique LAMBERT, Grégoire LAROYENNE, Christopher LEMOINE, Catherine LE DANTEC, Adeline LE FLOCH, Thomas MARINIER, Annie NEVEU, Matthieu PASSAQUET, Mathieu PECQUEUR, Gaëlle PION, Brigitte RAIMBAULT, Jérôme SEGONS, Isabelle VERGNAUD et Gwenaëlle VETILLARD.

## **LISTE DES SIGLES**

ANDES : Associations Nationales Des Epiceries Solidaire  
ARIA : Association Régionale de l'Industrie Agroalimentaire  
ARS : Agence Régionale de Santé  
BAPIF : Banque Alimentaire de Paris et d'Ile-de-France  
CCAS : Centre Communal d'Action Sociale  
CERVIA : Centre Régional de Valorisation et d'Innovation Agricole et Alimentaire  
DLC : Date Limite de Consommation  
DLUO : Date Limite d'Utilisation Optimale  
DGAS : Direction Générale de l'Action Sociale  
DRIAAF : Direction Régionale et Interdépartementale de l'Alimentation, l'Agriculture et de la Forêt  
DRJSCS : Direction Régional de la Jeunesse, des Sports et de la Cohésion Sociale  
FFBA : Fédération Française des Banques Alimentaires  
IAA : Industrie Agroalimentaire  
IDF : Île-de-France  
INSEE : Institut National de la Statistique et des Etudes Economiques  
PAA : Programme de développement pour l'Aide Alimentaire  
PAI : Programme Alimentation Insertion  
PEAD : Programme Européen d'Aide aux plus Démunis  
PNA : Programme National de l'Alimentation  
PNAA : Programme National d'Aide Alimentaire  
PNNS : Programme Nationale Nutrition Santé  
RSA : Revenu de Solidarité Active  
SPF : Secours Populaire Français

# SOMMAIRE

<b>INTRODUCTION</b>	<b>6</b>
<b>I. CONTEXTE DE L'ETUDE</b>	<b>7</b>
<b>1. L'aide alimentaire en France</b>	<b>7</b>
a. Historique de l'aide alimentaire en France et en Europe	7
b. Les principaux acteurs	8
c. Les différents types de dons	11
<b>2. L'aide alimentaire en Île-de-France</b>	<b>12</b>
a. Approche de la pauvreté en Île-de-France : chiffres clés	12
b. Les structures d'aide alimentaire en Île-de-France et leur répartition	14
c. Les actions d'accompagnement de l'aide alimentaire en Île-de-France	14
<b>3. L'industrie agroalimentaire et la distribution en Île-de-France</b>	<b>15</b>
a. Les industries agroalimentaires	15
b. La distribution	15
<b>II. OBJECTIFS ET METHODES DE L'ETUDE</b>	<b>17</b>
<b>1. Porteur de l'étude</b>	<b>17</b>
a. Plan d'action de la DRIAAF Île-de-France : cinq axes d'actions	17
b. Présentation du programme nationale pour l'alimentation (PNA) et du pôle offre alimentaire	17
c. Les projets des pôles offre-alimentaire dans l'aide alimentaire aux plus démunis	18
d. Mise en place de l'étude et partenaires	20
<b>2. Objectifs et Méthode</b>	<b>20</b>
a. Objectifs	20
b. Méthode	20
<b>3. Synthèse des règles de bonnes pratiques régissant l'aide alimentaire</b>	<b>21</b>
<b>III. RESULTATS DE L'ETUDE</b>	<b>24</b>
<b>1. Acteurs rencontrés</b>	<b>24</b>
<b>2. Entretiens avec les associations d'aide alimentaire</b>	<b>25</b>
a. Synthèse des entretiens	25
b. Bilan des contraintes et leviers	37
<b>3. Entretiens avec les industries agroalimentaires et les distributeurs</b>	<b>41</b>
a. Les industries agroalimentaires	41
b. Les distributeurs	43
c. Bilan des contraintes et des leviers	45

<b>IV. QUELQUES RECOMMANDATIONS</b>	<b>48</b>
<b>1. Diffusion de la Bourse aux dons</b>	<b>48</b>
<b>2. Recommandations concernant les associations</b>	<b>49</b>
a. La mutualisation des plateformes logistiques	49
b. Recherche d'espace de stockage	49
c. Formation des bénévoles	49
<b>3. Recommandations concernant les industries agroalimentaires</b>	<b>49</b>
a. Une meilleure communication auprès des entreprises et des distributeurs	49
b. Cibler les dons pour rechercher les produits « manquants »	50
c. Etude sur d'autres sources d'approvisionnement : la restauration collective et commerciale	51
<b>4. Recommandations concernant les distributeurs</b>	<b>52</b>
a. Améliorer la déduction fiscale	52
b. Cartographie / Recensement des associations d'aide alimentaire en Ile-de-France	53
c. Réduire les démarches administratives	53
<b>CONCLUSION</b>	<b>54</b>
<b>BIBLIOGRAPHIE</b>	<b>55</b>
<b>ANNEXE</b>	<b>57</b>
Annexe 1 : Plaquettes du PEAD et du PNAA et leur fonctionnement	57
Annexe 2 : Exemples d'actions d'accompagnement de l'aide alimentaire en Île-de-France	60
Annexe 3 : Organigramme de la DRIAAF	61
Annexe 4 : Questionnaires de l'étude	62

## INTRODUCTION

En France environ 3 millions de personnes ont bénéficié de l'aide alimentaire en 2009, sur 8,2 millions de personnes démunies (si l'on utilise le seuil de 60 % du niveau de vie médian). Chaque année ce nombre de personnes augmente en France, entraînant des besoins de plus en plus importants. L'aide alimentaire repose en France sur un réseau d'associations caritatives qui distribuent des denrées alimentaires aux plus démunis. Cette aide existe aujourd'hui grâce à différentes sources d'approvisionnement et de subventions, comme l'aide de l'Union Européenne, de l'Etat, des entreprises et des particuliers. Toutefois, l'aide de l'Union Européenne, dont bénéficie plus de dix-huit millions de personnes par an dans les Etats membres, et qui représente environ la moitié des produits distribués par les banques alimentaires, ne sera plus en vigueur à partir de 2014. Ceci est une perte conséquente et nécessitera de trouver de nouvelles sources d'approvisionnement et de financement pour l'aide alimentaire.

Le Programme national pour l'alimentation (PNA), mis en place en 2010 par le ministère en charge de l'agriculture et de l'alimentation, vise notamment à faciliter l'accès à tous à une alimentation de qualité. Les actions du PNA sont ainsi en grande partie orientées vers les catégories de consommateurs particulièrement sensibles comme les populations défavorisées, davantage touchées par l'obésité et avec une alimentation plus éloignée des recommandations nutritionnelles. En Île-de-France, le pôle offre alimentaire et nutrition de la Direction Régionale et Interdépartementale de l'Alimentation, l'Agriculture et de la Forêt (DRIAAF) est chargé de la mise en œuvre des actions du PNA. Un des objectifs est de mobiliser davantage de dons et d'invendus pour l'aide alimentaire.

Une étude visant à identifier les freins et les leviers pour les dons de denrées des industries agroalimentaires (IAA) et des distributeurs aux associations d'aide alimentaire a ainsi été lancée en novembre 2011. Cette étude menée sur trois mois est qualitative et s'appuie sur des enquêtes faites auprès des associations d'aide alimentaire, des IAA et des distributeurs. Ce rapport présente en première partie le contexte de l'étude. La deuxième partie est consacrée aux objectifs et à la méthodologie. La dernière partie synthétise les résultats des enquêtes menées de novembre 2011 à février 2012.

## I. CONTEXTE DE L'ETUDE

### 1. L'aide alimentaire en France

#### a. Historique de l'aide alimentaire en France et en Europe

Le système français de l'aide alimentaire a été initié en 1987 avec la mise en place du **Programme européen d'aide aux plus démunis (PEAD)** [Annexe 1]. Le PEAD reposait initialement sur le troc de matières premières issues des stocks d'intervention de la politique agricole commune (PAC) contre des produits alimentaires finis plus ou moins élaborés, via des appels d'offres communautaires passés auprès des professionnels de l'agro-alimentaire. Suite à la quasi-disparition des stocks d'intervention, des enveloppes financières pour l'achat direct de produits sur le marché ont été allouées, tout en conservant un préfléchage budgétaire par grandes catégories de stocks d'intervention (riz, sucre, lait, céréales). Parallèlement, en 2003, le ministère en charge de la lutte contre les exclusions notait que le premier programme national nutrition santé (PNNS 1) ne tenait pas compte des besoins spécifiques des populations recourant à l'aide alimentaire. Il a donc lancé, avec le soutien de l'Association Nationale des Industries Alimentaires (ANIA), le Programme Alimentation et Insertion (PAI) et commandait la première étude européenne portant sur l'état sanitaire et social des personnes recourant à l'aide alimentaire (étude ABENA sur l'alimentation et l'état nutritionnel des personnes ayant recours à l'aide alimentaire). Cette même année, afin de pallier l'absence de protéines animales européennes (fin des surplus carnés), le gouvernement chargeait la Direction Générale de l'Action Sociale (DGAS) d'acheter ces produits ainsi que du poisson et des conserves de fruits et de légumes à hauteur de 10 millions d'euros, créant ainsi le **Programme National d'Aide Alimentaire (PNAA)** [Annexe 1].

En 2007, la flambée des prix et la baisse des surproductions a généré des difficultés d'approvisionnement, amenant la Commission Européenne à s'interroger sur le devenir du PEAD.

En 2011, le PEAD distribue une aide alimentaire à plus de 18 millions de personnes dans 19 des 27 États de l'Union européenne (UE), en particulier en France, Pologne et Italie. Suite à l'arrêt du 13 avril 2011 de la Cour de justice des communautés européennes (CJCE), la pérennité du programme et son budget ne sont plus assurés. La diminution du nombre de stocks d'invendus issus de la PAC était en effet complétée, à la marge, par l'achat direct des produits par l'Union européenne. L'importance prise par ces achats est devenue telle que la CJCE a considéré que le PEAD n'était plus lié à la PAC mais relevait de l'aide sociale directe, et devait donc être financé dans ce cadre, lequel n'est pas communautarisé.

Le 14 novembre 2011 un accord entre la France et l'Allemagne est intervenu sur l'avenir du PEAD. Cette dernière accepte une prolongation pour les deux prochaines années - 2012 et 2013 - en l'échange d'un abandon de ce programme à partir de 2014. Il faut savoir qu'en France aujourd'hui, l'aide alimentaire provient pour 40 % de l'aide publique, à travers le programme européen d'aide aux plus démunis (PEAD) et le programme national d'aide alimentaire (PNAA) et pour 60 % de dons, émanant des particuliers et du secteur privé alimentaire.

## b. Les principaux acteurs

- **Trois acteurs institutionnels** sont chargés, à ce jour, de la mise en œuvre de l'aide alimentaire :
  - la Commission Européenne
  - le ministère en charge de l'agriculture
  - le ministère en charge de la lutte contre l'exclusion.

Si ces acteurs mettent à disposition les financements nécessaires, élaborent les lois et règlements de leur utilisation et contrôlent leur emploi, cette aide est concrètement mise à disposition des bénéficiaires par le monde associatif.

- **Cinq « têtes de réseau associatives »** désignées par le Gouvernement français, assurent la distribution de l'aide alimentaire :
  - La Croix Rouge française
  - La Fédération Française des Banques alimentaires
  - Le Secours populaire
  - Les Restos du Cœur
  - L'Association Nationale des Epiceries Solidaires (ANDES) depuis 2010

Seulement les quatre premières têtes de réseau bénéficient du PEAD.

Au niveau local, de nombreuses autres associations sont approvisionnées par les têtes de réseau associatives et par les entreprises au travers des dons ou des achats à tarifs préférentiels.

Nom de la structure	Nombre de bénéficiaires	Type de bénéficiaires	Mode de distribution	Volume	Nombres de plats servis /an	Sources des denrées	Date des données	Source des données
<b>CROIX ROUGE FRANCAISE</b>	300 000	Toutes les personnes bénéficiant de l'aide alimentaire	colis, paniers, repas chauds, repas partagés, sandwich, soupe, épicerie sociale		30 000 000	PEAD dons et legs collecte partenariat avec des entreprises vente de timbre croix rouge	2010	Site internet : <a href="http://www.croix-rouge.fr">http://www.croix-rouge.fr</a>
<b>RESTAURANTS DU CŒUR</b>	860 000 dont 150 000 en IDF	Toutes les personnes bénéficiant de l'aide alimentaire	paniers-repas, repas chaud, aide spécifique pour les bébés		109 000 000 dont 18 000 000 en IDF	<u>Ressources :</u> 42.8% dons et legs 17.8% produits et opérations enfoirés 21.1% organisme nationaux 13.5% produits provenant de l'UE <u>Provenance des denrées:</u> dons en nature de l'UE et achat en gros auprès des fournisseurs	2010	Site internet : <a href="http://www.restosducoeur.org">http://www.restosducoeur.org</a>
<b>Fédération Française des Banques Alimentaires (FFBA)</b>	740 000	5000 associations dont 250 en IDF	fourniture de denrées aux associations et CCAS	92500 T dont 7000 T en IDF	185 000 000	5.5% PNA 13.5% collectes 30% grande distribution 33% PEAD	2010	Site internet : <a href="http://www.banquealimentaire.org">http://www.banquealimentaire.org</a>
<b>SECOURS POPULAIRE FRANCAIS</b>	1 344 669, dont environ 120 000 en IDF	Toutes les personnes bénéficiant de l'aide alimentaire	"libre service", épicerie sociale (participation financière), intervention dans situation d'urgence		90 480 355	50% PEAD PNA collectes alimentaires auprès des particuliers partenariats privés avec les industriels et la grande distribution,	2010	Entretien
<b>Association Nationale Des Epiceries Solidaires (ANDES)</b>		230 épiceries solidaires en France, dont 29 en IDF	Libre-service			PNA banques alimentaires chantiers de réinsertion sur les MIN (récupération des fruits et légumes invendus) collectes dons entreprises et distributeurs	2010	Entretien

Tableau 1 : Description des 5 têtes de réseau associatifs – 2011- niveau national.

Il existe en France et en Île-de-France, de nombreuses autres associations locales, qui participent à l'aide alimentaire. Ces associations sont pour la plupart approvisionnées par les banques alimentaires.

- **Le fonctionnement de l'aide alimentaire et le type de produits distribués**

Il y a aujourd'hui en France environ 3 millions de bénéficiaires de l'aide alimentaire. L'octroi d'une aide alimentaire est en général soumis à l'étude de la situation économique du demandeur. Dans la plupart des organisations caritatives, des travailleurs sociaux ou des bénévoles accueillent les personnes souhaitant bénéficier d'une aide alimentaire. Beaucoup s'appuient sur le « reste à vivre » de la personne qui détermine le montant de l'aide apportée et/ou la participation demandée puis l'oriente vers un lieu de distribution de l'aide alimentaire. En fonction de la situation de la personne et de son évolution, l'aide s'étale sur une période plus ou moins longue. Les personnes sans domicile et/ou en situation très précaire peuvent accéder à une aide inconditionnelle dite « d'urgence ».

De façon générale (sauf cas d'urgence), une participation symbolique des usagers est demandée. Son objectif est double : éviter de tomber dans une démarche d'assistantat mais aussi préserver la dignité des bénéficiaires de l'aide. Cette participation varie selon les associations caritatives, de 0,5 € pour les repas jusqu'à 20 % de la valeur des produits dans les épiceries sociales.

L'aide alimentaire s'adresse à des publics en situation de précarité ou d'exclusion. Aussi le choix des produits achetés et l'aide apportée doivent tenir compte de leur mode de vie et y être adaptés. Les personnes qui vivent dans la rue (*sans domicile fixe*) ne disposent, la plupart du temps, d'aucun moyen pour cuisiner. Elles recourent donc à la distribution de repas chauds préparés ou consomment des conserves froides (salades de pâtes, de riz, etc.) ou à réchauffer (boîtes de pâtes à la bolognaise, etc.). Il faut ainsi mettre à leur disposition des produits à longue conservation et en part individuelle. Aussi convient-il d'une part de disposer de plats préparés distribués sous forme de colis mais également de produits de base (riz, pâtes, etc.) qui seront cuisinés dans les associations puis servis sous forme de repas chauds.

Les personnes en situation de logement précaire (vivant dans des hôtels par exemple) ont davantage la possibilité de « stocker » des aliments au sec voire de les faire réchauffer. Par contre, elles ne disposent pas d'espace réel pour cuisiner des produits bruts (ex : farine). Par ailleurs, ces personnes sont souvent accompagnées d'enfants. Il faut donc mettre à leur disposition des produits comme des céréales du petit-déjeuner, des biscuits, du lait mais également des plats cuisinés qui seront réchauffés (ex : couscous à la viande). La distribution de ces produits se fait sous forme de colis dont le volume est proportionnel au nombre de membres de la famille (l'âge des personnes est également pris en compte dans la constitution du colis).

Les personnes présentant des difficultés économiques mais disposant d'un logement peuvent bénéficier de tous les produits tant bruts qu'élaborés. L'aide apportée est délivrée soit sous forme de colis soit par l'accès aux épiceries sociales (dans ce cas, la personne choisit ce dont elle a besoin).

### c. Les différents types de dons

Les possibilités de participer à l'aide alimentaire sont nombreuses : dons financiers, réponses aux appels d'offres du PEAD et du PNAA, dons d'expertise (conseils, formation)... Chaque entreprise peut identifier la forme d'aide la plus adaptée en fonction de ses priorités et des circonstances (taille de l'entreprise, situation géographique des produits, quantité de produits, etc.).

- Le **don en nature** de produits alimentaires peut être fait par les entreprises ou les particuliers aux associations. Les entreprises bénéficient de réduction fiscale et ne payent pas le coût de destruction.

- Le **don financier** aux associations est une solution intéressante pour les entreprises et les particuliers assujettis à l'impôt sur le revenu ou l'impôt sur les sociétés. Il ouvre droit à une réduction d'impôt à hauteur de 60% des versements dans la limite de 5/1000 du chiffre d'affaires. Il permet aux associations de compléter leur approvisionnement en produits, mais également de moderniser les locaux ou le matériel.

- La **réponse aux appels d'offres**, n'est pas une forme de don, mais fait cependant partie de l'univers de l'aide alimentaire. Ainsi, par la réponse aux appels d'offres, notamment ceux du PEAD, l'entreprise s'implique dans une forme spécifique de partenariat. Il faut rappeler que les approvisionnements des associations passent en grande partie par le PEAD.

Tout d'abord chaque association fait connaître ses besoins dans le cadre de l'enveloppe qui lui est allouée aux services de l'État et à FranceAgriMer<sup>1</sup> qui est chargé des procédures d'appels d'offres et de la passation des marchés.

Pour le PEAD, les appels d'offres sont communautaires. Tous les industriels de l'agroalimentaire européens peuvent donc y répondre. En France, une procédure d'appel d'offre commence par un avis d'information qui est publié au Bulletin Officiel des Annonces de Marchés Publics (BOAMP) et au Journal officiel de l'Union européenne (JOUE). Les industriels intéressés peuvent alors demander le cahier des charges détaillé de l'appel d'offres à FranceAgriMer. Pour répondre à l'appel d'offres, ils disposent d'un délai de 52 jours à partir de la date de publication de l'avis d'information au BOAMP et au JOUE.

- L'entreprise ou l'enseigne peut également décider de s'impliquer dans l'aide alimentaire à travers le **mécénat de compétences**. Ce dernier peut consister en un partage d'expertise technique, sous la forme de conseils, de sessions de formation, etc.

---

<sup>1</sup> FranceAgrimer est l'établissement national, public administratif, sous la tutelle de l'Etat, chargé des produits de l'agriculture et de la mer. C'est un lieu d'arbitrage et d'échange entre les filières françaises de l'agriculture et de la pêche.

## 2. L'aide alimentaire en Île-de-France

Il faut savoir qu'il n'existe aucune organisation nationale ou régionale pour la production d'informations concernant l'aide alimentaire. Seules les associations d'aide alimentaire produisent des données et restituent l'information, mais chacune individuellement avec leur propre méthode. Il est donc difficile d'avoir des chiffres précis quant au nombre de personnes bénéficiant de l'aide alimentaire, la quantité de nourriture distribuée etc.

### a. Approche de la pauvreté en Île-de-France : chiffres clés

L'Île-de-France est une région capitale qui rassemble 19% de la population française (11 millions d'habitants), 22% de l'emploi (5.5 millions), 26% des cadres comme des étudiants. Sa population est jeune (la moitié de la population a moins de 40 ans) grâce à une natalité dynamique qui fait plus que combler les flux migratoires négatifs. Avec un PIB de 430 milliards d'euros (29% du PIB français), son poids économique est supérieur à celui de 20 des 25 pays de l'Union. C'est le premier pôle européen d'implantation des sièges d'entreprises et le premier parc immobilier d'entreprises d'Europe.[bibliographie n°20/ARS-2011].

- **Une région très inégalitaire**

L'Île-de-France est la plus riche mais aussi la plus inégalitaire des régions françaises. Les 10 % de foyers fiscaux les plus riches y ont un revenu mensuel minimum supérieur de près de 3 300€ à celui du revenu maximum des 10% les plus pauvres. Si on raisonne de façon relative, le revenu minimum (avant impôts) des 10% les plus riches est 7 fois supérieur au revenu maximum des 10 % les plus démunis [bibliographie n°20/ARS – 2011].

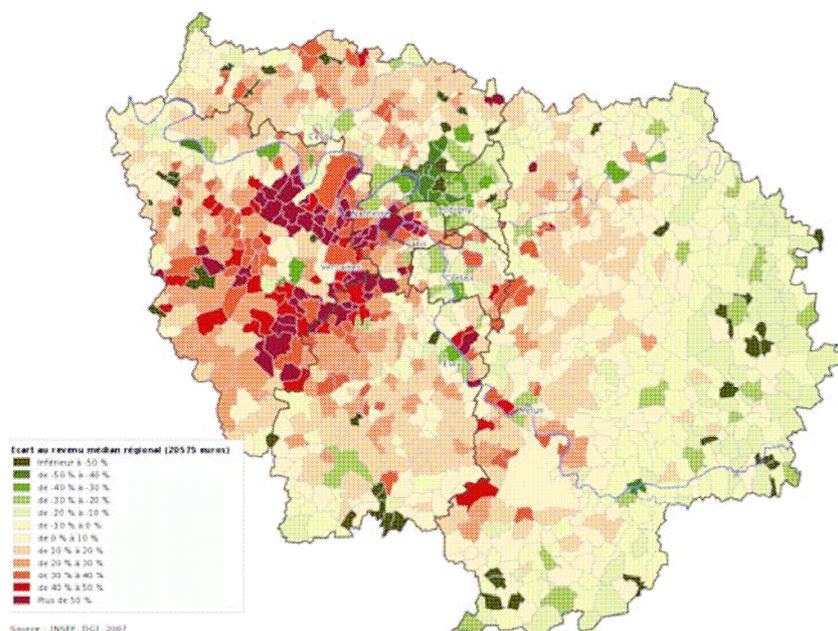
Les 10 premières villes les plus inégalitaires en France selon l'écart de revenus entre les individus les plus pauvres et les individus les plus riches, sont toutes des villes d'Île-de-France. Neuilly-sur-Seine, Boulogne Billancourt et Paris sont les trois premières.

- **De très fortes disparités au sein de la région**

Au sein même de la région, l'existence de poches de grande pauvreté montre d'importantes disparités. Le revenu médian des Franciliens est plus faible dans les communes du centre-est et de l'est que de l'ouest de la région.

Figure 1 : Ecart au revenu médian régional

Source : INSEE - 2007



Les écarts de revenus entre départements de la région sont très forts (64% entre les Yvelines et la Seine-Saint-Denis en moyenne). L'aggravation est encore plus forte dans les 157 zones urbaines sensibles (ZUS) franciliennes qui rassemblent 12% de la population, qui ont un taux de chômage deux fois plus important. Ces territoires couvrent le Nord des Hauts-de-Seine, la partie Ouest et Sud de la Seine-Saint-Denis et le quart Nord-Est de Paris. Ils débordent à l'ouest sur les communes riveraines du Val d'Oise et concernent également quelques communes de grande couronne comme Meaux, Etampes ou Mantes-la-Jolie.

Le tableau ci-dessous montre que les départements d'Île-de-France, à l'exception de la Seine-Saint-Denis, ont un taux de pauvreté inférieur à la moyenne française, quelles que soient les classes d'âge. La Seine-Saint-Denis est le département qui a le taux de pauvreté le plus élevé en France. Paris constitue un cas particulier. La pauvreté s'y situe dans la moyenne, mais est un peu plus élevée pour les plus jeunes actifs.

*NB : En France le taux de pauvreté est de 13% en 2008.*

Départements	Taux de pauvreté à 60 %
Paris	13.1%
Val-de-Marne	12.3 %
Seine-Saint-Denis	21.5%
Hauts-de-Seine	10.1%
Seine et Marne	9.1%
Yvelines	7.3%
Essonne	9.1%
Val d'Oise	12.2%

*Tableau 2 : Taux de pauvreté dans les départements d'Île-de-France  
Source : INSEE 2008*

	Paris	Seine et Marne	Yvelines	Essonne	Hauts-de-Seine	Seine-Saint-Denis	Val-de-Marne	Val-d'Oise	Île-de-France
Nombre total d'habitants ( en 2009)	2 234 105	1 313 414	1 407 560	1 208 004	1 561 745	1 515 983	1 318 537	1 168 892	<b>11 728 240</b>
Allocation de soutien familial	19 306	13 235	10 819	11 856	14 939	25 197	16 431	14 211	<b>125 994</b>
Revenu de solidarité active	74 913	27 830	23 388	24 567	35 602	78 131	40 997	31 262	<b>336 690</b>
Taux d'allocataires pour 1000 personnes de 25 à 64 ans	58.3	39.7	31.1	38.1	41.5	97.2	57.5	50.5	<b>52.8</b>
Personne SDF (en 2009)	41 612	4 355	4 742	4 132	4 834	10 088	11 263	4 679	<b>85 700</b>

*Tableau 3 : Les prestations sociales en Île-de-France au 31 décembre 2010  
Source : INSEE*

L'analyse du nombre de bénéficiaires de prestations sociales et du nombre de *sans domicile fixe* (SDF) par département montre que le plus grand nombre de personnes recevant une prestation sociale et étant *sans domicile fixe* se trouvent à Paris, en Seine-Saint-Denis et dans le Val-de-Marne.

#### b. Les structures d'aide alimentaire en Île-de-France et leur répartition

En Île-de-France, les cinq têtes de réseaux associatifs ont des antennes dans d'importantes villes de chaque département, mais de nombreuses autres associations plus ou moins grandes participent à l'aide alimentaire.

[partie en cours de rédaction]

#### c. Les actions d'accompagnement de l'aide alimentaire en Île-de-France

La distribution de l'aide alimentaire est une occasion d'engager avec les bénéficiaires une démarche d'insertion, c'est une des seules occasions pour les personnes éloignées de l'emploi, voire en situation d'exclusion. Plusieurs actions d'accompagnement ont été mises en place autour de l'alimentation. Il peut par exemple s'agir d'ateliers cuisine favorisant l'expression des usagers, l'envie de consommer, de cuisinier, ou du développement de jardins familiaux d'insertion. Il peut également s'agir d'actions visant à améliorer la logistique de distribution, de stockage ou d'actions visant à développer les approvisionnements. Plusieurs organismes participent à ces projets : l'Etat et ses services déconcentrés, comme la Direction Régional de la Jeunesse, des Sports et de la Cohésion Sociale (DRJSCS) ou la Direction Régionale et Interdépartementale de l'Alimentation, l'Agriculture et de la Forêt (DRIAAF), des associations d'aide alimentaire, d'autres organismes et associations, comme l'Agence Régionale de Santé (ARS) ou des acteurs privés, comme les industries agroalimentaires .

De plus, l'Etat a élaboré plusieurs programmes autour de l'aide alimentaire, rassemblant ces différents acteurs :

- PAI : Programme Alimentation Insertion, en faveur d'un meilleur équilibre nutritionnel pour tout les bénéficiaires de l'aide alimentaire en France ; l'objectif étant de d'apporter une aide aux bénévoles et aux travailleurs sociaux, dans leur accompagnement aux plus démunis face à des questions d'alimentation, de nutrition et de bien être.
- PAA : Programme de développement de l'Aide Alimentaire qui prolonge et complète le PAI, afin de proposer et de mettre en œuvre des mesures permettant de coordonner, gérer et mobiliser au mieux toutes les aides existantes.
- PNNS : Programme National Nutrition Santé, qui a pour but l'accessibilité des personnes démunis à une alimentation équilibrée, via des documents pédagogiques sur la nutrition et la santé et via des formations des bénévoles sur l'équilibre alimentaire.

Quelques exemples d'actions en Île-de-France, découlant de ces programmes et des différents acteurs sont regroupés dans un tableau en annexe 3.

### 3. L'industrie agroalimentaire et la distribution en Île-de-France

#### a. Les industries agroalimentaires

L'industrie agroalimentaire (IAA) est la première industrie française en chiffre d'affaire et le deuxième employeur français.

En Île-de-France la filière alimentaire représente 10% de l'emploi régional et 25% de l'effectif national de la filière, soit 450 000 salariés. Elle est la 5<sup>ème</sup> région agroalimentaire en France. On entend par filière alimentaire tout ce qui va de l'agriculteur au consommateur, en passant par la transformation agroalimentaire, les grossistes, ainsi que tout ce qui est artisanat, traiteur, commerce de détail et restauration (collective et commerciale).

L'Île-de-France regroupe 577 établissements de transformation agroalimentaires [Source UNEDIC 2009] représentant un chiffre d'affaire de 7.3 milliards d'euros [Source EAE-BIC 2007]. De grands groupes et leurs filiales y sont implantés et on y trouve également de nombreuses PME innovantes. 76% des entreprises ont moins de 20 salariés et 68% en ont moins de 10.

Le graphique ci-dessous montre la répartition des salariés des entreprises des IAA en Île-de-France, selon les différents secteurs.

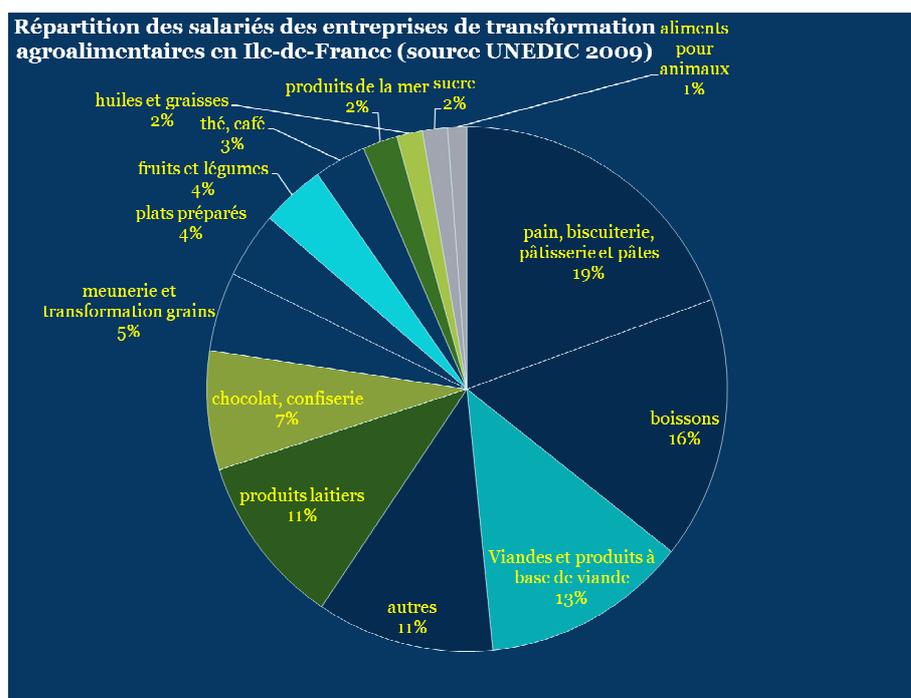


Figure 2 : Répartition des salariés des entreprises de transformation agroalimentaires en Île-de-France.

Source : UNEDIC - 2009

On remarque que certains secteurs sont peu représentés en Île-de-France, comme les produits de la mer ou les fruits et légumes.

#### b. La distribution

En France, la Fédération des Entreprises du Commerce et de la Distribution (FECD) recense en 2009, 1667 hypermarchés, 5 437 supermarchés, 4531 maxidiscounts et 15 601 magasins de proximités, soit 27 250 points de vente pour un chiffre d'affaires de 180 milliards d'euros. L'alimentaire représente 19 millions de m<sup>2</sup> de magasins et 500000 emplois.

Les grandes surfaces d'alimentation générale commercialisent les deux tiers des produits alimentaires (hors tabac) : en 2009, leur part de marché s'élève à 66.9%.

Le tableau ci-dessous présente le nombre de magasins par formats<sup>2</sup> en Île-de-France

	Nombre	Effectifs
Hypermarchés	191	46 440
Supermarchés	951	27 160
Maxidiscomptes	636	6 850
Supérettes	743	6 480

*Tableau 4 : Le nombre de magasins par formats et les effectifs salariés en Île-de-France  
Source : Fédération des Entreprises du Commerce et de la Distribution, 2011*

Dans le cadre de notre étude sur les dons pour les associations d'aide alimentaire, on peut noter que les métiers de la distribution alimentaire sont sources de pertes et de gaspillage alimentaire. Le tableau ci-dessous est issu de l'étude menée par le ministère en charge de l'agriculture et de l'alimentation pourtant sur le gaspillage alimentaire.

Métiers de la distribution	Sous-groupe	Pertes et gaspillages moyens	CA moyen par l'établissement <sup>1</sup>	Source
Grande distribution 197t/établissement/an	de 50 à 199 salariés	139t/établissement/an	25 900 000	Extrapolation données INSEE, 2004 <sup>2</sup> et 2006 <sup>3</sup>
	+ de 200 salariés	507t/établissement/an	434 200 000	

*Tableau 5 : Pertes et gaspillages alimentaire dans les métiers de la distribution  
Source : Pertes et gaspillages alimentaires : Marges de manœuvre et verrous au stade de la remise directe au consommateur et en restauration collective, 2011*

\*CA = chiffre d'affaire

Métiers de la distribution (grande distribution et métiers de bouche)	Déchets alimentaires potentiellement évitables (par ordre d'importance)	Produits des rayons suivants : Boucherie, Fruits et légumes, Traiteur, Boulangerie-pâtisserie, Poissonnerie, Charcuterie/saurisserie, Ultra-frais
-----------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

*Tableau 6 : Denrées les plus souvent perdues ou gaspillées dans les métiers de la distribution,  
Source : Pertes et gaspillages alimentaires : Marges de manœuvre et verrous au stade de la remise directe au consommateur et en restauration collective, 2011*

<sup>2</sup> Les magasins de la distribution peuvent être de différents formats en fonction de leur superficie : les hypermarchés sont des magasins ayant une superficie supérieure ou égale à 2500m<sup>2</sup>, les supermarchés ont une superficie comprise entre 400 et 2500m<sup>2</sup>, les maxidiscomptes ont une superficie d'environ 600m<sup>2</sup> et pour finir les supérettes sont des magasins ayant une superficie comprise entre 100 et 400m<sup>2</sup>.

## II. OBJECTIFS ET METHODES DE L'ETUDE

### 1. Porteur de l'étude

#### a. Plan d'action de la DRIAAF Île-de-France : cinq axes d'actions

La direction régionale et interdépartementale de l'alimentation, de l'agriculture et de la forêt, créée au 1<sup>er</sup> janvier 2009, est un service déconcentré du ministère de l'agriculture, de l'alimentation, de la pêche, de la ruralité et de l'aménagement du territoire. Elle est chargée de piloter la mise en œuvre de l'ensemble des politiques de ce ministère, à l'exception de la pêche, à l'échelon régional. Elle assure la coordination de la mise en œuvre de l'ensemble des politiques de ce ministère en Île-de-France.

La DRIAAF exerce ses compétences sous l'autorité du préfet de la région d'Île-de-France et des missions départementales pour Paris, les Hauts-de-Seine, la Seine-Saint-Denis et le Val-de-Marne, sous l'autorité des préfets de département.

La DRIAAF est organisée en 5 services [Annexe 3] afin de mener à bien ses missions, autour de cinq axes d'actions qui sont :

- Garantir une alimentation sûre, diversifiée et durable (SRAL)
- Développer une agriculture durable et compétitive (SREA)
- Soutenir la production et la gestion forestière, préserver la biodiversité (SERFOBT)
- Assurer des fonctions d'analyse économique et de prospectives, en complément des enquêtes statistiques (SRISE)
- Orienter la formation, la recherche et le développement (SRFD)

#### b. Présentation du programme nationale pour l'alimentation (PNA) et du pôle offre alimentaire

Le programme national pour l'alimentation a pour objectif de donner à chacun les moyens de connaître, apprécier et accéder à la richesse de l'alimentation en France. Ce programme interministériel issu de la loi de modernisation de l'agriculture et de la pêche, promulguée le 27 juillet 2010 est piloté par le ministère chargé de l'agriculture et de l'alimentation.

Le programme national pour l'alimentation prévoit un certain nombre d'actions concrètes selon quatre axes :

- Faciliter l'accès de tous à une bonne alimentation
- Développer une offre alimentaire de qualité
- Favoriser la connaissance et l'information sur l'alimentation
- Promouvoir notre patrimoine alimentaire et culinaire

En Île-de-France, le PNA est coordonné par la DRIAAF avec l'aide de nombreux partenaires. C'est donc ici qu'intervient le pôle offre alimentaire au sein du service régional de l'alimentation. Il a été créé en 2009 et a pour objectif de proposer et de financer des projets, suivant les quatre grandes thématiques du PNA.

La question de l'aide alimentaire entre dans l'axe « Faciliter l'accès de tous à une bonne alimentation ».

c. Les projets des pôles offre-alimentaire dans l'aide alimentaire aux plus démunis

Le tableau ci-dessous présente quelques exemples de différents projets portés ou suivis par les pôles offre alimentaire des directions régionales en charge de l'agriculture et de l'alimentation.

Région de la DRAAF	Date du projet	Nom du Projet	Descriptions
Ile-de-France	2010	Cuisine mobile	Mise en place d'une cuisine mobile dans le 18 <sup>ème</sup> arrondissement
	2011-2012	Ateliers cuisine	Mise à disposition de fruits et légumes et organisation d'ateliers cuisine dans les épiceries solidaires
	2011-2012	Etude dons pour les associations d'aide alimentaire	Identification des freins et des leviers des dons des industries agroalimentaires et des distributeurs aux associations caritatives pour l'aide alimentaire.
Pays de la Loire		Chantiers de réinsertion	Récupération de fruits et légumes sur les Min d'Angers et de Nantes + chantiers de réinsertion
		Paniers de la Mer	Récupération de fruits de mer sur les criées
		Récupération de Viande	Organisation de récupération de viande prédécoupée
	2011	GRAAL ( Groupement régional de l'aide alimentaire)	Création d'une charte entre les donateurs et les associations distributrices, afin de mutualiser l'ensemble des produits récupérés et d'augmenter le nombre de dons
Limousin		Démarche auprès des entreprises alimentaires locales	Communication auprès des IAA locales sur le PEAD et PNAA/ incitation aux appels d'offres
	En cours	Projet CIBIAL	Transformation par le CIBIAL de produits frais sous forme de produits en conserve pour la banque alimentaire
		Projet jardin	Atelier de réinsertion via des jardins maraîchers biologiques
	2010	Projet Cuisine	Mise en place d'ateliers de cuisine à l'aide d'une cuisinette mobile
Franche Comté	Juin 2010	L'aide Alimentaire en Franche Comté : Organisation et Fonctionnement	Rapport de stage sur l'état des lieux de l'aide alimentaire dans cette région : recensement, freins, leviers
		Fiche Info	Elaboration de fiches infos à destinations des entreprises : sur le mécénat et le type de produits à donner
Auvergne	En cours	Information des acteurs de l'alimentation auvergnats à propos du fonctionnement de l'aide alimentaire	Comprenant un temps d'échange avec les associations afin d'établir leur demande, puis informer les entreprises et les distributeurs de cette demande et enfin les mettre en relation afin de créer de nouveaux partenariats
Languedoc Roussillon	Juin 2011	Etude sur l'aide alimentaire	Recensement des structures d'aide alimentaire – analyse territoriale- Identification des actions mises en œuvre auprès des plus démunis
Rhône Alpes	2009-2011	Groupe de Travail « Alimentation et précarité »	Etiquetage de produits à destination des épiceries solidaires, afin d'informer le consommateur sur différents points
Bretagne		Annuaire de l'Aide Alimentaire	Recensement par départements de toutes les structures distributrices et des antennes départementales de l'aide alimentaire et leur fonctionnement
Bourgogne		Projet cuisine	Financement d'une cuisine mobile, ateliers cuisines
Pyénées Orientale		MESSIDOR Perpignan	Aide à la mutualisation de 7 associations , au niveau de l'approvisionnement, la manutention et la distribution

Tableau 7: Exemples d'actions de différents projets menés par les pôles offre-alimentaire – 2011

#### d. Mise en place de l'étude et partenaires

L'aide alimentaire est d'actualité en France et surtout en Europe. En effet il a été annoncé en novembre 2011, que le PEAD serait maintenu en 2012 et 2013, mais arrêté en 2014. Le PEAD étant une des sources, voir la principale source d'approvisionnement des associations pour l'aide alimentaire, ceci va entraîner de lourdes conséquences quant aux quantités de nourriture distribuées aux personnes démunies. Il est donc nécessaire de réfléchir dès maintenant à de nouvelles solutions, comme augmenter les dons des entreprises alimentaires. C'est pourquoi le pôle offre alimentaire du SRAL de la DRIAAF Île-de-France a décidé, dans le cadre du PNA, de mener une étude afin d'augmenter cette source d'approvisionnement. Il apparaît nécessaire d'identifier et de comprendre les contraintes que peuvent poser ce genre de transactions, pour les associations et les entreprises, pour, par la suite, trouver des leviers. Cette étude consiste donc à rencontrer les différents acteurs, associatifs, industriels et distributeurs, pour identifier les freins et leviers pour les dons aux associations d'aide alimentaire.

L'Association Régionale des Industries Agroalimentaires (ARIA), le Centre Régional de Valorisation et d'Innovation Agricole et Alimentaire de Paris Île-de-France (CERVIA) et la Fédération des Entreprises, du Commerce et de la Distribution (FECD), ont apporté leur aide à cette étude, en donnant des contacts d'industries agroalimentaires et de distributeurs en Île-de-France pour les enquêtes.

## **2. Objectifs et Méthode**

### a. Objectifs

L'objectif de cette étude est d'identifier les freins et les leviers pour le don de denrées alimentaires par les industries agroalimentaires et les distributeurs aux associations caritatives.

### b. Méthode

L'étude se déroule sous forme d'un stage de trois mois (de novembre 2011 à février 2012). Elle se décompose en plusieurs étapes, détaillées ci-dessous.

La première phase bibliographique consiste essentiellement à comprendre le fonctionnement de l'aide alimentaire en France, mais aussi à identifier les différents acteurs et notamment les structures distribuant l'aide alimentaire en Île-de-France, ainsi que leur fonctionnement et leur organisation. Un travail de recensement de différentes actions et d'état des lieux des personnes démunies en Île-de-France a été réalisé. Les règles de bonnes pratiques de l'aide alimentaire ont également été analysées, afin d'identifier quelques freins, au niveau des associations, mais aussi au niveau des entreprises.

La deuxième phase est consacrée aux associations d'aide alimentaire, avec l'élaboration d'un questionnaire et la prise de rendez-vous, par mails et relances téléphoniques. Les entretiens sur la base d'un questionnaire ont ensuite été menés. La rédaction des comptes-rendu ont permis de faire un premier bilan des freins et des leviers qui sont ressortis des entretiens, afin de pouvoir aborder au mieux le sujet auprès des industries agroalimentaires et des distributeurs par la suite.

La troisième phase consiste en l'élaboration d'un questionnaire pour les entreprises agroalimentaires et les distributeurs, et en la prise de rendez vous, grâce aux contacts donnés par les différents partenaires de l'études.

La quatrième phase a permis de faire un bilan et à faire un tableau des freins et des leviers les plus importants, au niveau des associations, des industries agroalimentaires et des distributeurs.

La dernière étape consiste en l'établissement de propositions d'actions afin d'améliorer les dons des IAA aux associations.

### **3. Synthèse des règles de bonnes pratiques régissant l'aide alimentaire**

Les paragraphes ci-dessous s'appuient sur le guide de bonnes pratiques de l'aide alimentaire [bibliographie n°2]

- **Fonctionnement global**

Que ce soit au niveau d'une enseigne ou d'une entreprise, le don en nature requiert un certain travail de gestion. Il est donc recommandé de nommer un responsable « don alimentaire » dans chaque point de vente ou chaque entreprise. Le tri des produits doit être fait par l'entreprise ou l'enseigne, dans les conditions d'hygiène et de sécurité des aliments conformes à la réglementation en vigueur, avant le ramassage par l'association.

Pour assurer la traçabilité, mais aussi le suivi (en termes de volume ou de poids notamment) indispensable à la défiscalisation, il est préférable que les donateurs effectuent une pesée et un scannage des produits. L'association réceptrice effectue aussi une pesée.

L'association assure un contact régulier avec les donateurs, se tient à leur disposition pour toute information sur son fonctionnement interne et se rend disponible, autant que faire se peut, pour faire un point sur le partenariat. Elle fournit à l'enseigne ou l'entreprise un bilan d'activités annuel. Ce bilan d'activité peut simplement consister en une réunion annuelle de concertation et d'échanges.

- **Les conditions fiscales des dons en nature**

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, avec possibilité de report sur cinq exercices (cf. article 238 bis du Code Général des Impôts).

Il est indispensable que l'association signe pour chaque don un document préparé par l'entreprise donatrice certifiant la nature des produits et la quantité remise sous forme de bon de sortie. Ce bon de sortie sera émis en double, l'un restant en magasin ou dans l'entreprise, l'autre suivant la marchandise. Le bon de sortie, qui mentionne le produit et la quantité, constitue le justificatif pour la défiscalisation.

- **Le transport**

Donateurs et associations se mettent d'accord sur la date, l'heure et le lieu du retrait des produits, ainsi que sur les modalités de transport. Le choix du mode d'acheminement des produits dépendra en grande partie des circonstances du don : lieu et distance entre donateur et bénéficiaire, volumes concernés, etc. Si l'entreprise prend le transport à sa charge, elle doit savoir qu'elle peut également obtenir une réduction d'impôt de 60%. L'article 238 bis du Code général des impôts s'applique en effet également lorsque l'entreprise assure la livraison et le stockage de denrées alimentaires faisant l'objet de don, en considérant cette opération de livraison ou de stockage comme un don.

- **Les produits donnés**

Les associations sont évidemment demandeuses de la plus grande diversité possible de produits, pour répondre aux besoins et assurer une distribution équilibrée d'un point de vue nutritionnel. Chaque magasin ou entreprise donne des produits différenciés, en fonction de ses procédures internes et de l'existence d'un réseau structuré et spécialisé au niveau local des associations.

Tous les produits alimentaires frais surgelés ou secs peuvent être donnés, à certaines exceptions près. Les boissons alcoolisées (au moins 1,2 degré d'alcool) ne doivent pas être données. Il y a toutefois des produits dits « à risque » qui impliquent des précautions particulières. Ce sont des produits sensibles, qui déjà dans le circuit classique de consommation, exigent des mesures de maîtrise de la qualité sanitaire très strictes. Dans les enseignes, il s'agit notamment de certains produits non préemballés maniés au sein du magasin, dont le traitement est très strictement encadré :

- Pâtisseries fraîches à base de crème pâtissière, crème chantilly
- Coquillages, crustacés et huîtres
- Produits de poissonneries (hors surgelés)
- Viandes non préemballées
- Abats préemballés ou non
- Farces et produits farcis préemballés ou non
- Produits frais détériorés, abîmés, présentant un aspect anormal.

Les produits destinés à être donnés sont conservés dans un lieu de stockage adapté, clairement différencié de celui dédié aux produits périmés. Il doit respecter les conditions de température identiques à celles de leur stockage habituel, jusqu'à leur ramassage par l'association, ou leur acheminement dans les locaux de l'association si le transport est assuré par le donateur. Il faut notamment veiller à préserver la chaîne du froid.

- **DLC/DLUO**

Il est conseillé de ne pas donner les produits précédemment cités. Toutefois, dans le cadre de circuits de distribution particuliers ou de conditions spéciales, il appartient aux acteurs (entreprises et associations) de prendre la responsabilité du don de ces produits. Ne peuvent être donnés aux associations des produits ayant une *date limite de consommation* (DLC) dépassée. Pour assurer que le produit ne soit pas périmé lors de sa remise au consommateur, il faut donc tenir compte d'un certain délai en deçà duquel le produit ne peut être donné. Les délais seront de fait plus réduits lorsque les dons sont faits en aval, c'est-à-dire au niveau de l'enseigne.

Dans la pratique, le pragmatisme et le bon sens s'imposent : les délais pourront en effet être réduits si la quantité de produits est limitée et qu'elle est destinée à une zone géographique circonscrite.

L'association ne peut pas distribuer un produit dont la DLC est dépassée. Pour tenir compte des délais logistiques, il est préférable de respecter un délai de 72h et dans tous les cas ce délai ne doit pas être inférieur à 48h.

Dans le cas des *dates limites d'utilisation optimale* (DLUO), les règles peuvent être plus souples que dans le circuit de commercialisation. Il faut traiter la problématique des DLUO au cas par cas en fonction de l'association.

- **Refus**

L'association vérifie l'état et l'aspect des produits et se réserve le droit de refuser certains produits. Concernant les aspects d'hygiène, les associations pourront se référer au

guide de bonnes pratiques, qu'elles sont en train d'élaborer avec la Direction Générale de l'Alimentation du ministère de l'Agriculture. Les motifs de refus sont divers. Ils peuvent être des refus « de principe », mais également de type ponctuel (par exemple : une absence momentanée de besoin sur un certain type de produit, produit à température non conforme au moment de l'enlèvement, etc.). Dans tous les cas, les refus doivent être expliqués aux donateurs.

- **Etiquetage**

Les produits ne doivent pas être étiquetés exclusivement dans une langue étrangère, car cela poserait des problèmes de santé publique, notamment risque d'allergies etc. Si les produits étiquetés en langue étrangère sont traduits pour ce qui touche les mentions obligatoires, à savoir la dénomination du produit (ex : soupe, yogourt etc.) et sa composition, y compris les allergènes, cela suffit pour pouvoir les donner. La date (DLC ou DLUO) doit aussi être compréhensible.

- **Les règles en matière de responsabilité**

**Pour les entreprises :**

En principe, l'entreprise ou l'enseigne 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 associations locales ou aux personnes bénéficiaires, selon son organisation.

En cas d'alerte sanitaire, l'enseigne ou l'entreprise reste en revanche responsable (selon le règlement CE N°178/2002), même si le produit est déjà parti dans les associations. Le magasin ou l'entreprise doit :

- transmettre systématiquement à l'association (par téléphone puis confirmation par fax ou mail), tous les messages de retrait- rappel qui concernent les produits susceptibles d'avoir été donné,
- archiver l'élément de la preuve de la transmission (fax par exemple) pendant 3 ans et l'année en cours

**Pour l'association :**

En ce qui concerne la traçabilité des dons alimentaires, l'association doit être capable de gérer les procédures de retraits ou rappels.

Voici les étapes sous la responsabilité des acteurs associatifs :

- Le transport interne, qui comprend la prise en charge des produits, le chargement, le transport et le déchargement jusqu'à l'entrepôt de stockage.
- L'entreposage primaire et secondaire, avec la réception des produits, le stockage ambiant ou au froid, et la préparation des commandes.
- La remise aux structures de distribution, avec de même la réception, la conservation, la préparation des lots.
- Remise des produits aux bénéficiaires de l'aide alimentaire.

Autant de règles qu'il faut respecter afin que les transactions des dons pour l'aide alimentaire se fassent sans problèmes. Mais toutes ses conditions engendrent forcément des contraintes. Nous avons donc pu en déduire certains freins que nous confirmerons ou pas par la suite, grâce aux différents entretiens.

### III. RESULTATS DE L'ETUDE

Pour préparer les rencontres avec les différents acteurs, nous avons élaboré trois questionnaires [Annexe 5]: un questionnaire pour les associations, un questionnaire pour les industries agroalimentaires (IAA) et un questionnaire pour les distributeurs.

Ces questionnaires ont été réalisés à partir de la bibliographie et essentiellement grâce au guide de bonnes pratiques de l'aide alimentaire (cf. II.3) qui relève les règles à suivre lors de dons de denrées aux associations par les entreprises agroalimentaires.

#### 1. Acteurs rencontrés

Pour cette étude, nous avons rencontré dans un premier temps les acteurs associatifs distribuant l'aide alimentaire, puis nous avons rencontré des entreprises agroalimentaires et des distributeurs. Les données ont été collectées par différents moyens : entretiens en face à face, entretiens téléphonique et renvois de questionnaire.

Type de Structure	Structure	Nom	Fonction	Type d'entretien	
Association	Fédération Française des Banques Alimentaires (FFBA)	Dominique Lambert	Service Ressource alimentaire	entretien en face à face	
	Banque alimentaire de Paris et d'Île-de-France (BAPIF)	Mr Delpastre		Responsable approvisionnement	entretien en face à face
		Annie NEVEU			
	Association Nationales Des Epiceries Solidaires (ANDES)	Agathe Cousin	Responsable partenariat et communication	Animatrice réseau Île-de-France	entretien en face à face
		Mélanie Clenet			
	Secours Populaire Français (SPF)	Brigitte Berlan	Présidente du conseil régional Île-de-France du SPF	Directeur SPF 75	entretien en face à face
		Abdelsem Ghazi			
		Thomas Marinier	Directeur SPF 92		
	Croix Rouge Française	Gwenaëlle Vétillard	Programme aide alimentaire	Programme aide alimentaire	renvoi de questionnaire
		Brigitte Raimbault			
	Restos du cœur	Aurélie Fondart	Chargé de mission, relation institutionnelle	Responsable logistique et approvisionnement	entretien en face à face
		Pascal Decoopman			
La Mie de Pain	Brigitte Giraud			entretien téléphonique	

Industrie agroalimentaire	Centre Régional de Valorisation et d'Innovation Agricole et Alimentaire Paris IDF (CERVIA)	Pascal Brouillaud	Conseiller technologique	entretien en face à face
	Association Régionale des Industries Agroalimentaires IDF (ARIA)	Catherine Le Dantec	Délégué Général	entretien en face à face
	BONNY Paris (PME) / <i>Viande</i>	Gérard Bonny	Président	entretien en face à face
	Fromagerie de la Brie (PME)	Philippe Bobin	Directeur	entretien en face à face
	Moulins de Brasseuil / <i>Farine</i>	Olivier Deseine	Directeur	entretien téléphonique
	COMEXA / grossiste <i>Fruits et légumes</i>	Matthieu Passaquet	Responsable qualité	entretien téléphonique
	Michel et Augustin / <i>Produits laitiers transformés et biscuits sucrés et salés</i>	Christopher Lemoine	Chargé de communication	entretien téléphonique
	DAREGAL / <i>Herbes aromatiques surgelés</i>	Nicolas Decubber	Responsable Supply Chain	entretien téléphonique
Distributeur	Fédération des Entreprises du Commerce et de la Distribution (FECD)	Mathieu Pecqueur	Chef de service Agriculture & Qualité	entretien téléphonique
	Fondation Simply "le goût du partage"	Adeline Le Floch	Responsable projets développement durable	entretien en face à face
	Groupe Casino	Grégoire Laroyenne	Responsable projets / Coordination projets solidaires	renvoi de questionnaire

Tableau 8 : Personnes rencontrées lors de l'étude

## 2. Entretiens avec les associations d'aide alimentaire

### a. Synthèse des entretiens<sup>3</sup>

Les associations rencontrées ont un mode d'organisation et un positionnement différent vis à vis de l'aide alimentaire. Les propos ci-dessous sont tirés des entretiens avec les associations.

#### i. La Fédération Française des Banques Alimentaire (FFBA)

- Présentation de l'association

La FFBA a été créée en 1980. Elle est composée de 79 Banques Alimentaires (BA) et 16 antennes. Elles même organisées en 10 OTR (Organisation Territoriale du réseau). En Ile-de-France on ne compte qu'une seule banque alimentaire : elle se situe à Arcueil, dans le 94.

<sup>3</sup> Il est rendu compte que les entretiens et les questionnaires ont été rédigés de manière synthétique pour coller au plus près du ressenti des interviewés.

Les banques alimentaires ont un rôle de « collecteur », elles se chargent de récolter des dons en nature, de les stocker et les redistribuer ensuite à différentes associations. Elles sont ainsi en partenariat avec 5000 associations et Centres Communaux d'Action Sociale (CCAS), dont 250 en Île-de-France. Le volume collecté en 2010 s'élève à 100 000 tonnes, au niveau national.

La FFBA compte 10% de salariés et 90% de bénévoles (peu de coûts de personnel). Selon la FFBA, « avec 1€ reçu à la banque alimentaire, on a l'équivalent de 6€ d'achat de denrées alimentaires ».

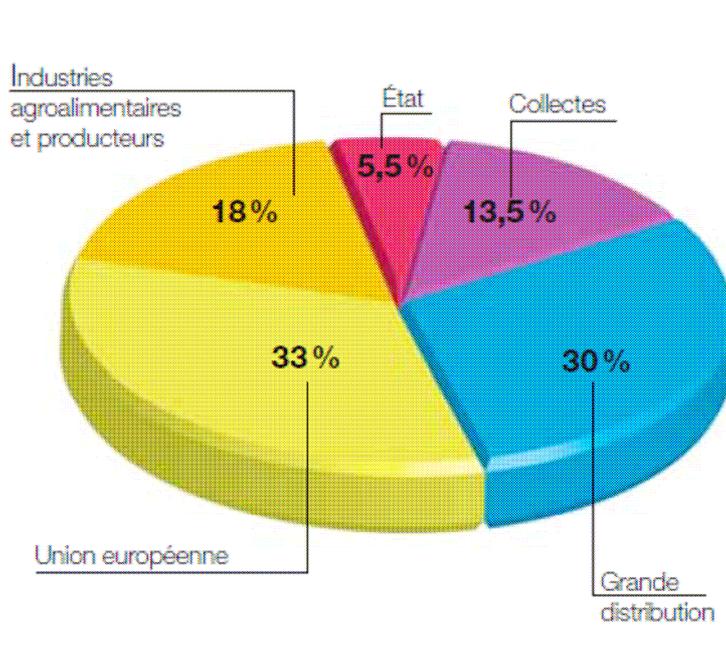


Figure 3 : Source des denrées collectées par la FFBA, 2010, Rapport annuel du réseau des banques alimentaires.

Le fonctionnement de la banque alimentaire repose sur le fait qu'il n'y ait pas d'appel au public et aux dons financiers. Une seule grande collecte, regroupant 100 000 bénévoles, est organisée une fois par an dans les supermarchés. La plupart des dons viennent donc de l'Union Européenne avec le PEAD, également de l'industrie agroalimentaire qui offre régulièrement des denrées, et des distributeurs qui permettent des récoltes journalières (ramassés<sup>4</sup>) de produits frais, de fruits et légumes et autres produits auprès de 1290 magasins en 2010.

Afin de faciliter la communication auprès des entreprises agroalimentaires, les BAs souhaitent former des bénévoles à la prospection (projet en cours).

- Logistique

Pour faciliter les dons de denrées alimentaires des industries, la FFBA va mettre en place un système interne de mutualisation des dons : chaque entreprise pourra mettre à disposition sur une plateforme Internet les informations concernant les produits qu'elles veulent donner.

<sup>4</sup> Le ramassage dans les magasins de la grande distributions consiste à ce que les associations passent dans les magasins une ou plusieurs fois par semaine pour récupérer les produits proches de la DLC ou invendus.

Les BA prennent en charge le transport des produits des distributeurs ou des IAA aux entrepôts de stockage, à l'aide de camions (frigorifiques ou non), achetés, donnés ou prêtés par des entreprises. Quelques entreprises procèdent à la livraison, mais c'est assez rare, le système de déduction des impôts sur le transport ne couvrant pas suffisamment les frais pour assurer une rentabilité (la main d'œuvre n'est d'ailleurs pas comprise).

Les entrepôts de stockage sont attribués par le Conseil général ou la mairie, ils sont plus ou moins grands et peu adaptés au stockage de nourriture.

- Types de produits prioritairement « manquants »<sup>5</sup>

Concernant les volumes collectés, les banques alimentaires essaient de respecter un diagramme de distribution idéale qui correspond à une alimentation équilibrée. Ce diagramme nous permet de comparer les denrées distribuées par l'ensemble des BA et la distribution idéale (respectant les règles d'équilibre alimentaire).

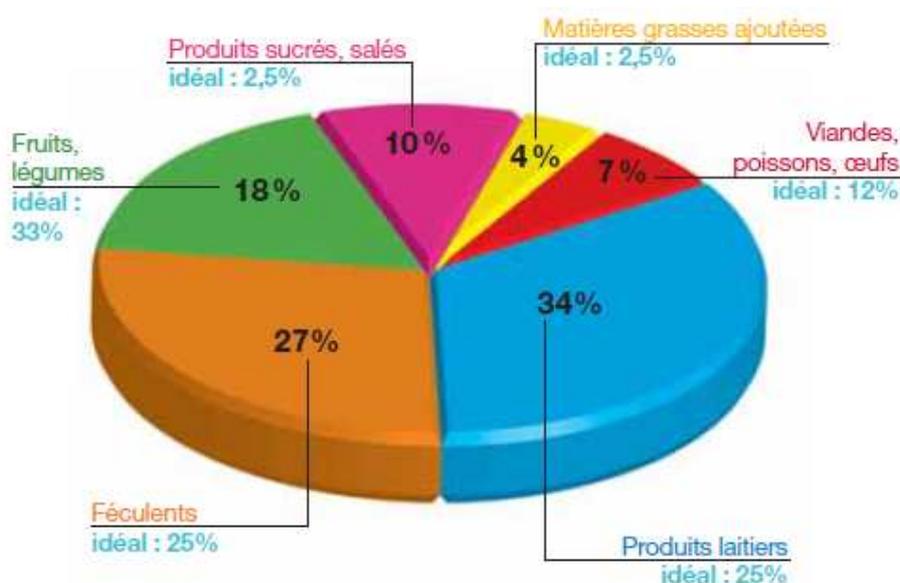


Figure 4 : Diagramme comparatif des denrées distribuées par l'ensemble des banques alimentaires et de la distribution idéale, 2010, Rapport annuel du réseau des Banques Alimentaires

On constate un excédent (par rapport à l'équilibre alimentaire) de produits laitiers, de matières grasses ajoutées, de produits sucrés et salés. Le principal besoin se situe au niveau des protéines. La FFBA est donc en recherche d'industries qui pourraient leur fournir de la viande ou du poisson. Les besoins concernent aussi les fruits et légumes.

Les volumes donnés sont la plupart du temps des formats familiaux adaptés. Le format n'est donc pas considéré comme un frein majeur.

En général, les BA acceptent tous types de produits provenant des IAA sauf si la date limite de consommation (DLC) est trop courte ou si l'IAA se situe trop loin de la base de stockage. En ce qui concerne la grande distribution, des collectes journalières sont faites puis un tri à la base de stockage est effectué par des bénévoles avant que les denrées ne soient distribuées.

<sup>5</sup> On parle des produits qui manquent aux associations, c'est à dire ceux qu'ils n'ont pas en assez grandes quantités pour palier aux besoins des personnes démunies.

- Caractérisation des entreprises agroalimentaires donatrices

Les IAA donatrices sont de toutes tailles. Les produits sont souvent donnés suite à une surproduction où sur certains sites des lots importants n'ont pas été vendus. Dans ces cas, il faut que le distributeur propriétaire du lot donne son accord. Ce retrait de marché concerne souvent des produits proches de la DLC ou de la date limite d'utilisation optimale (DLUO).

Certaines entreprises donnent régulièrement, comme les industries d'ultra frais, certaines vont donner ponctuellement selon leur production. Cela varie selon la saison (par exemple après les fêtes.).

D'après la FFBA, les raisons pour lesquelles certaines IAA ne donnent pas sont tout d'abord un manque d'informations ou d'intérêt, ou encore la peur pour la marque quant aux responsabilités engendrés ; mais selon la FFBA « cela ne concerne que ceux qui n'ont pas compris qu'il n'y a aucun risque pour eux car la FFBA prend en charge toutes les responsabilités ». D'après la FFBA il faut jouer sur la sensibilité des comités d'entreprise.

- Caractérisation des GMS donatrices

La raison pour laquelle les distributeurs font des dons est en premier lieu le souci de rentabilité et de tenue des rayons. Les produits donnés sont ceux proches de la DLC (5/6 jours en général). La FFBA n'accepte pas les produits à moins de 3 jours de la DLC car il faut ensuite amener les produits à leur entrepôt, puis les trier et les redistribuer aux associations.

Globalement on note, en France, une augmentation des dons des IAA et des distributeurs, ceux-ci étant de plus en plus sensibles aux sujets sociaux et environnementaux.

## ii. La Banque alimentaire de Paris, Île-de-France

- Présentation

En Île-de-France, il n'y a qu'une seule banque alimentaire, la BAPIF, qui se trouve à Arcueil dans le Val-de-Marne. Elle a le même fonctionnement que la Fédération Française des Banques Alimentaires présentée précédemment.

En Île-de-France, la BAPIF redistribue des denrées alimentaires à 252 associations partenaires, dont 2 collectifs ou antennes regroupant 28 associations, soit au total 280 distributeurs liés à la BAPIF. 5 600 tonnes de produits distribuées en 2010 ont été réparties comme suit :

Associations conventionnées, hors réseau national.	42 %
Grands réseaux nationaux	40 %
Epicerie sociales	18%

Tableau 9 : Répartition des produits distribués en 2010, <http://www.bapif.fr/Page21.html>

Ils ont 4 grandes sources d'approvisionnement en 2010 :

La BAPIF, tout comme la FFBA, ne fait pas d'appel aux dons financiers auprès des particuliers.

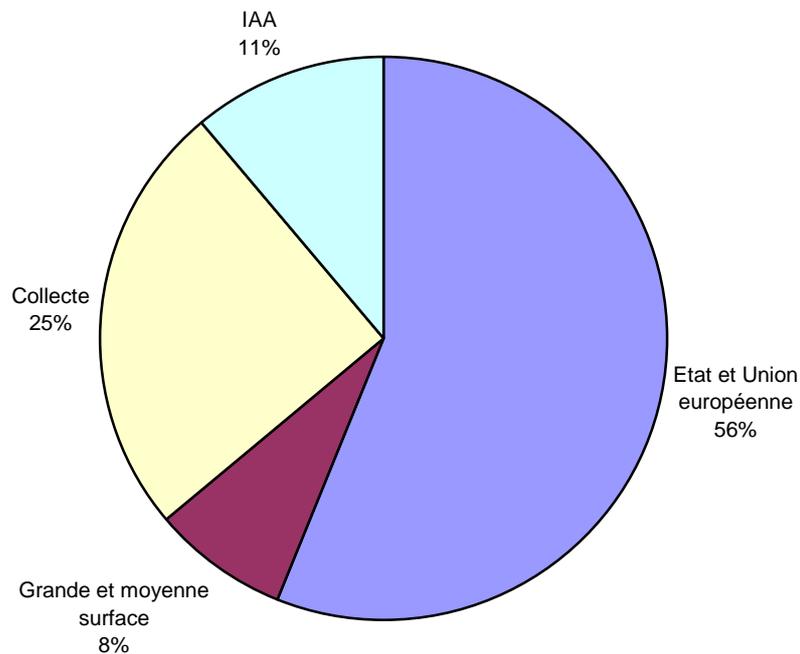


Figure 5 : Source des denrées de la BAPIF, 2010, <http://www.bapif.fr>

- Logistique

La BAPIF n'a qu'un seul local de stockage, qui se situe à Arcueil, de 500 m<sup>2</sup>. Cet espace de stockage est complété par des entrepôts temporaires extérieurs, financés aux frais de la BAPIF. Il faudrait environ 3000 m<sup>2</sup> afin de pouvoir tout stocker. Le principal enjeu ici est le coût du foncier en Île-de-France.

Un système de collectif a été élaboré dans le 77 dans la ville de Melun, et prend en charge 50 % de la distribution. Il distribue à 28 associations locales autour de Melun. Ce système repose sur peu de bénévoles et ce type de projet est très lourd à monter. La meilleure solution pour la BAPIF serait en effet d'avoir un collectif dans chaque département, qui pourrait mieux stocker et mieux distribuer, diminuant considérablement les problèmes de logistique.

Par ailleurs, le coût du matériel pour respecter la chaîne du froid est très élevé.

- Types de produits prioritairement « manquants »

Le type de produits dont ils ont besoin dépend essentiellement des produits qu'ils vont avoir du PEAD. La BAPIF ne maîtrise pas forcément les produits et les volumes reçus du PEAD. Les souhaits des associations ne peuvent être entièrement respectés. De plus, il y a souvent une absence de dons au printemps, dû au fait que la BAPIF reçoit les produits du PEAD en mai, et finit de les distribuer en février.

Certains produits manquent souvent, comme les viandes et les poissons, mais aussi des fruits et des légumes. Le format idéal serait des conserves, ce qui allégerait les contraintes liées au respect de la chaîne du froid.

- Caractérisation des entreprises agroalimentaires donatrices

Les entreprises qui donnent à la BAPIF, sont des entreprises de biscuits, conserves, plats préparés et de produits de bébés. Il leur manque des entreprises produisant du poisson (en priorité conserves), ce qui correspond à des denrées non produites en Île-de-France. Les produits donnés par les entreprises, sont des produits invendus ou des produits en fin de promotion.

La BAPIF semble avoir, selon elle, une assez bonne image auprès des entreprises et une bonne communication. Elle a mis en place une charte signée par les associations et les entreprises, afin de s'assurer de la traçabilité du produit et de sa bonne conservation. La BAPIF s'engage à contrôler les associations signataires afin de voir si les règles d'hygiène sont bien respectées.

D'après la BAPIF, la tendance des dons des entreprises est à la baisse. D'une part, les entreprises fonctionnent de plus en plus en flux tendus afin d'optimiser leur stock ou enlèvent les produits à J-1 des magasins afin de les revendre à des soldeurs. D'autre part, une des causes de la délocalisation est le coût du foncier en Île-de-France : les unités de production sont délocalisées dans d'autres régions tandis que souvent les sièges restent en Île-de-France.

- Caractérisation des GMS donatrices

La ramasse auprès des distributeurs en Île-de-France est un point fort. Cependant les distributeurs donnent parfois des produits à J-0, J-1, alors qu'avant ils donnaient à J-4, J-5. En Île-de-France, les associations refusent de prendre des DLC aussi courtes, ce qui ne serait apparemment pas un problème dans les autres régions. Il y a donc un problème des deux côtés à ce niveau. Certains distributeurs font des dons, afin de ne pas payer la taxe de destruction, ils ont donc tendance à donner des produits en mauvais état, en particulier pour les fruits et légumes. Les associations sont ainsi souvent amenées à jeter (elles ne payent pas pour la destruction).

### iii. Le Secours Populaire Français (SPF)

- Présentation

Le Secours Populaire Français existe depuis 1945. il est organisé en 96 fédérations départementales en France. Mais c'est aussi 568 antennes et 1256 permanences d'accueil. Il y a en Île-de-France 8 fédérations, une dans chaque département et 154 comités locaux distribuant l'aide alimentaire, soit :

Département	75	94	91	93	92	95	77	78	TOTAL
Nombre de comités locaux	8	15	28	23	15	24	26	21	160

Tableau 10 : Nombre d'antennes locales du SPF par département en 2011,  
Source : <http://www.secourspopulaire.fr>

En Île-de-France, le SPF compte environ 120 000 bénéficiaires de l'aide alimentaire en 2010, dont :

- 15 000 dans le Val-de-Marne
- 29 000 à Paris en 2009 et 38 800 en 2010
- 31 000 dans l'Essonne
- 21 000 dans la Seine-et-Marne

Les type de bénéficiaires sont :

- 35% des familles monoparentales
- des personnes vivant des minima sociaux
- des demandeurs d'asile
- des personnes ayant des ruptures dans leurs revenus (par exemple entre le chômage et le RSA)
- des travailleurs pauvres
- encore des personnes sans ressources.

L'aide distribuée est sous forme de colis alimentaires. Le premier colis est gratuit et les colis suivants demandent une participation financière, selon la situation de la personne aidée, n'excédant jamais 3€, (moins de 10% de la valeur du colis). Un colis représente environ 6 repas complets pour un ménage de 4-5 personnes. Des tickets services sont aussi distribués selon les départements de résidence.

Au SPF, chaque structure décide de son propre mode d'approvisionnement.

Les sources des denrées alimentaires sont :

- environ 50% PEAD/ PNAA (Paris 75%)
- Opération « chariot », collecte par les bénévoles dans les supermarchés (à Paris toutes les 2 semaines)
- Achats par leurs propres ressources, les dons et les legs
- Ramasses dans les supermarchés
- Quelques partenariats avec des entreprises

En ce qui concerne le PEAD de l'année 2011, les produits sont arrivés tard et il est difficile de les stocker. A Paris, les denrées données par le PEAD ne correspondent pas totalement aux besoins.

Le SPF Île-de-France commence à entrer dans une démarche de prospection des entreprises, ce qui est nouveau (surtout pour le SPF 75) car le PEAD correspond à 50% de leur approvisionnement. Mais avec la disparition de celui-ci annoncé en 2014, des groupes de réflexion sur les dons des entreprises se mettent en place.

- Logistique

En ce qui concerne les dons de denrées, il ressort un manque de place de stockage en froid et de matériel. Le SPF accepte tous les dons dits « prioritaires ». Il peut y avoir des refus de dons si ceux-ci sont frais et doivent donc respecter la chaîne du froid.

Le SPF a des plateformes communes entre les fédérations de chaque département afin d'optimiser le stockage. Il a également des partenariats avec les Restos du cœur ou bien des associations locales si elles ont des surplus.

- Types de produits prioritairement « manquants »

Les types de produits les plus recherchés par le SPF sont les conserves car ce sont des produits faciles à conserver qui apportent des vitamines et permettent d'équilibrer les colis alimentaires. Ils évitent les produits à DLC courtes et ceux qui doivent respecter la chaîne du froid. Il y a aussi un gros manque de poisson. Lors des collectes, les personnes ont en effet plus tendance à donner des féculents (ils ont trop de pâtes et de riz), de la viande ou de la charcuterie, mais rarement du poisson (plus cher).

- Caractérisation des entreprises agroalimentaires donatrices

Les entreprises donatrices, donnent des produits invendus ou ayant subis un « ratage ». Les changements de packaging ou de recette concernent surtout les grosses entreprises d'agroalimentaire, comme Coca Cola ou Danone.

Le nombre de partenariat a augmenté depuis 4 ans avec les IAA. Un des arguments à faire valoir auprès des entreprises, serait d'aborder le débat sur le coût de la destruction des invendus et de mieux valoriser les dons.

- Caractérisation des GMS donateurs

Les GMS donnant des produits proches de la DLC, il n'y a donc pas de déduction fiscale car ces produits ont une valeur de stock nulle. Le nombre de partenariats ces dernières années avec les distributeurs ont donc tendance à augmenter.

#### iv. Les Restos du Cœur

- Présentation

Les Restos du Cœur ont été créés en 1985 par Coluche. Il y a 10 antennes régionales, 116 associations départementales et 2055 centres qui s'occupent de la distribution de l'aide alimentaire en France.

Les Restos du Cœur en Île-de-France s'organisent de la manière suivante:

Départements	Centre d'aide alimentaire	Structures distribuant des repas chauds	Nombre de bénévoles	Nombre de personnes accueillies	Nombre de repas distribués
75	6	4	2 000	20 000	3 250 000
94	21	2	960	23 000	2 560 000
93	29	X	1 100	39 000	4 940 000
92	11	X	680	15 000	1 700 000
91	13	X	610	13 000	1 410 000
95	12	5	600	11 000	1 400 000
78	24	X	930	11 000	1 380 000
77	32	X	920	17 000	1 700 000
<b>TOTAL</b>	<b>148</b>	<b>15</b>	<b>7 800</b>	<b>149 000</b>	<b>18 340 000</b>

Tableau 11 : Organisation des Restos du Cœur en Île-de-France, 2010

Source : <http://www.restosducoeur.org>

Ils ont 46 salariés sur toute la France dont environ 30 au siège, puis un par antenne régionale. Ils ont également des contrats aidés, ainsi que des travailleurs sociaux. L'aide distribuée est sous forme de repas chauds ou de « libre-service ».

Leurs sources d'approvisionnement sont :

- PEAD (23%)\* / PNAA (6%)\*
- Achats (71%)\* dont 62 % des financements viennent de leurs ressources propres, ainsi que des dons et des legs.
- Les collectes alimentaires
- Les ramasses dans les distributeurs
- Les dons des entreprises

La collecte, la ramasse et les dons des entreprises ne comptent pas dans leur comptabilisation : ils constituent « en plus », et ils représentent 20% des volumes distribués.

Les Restos du Cœur ne communiquant pas auprès des entreprises, ce sont en général elles qui viennent à eux. La démarche des industries agroalimentaires reste, selon eux, à développer et à perfectionner par la suite.

\* Les pourcentages exprimés sont des pourcentages en flux financiers et non en volume.

- Logistique

Les Restos du Cœur ont 4 entrepôts de stockage en Île-de-France, qui se situent dans le Val-de-Marne, La Seine-saint-Denis, Les Yvelines et le Val d'Oise qui vient de se regrouper avec les Hauts-de-Seine. Leur espace de stockage est suffisant pour les denrées collectées.

Ils ont aussi assez de matériel pour transporter et conserver les aliments. Ils connaissent un manque de bénévoles pour conduire les camions. Le transport pour la ramasse auprès des distributeurs se fait par l'association. Certaines entreprises livrent les dons.

- Types de produits prioritairement « manquants »

Les Restos du Cœur recherchent toutes les catégories de produits mais les besoins prioritaires sont (classés par ordre de priorité):

1. Les viandes et les poissons
2. Les légumes et les fruits
3. Les produits laitiers
4. Café, thé, chocolat

Ils acceptent toutes les catégories de produits (frais, surgelés et secs) car ils ont la possibilité de tout stocker. Cependant ils préfèrent les aliments en conserve (pour le stockage).

- Caractérisation des entreprises agroalimentaires donatrices

Au niveau national, les Restos du Cœur ont des partenariats avec des grands groupes, comme Danone et l'Oréal.

En Île-de-France, ils ont remarqué une dynamique moins importante que dans d'autres régions. La logistique est beaucoup plus compliquée pour récupérer un don (temps de transport notamment). Cela a tendance à décourager les bénévoles. En effet pour quelques palettes de dons, cela mobilise un ou deux bénévoles pour la journée, alors qu'en province cela n'aurait pris que quelques heures.

Les origines des produits donnés sont :

- Des changements de packaging
- Des produits défectueux
- Des produits proches de la DLC

En général les dons sont constants dans l'année.

Pour les Restos du cœur, il faut bien différencier les grands groupes qui ont la capacité de faire des dons réguliers et les PME ou TPE, qui ont occasionnellement des petites quantités de produits invendus à donner.

- Caractérisation des GMS donateurs

Les Restos du cœur ont un partenariat avec Carrefour. Les produits donnés lors des ramasses sont essentiellement des produits frais, plus ou moins proches de la DLC

## v. La Croix Rouge Française

- Présentation

La Croix Rouge française a été créée en 1899. L'association compte 17 000 salariés et 52 000 bénévoles. L'aide alimentaire distribuée est sous forme de repas chauds, de colis

alimentaire et de « libre-service ». Ils distribuent 82 000 tonnes de denrées alimentaires par an, ce qui représente plus de 55 millions de repas.

Elle est organisée en 633 délégations locales et 60 épiceries sociales. En Île-de-France, il y a 3 délégations départementales et 117 délégations locales soit :

<b>Département</b>	75	94	91	93	92	95	77	78	<b>TOTAL</b>
<b>Nombre de comités locaux</b>	2	6	1	15	30	11	22	30	<b>117</b>

Tableau 12 : Nombre de comités locaux de la Croix Rouge Française en Île-de-France

Les sources des denrées sont :

- Le PEAD/PNAA
- La collecte
- La ramasse dans les magasins
- Les dons des entreprises
- Achats grâce à des subventions ou à des dons financiers.

- Logistique

Selon les accords entre l'entreprise et la Croix Rouge et en fonction de la position de l'entreprise vis à vis de l'émission de reçus fiscaux, l'entreprise livre ou non les denrées données.

Les denrées récoltées sont stockées dans des centres de traitement ou dans des délégations locales de la Croix Rouge (réparties sur toute l'Île-de-France). La Croix Rouge dispose d'assez de place pour tout stocker. Cependant, il y a un manque de matériel, qu'il faudrait analyser précisément après une enquête terrain.

- Types de produits prioritairement « manquants »

La Croix rouge accepte tout les types de produits : surgelés, frais et secs.

Les produits dont ils ont le plus besoins sont (par ordre de priorité) :

1. Les fruits et légumes
2. La viande et le poisson
3. Les produits laitiers
4. Le café, thé, chocolat
5. La farine, le sucre...
6. Les féculents

Ils ne refusent aucun produit provenant des industries agroalimentaires. En général, les règles d'hygiène ne posent pas problème, ils arrivent à bien s'organiser en fonction du type de produits à récupérer. Le seul problème est pour les produits à 1 ou 2 jours de la DLC.

- Caractérisation des entreprises agroalimentaires donatrices

La Croix Rouge a un service « partenariat entreprises » au sein des instances nationales, qui s'occupe de démarcher les entreprises.

La taille des entreprises qui donnent est variable. Elles donnent des produits proches de la DLC ou de la DLUO ou des produits défectueux. Pour la Croix Rouge, les IAA n'ont pas plus donnés que les années précédentes. La tendance n'est pas à la hausse. De plus les dons des entreprises ne sont généralement pas constants tout au long de l'année.

D'après la Croix Rouge Française, les raisons pour lesquelles les IAA ne donnent pas sont : un manque d'information et un coût trop élevé.

Les problèmes récurrents qui interviennent sont que les IAA ont tendance à proposer à la Croix Rouge des produits à la vente (à prix réduits) et non sous forme de dons.

Selon eux, il faudrait qu'il y ait plus d'échange avec les entreprises, afin d'augmenter les dons de denrées alimentaires de leur part.

- Caractérisation des distributeurs donateurs

Les magasins qui donnent sont de formats variables. Ils donnent des produits proches de la DLC et proches de la DLUO, ainsi que des invendus. Les produits donnés sont à J-3, c'est une des règles du guide de bonne pratique.

Pour la Croix Rouge, la tendance des dons des distributeurs n'est pas à la hausse, tout comme ceux des IAA.

Les partenariats, sont des partenariats locaux avec des GMS, ils sont soutenus à certains endroits et inexistant à d'autres.

D'après la Croix Rouge les raisons qui freinent les distributeurs à donner sont : un manque d'information et des règles d'hygiène et de qualité trop strictes. Ils proposent en général des produits trop proches de la DLC.

#### vi. A.N.D.E.S

- Présentation

L'ANDES (Association Nationale Des Epicerie Solidaires) a été créée en 2000, elle fédère les épicerie solidaires, elle en regroupe 230 en France dont 30 en Île-de-France.

Département	75	94	91	93	92	95	77	78	TOTAL
<b>Nombres d'épicerie solidaires</b>	4	12	16	6	8	9	8	8	<b>71</b>
<b>Nombre d'épicerie solidaires adhérentes à ANDES</b>	1	11	2	2	3	4	3	4	<b>30</b>

Tableau 13 : Les épicerie solidaires en Île-de-France, 2010

Source : <http://epicerie-solidaires.org>

Les épicerie s'engagent à respecter une charte, avec des règles internes, comme le fait qu'elles soient en libre-service, ou qu'elles aient au moins 100 références alimentaires. La participation financière (pour les bénéficiaires) doit être inférieure à 30% du prix marchand. La participation financière est souvent de 10/20% du prix. Les épicerie payent une cotisation de 50€/an à l'ANDES.

Cette association a plusieurs missions :

- Aider la création et l'accompagnement des épicerie solidaires.
- Animer les épicerie, en formant, par exemple, les bénévoles à répondre à différents types de questions et à s'adapter aux différentes situations. Elle finance des ateliers cuisine dans les épicerie (la Compagnie des Gourmands) et aussi plusieurs projets.

ANDES comprend 40 salariés sur toute la France, dont 10 au siège à Paris.

Les bénéficiaires de l'aide alimentaire sont :

- Des personnes vivant en dessous du seuil de pauvreté
- Des personnes vivant des minimas sociaux
- Des familles monoparentales
- Des travailleurs ou retraités pauvres

Les sources des denrées sont :

- Le Potager de Marianne : chantier d'insertion, qui consiste à récupérer/trier/conditionner des fruits et légumes invendus chez les grossistes au MIN de Rungis
- La Banque Alimentaire
- Le PNAA
- Les collectes
- La ramasse auprès des distributeurs
- Les dons d'entreprises (d'importants partenariats se font au niveau de l'ANDES il va y avoir des petits partenariats locaux avec les épiceries).

Chaque épicerie reçoit des aides et des subventions des collectivités territoriales afin d'acheter des aliments. Dans la majorité des cas, la mairie prête un local pour l'épicerie.

En ce qui concerne les chantiers d'insertions sur les MIN (Marché d'intérêt National), il y en a 5 en France. Ils permettent de récupérer des fruits et légumes et de redistribuer les produits aux épiceries et aux autres associations d'aide alimentaire. Les associations et épiceries passent une commande de fruits et légumes de saison chaque jour, ensuite l'ANDES redistribue, en fonction des commandes, les produits récupérés chez les grossistes à 0.30€ le kilo quelque soit le type de légumes. Lorsque la collecte est insuffisante, ANDES achète sur le marché de Rungis les fruits et légumes manquants et les revend 0.50 ou 0.70€ le kilo.

Le chantier d'insertion s'occupe du tri, du conditionnement (préparation des commandes), de la livraison, ainsi que de la transformation agroalimentaire de certains produits (projet en cours à Rungis avec la confection de soupes, de compotes et de jus).

- Caractérisation des entreprises agroalimentaires donatrices

L'ANDES s'occupe de trouver des partenariats avec les grandes entreprises agroalimentaires, comme Danone et Yoplait. En général, les entreprises donnent des produits invendus. Pour l'ANDES, les raisons pour lesquelles les entreprises ne donnent pas plus, sont :

- La responsabilité engendrée : les entreprises ont peur pour la renommée de leur marque et de leurs produits, mais ceci est du, selon eux, à un manque d'information : ANDES signe des chartes de responsabilité et a, de plus, un logiciel de traçabilité permettant de suivre les produits.
- Les inconvenients administratifs : saisie à la main de numéro de lot sur papier, qui n'est pas compris avec le code barre
- Le manque de communication et d'information

- Caractérisation des GMS donatrices

Un partenariat a été mis en place avec Simply Market, depuis 2009. Chaque épicerie solidaire a également des partenariats avec des distributeurs locaux. L'ANDES n'accepte que les produits avec une DLC à J-4, afin de pouvoir respecter les règles d'hygiène.

L'ANDES est en cours de mise en place d'un schéma logistique qui permettra de faire le lien entre les épiceries et les magasins de distribution les plus proches afin que celles-ci puissent faire les ramasses elles-même. L'ANDES devra alors équiper les épiceries afin qu'elles puissent faire de la récupération et stocker.

## vii. La Mie de Pain

- Présentation

La Mie de Pain est une association située à Paris dans le 13<sup>ème</sup> arrondissement. Elle a un centre d'hébergement d'urgence appelé « le Refuge » avec 16 bénévoles le soir. C'est un hébergement de 432 places avec une distribution de repas chauds le soir, confectionnés sur place, et un petit déjeuner pour 500 personnes. Ce centre est ouvert toute l'année. En 2010, 118 893 repas chauds, équilibrés et préparés sur place, ont été servis

- Caractéristiques des dons

La Mie de pain est en majorité du temps approvisionnée par la Banque Alimentaire ou les collectivités. Ils bénéficient également de quelques dons ponctuels.

L'association essaye d'effectuer une ramasse au Carrefour d'Ivry, mais ils ont un important manque de personnel bénévole pour aller chercher les aliments, et la Mie de Pain doit parfois les rémunérer.

Ils n'ont pas suffisamment de matériel pour conserver ou aller récupérer les aliments.

On remarque donc que les petites associations comme la Mie de Pain ne peuvent pas développer de partenariats avec des entreprises par manque de personnel et de matériel.

### b. Bilan des contraintes et leviers

Les produits qui manquent aux associations pour distribuer des repas équilibrés aux personnes démunies sont, en général, les viandes et les poissons, les fruits et légumes et les produits laitiers. Le format idéal recherché par les associations est la conserve. En effet les conserves sont plus faciles à stocker et à conserver et réduisent donc les problèmes de logistique. Les produits comme la farine, le sucre ou les féculents sont collectés en grosses quantités et manquent peu.



Nom de l'association	Associations		Industries agroalimentaires		Distributeurs	
	Contraintes	Leviers	Contraintes	Leviers	Contraintes	Leviers
FFBA	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manque de place et de matériel</li> <li>• Manque de bénévoles</li> <li>• Manque de temps pour démarcher de nouvelles entreprises</li> <li>• Transport</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mutualisation des plateformes logistiques entre associations</li> <li>• Trouver plus d'espace de stockage</li> <li>• Dons de matériels de la part des entreprises</li> <li>• La Bourse aux dons</li> <li>• Formation des bénévoles à la prospection</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Peur pour l'image, quant aux responsabilités engendrées</li> <li>• Manque d'information</li> <li>• Manque de sensibilité des dirigeants ou des opérationnels</li> <li>• Incitation économique insuffisante (défiscalisation)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Améliorer la communication sur : les responsabilités, la défiscalisation</li> <li>• Sensibiliser les comités d'entreprises</li> <li>• Mettre en avant les gains en termes de bilan carbone</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rentabilité des rayons: font des promotions</li> <li>• Dons de produits trop proche de la DLC : J0, J-1</li> <li>• Manque de temps pour trier les produits à donner</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Faire un calcul permettant de comparer promotion /défiscalisation</li> <li>• Avoir une personne dans chaque magasin (bénévole) qui puisse se charger des dons alimentaires</li> <li>• Mieux communiquer sur les contraintes engendrées par les produits trop proches de la DLC et les fruits de mauvaise qualité</li> </ul>
BAPIF	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manque de place, de matériels et de bénévoles</li> <li>• Temps de tri des denrées collectées</li> <li>• Irrégularité des produits du PEAD et ne correspondent pas toujours aux besoins</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mutualisation des plateformes logistiques entre associations</li> <li>• Trouver d'autres lieux de stockage</li> <li>• Dons de matériel de la part des entreprises</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Délocalisation des unités de production</li> <li>• PME/TPE mettent en place des flux tendus</li> <li>• Vente à des soldeurs</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Continuer à rassurer les entreprises, grâce à la charte d'hygiène</li> <li>• Communiquer sur les contrôles sanitaires dans les associations ou faire signer une charte</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mauvaise qualité des fruits et légumes donnés</li> <li>• Dons de produits trop proches de la DLC : J0, J-1</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mieux communiquer sur les contraintes engendrées par les produits trop proches de la DLC et les fruits de mauvaise qualité</li> </ul>
SPF	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manque de place et de matériel</li> <li>• Ne prospecte pas les entreprises, par manque de temps ou ne sont pas dans cette démarche</li> <li>• Irrégularité des produits du PEAD et ne correspondent pas toujours aux besoins</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Formation des bénévoles à la prospection</li> <li>• La Bourse aux dons</li> <li>• Mutualisation des plateformes logistiques entre associations</li> <li>• Trouver d'autres lieux de stockage</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dons de produits trop proche de la DLC : J0, J-1</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mieux communiquer sur les contraintes engendrées par les produits trop proches de la DLC et les fruits de mauvaise qualité</li> </ul>

Restos du Cœur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manque de bénévoles pour conduire les camions</li> <li>• Logistique difficile en IDF (transport)</li> </ul>					
La Croix Rouge Française	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manque de matériel.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manque d'information</li> <li>• Coût trop élevé</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Améliorer la communication</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dons de produits trop proche de la DLC : J0, J-1</li> <li>• Manque d'information</li> <li>• Règles d'hygiène trop strictes</li> <li>• Partenariats inexistant à certains endroits.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La Bourse aux dons des associations</li> </ul>
ANDES	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Transport entre les épicerie et les distributeurs.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Peur pour l'image, quant aux responsabilités engendrées</li> <li>• Manque d'information</li> <li>• Manque de temps</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Améliorer la communication sur : les responsabilités, la défiscalisation</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dons de produits trop proches de la DLC : J0, J-1</li> <li>• Manque de temps pour trier les produits à donner</li> <li>• Trop d'inconvénients administratifs : saisie des numéro de lot à la main</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Avoir une personne dans chaque magasin (bénévole de l'association) qui puisse se charger des dons alimentaires.</li> <li>• Mettre en avant la défiscalisation</li> </ul>
La Mie de pain	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manque de bénévoles (trop petite structure) et de matériel</li> </ul>					

Tableau 14 : Bilan des contraintes et des leviers identifiés pour chaque acteur suite aux entretiens avec les différentes associations

Les leviers présentés ci-dessus ont soit été proposés par les associations, soit été identifiés à la suite des entretiens. Certains de ces leviers seront développés par la suite dans la partie IV, intitulée « Recommandations ».

Après l'ensemble des entretiens, on remarque certaines contradictions entre les associations. En effet selon la BAPIF pour l'Île-de-France, le nombre de dons des entreprises agroalimentaires est en baisse, alors que le SPF constate le contraire. Cependant, on peut expliquer cette contradiction, par un mode de fonctionnement différent : la Banque Alimentaire est, depuis le début, dans une démarche de prospection des entreprises et bénéficie de nombreux partenariats, ce qui n'est pas le cas pour le SPF ; il commence seulement à exploiter les IAA, comme source d'approvisionnement.

En conclusion, les contraintes liées aux associations sont essentiellement d'ordre logistique, avec un manque important de place et de matériel afin de conserver au mieux les aliments et des difficultés pour le transport. Les contraintes liées aux industries agroalimentaires, sont dues à de nombreuses délocalisations et à l'optimisation des stocks réduisant les surplus ceux-ci étant de plus en plus vendus à des soldeurs. Un important manque d'information sur les dons a aussi été identifié. Enfin la ramasse et la collecte auprès des distributeurs semble assez dynamique en Île-de-France, malgré le fait que les produits donnés sont de parfois trop proches de la DLC, et donc à distribuer au plus vite par les associations.

### **3. Entretiens avec les industries agroalimentaires et les distributeurs**

#### **a. Les industries agroalimentaires**

##### **i. Le Centre Régional de Valorisation et d'Innovation Agricole et Alimentaire (CERVIA)**

Le CERVIA est une association de soutien à la filière agroalimentaire associée à la région Île-de-France. Elle est donc au contact direct des IAA. Elle a pu nous donner son avis et ses impressions quant aux dons des entreprises agroalimentaires pour les associations.

Il faut savoir que le don est vu par les entreprises agroalimentaires comme un « détournement » du produit. Il faut donc, pour le CERVIA, que l'entreprise y trouve une certaine valorisation et un retour sur investissement en faisant cette démarche.

De plus, il ne s'agit pas que « d'actions sociales » pour les entreprises : elles regrettent parfois le manque de professionnalisme et de disponibilité des bénévoles.

De nombreuses questions juridiques se posent quant aux responsabilités des entreprises sur les produits donnés, ainsi que leur destination. Il faudrait mieux communiquer sur les systèmes de traçabilité des produits donnés aux associations.

##### **ii. Synthèse des entretiens avec les industries agroalimentaires**

Les entreprises agroalimentaires rencontrées sont, pour la plupart, des petites et moyennes entreprises (PME).

Entreprises	Types de produits	Volume	Couverture géographique	Logistique	Dons	Destination des invendus	Explications
André Bonny	Viande		National	Un entrepôt de stockage situé sur le site	NON	Pas de stocks	Ils n'ont plus les moyens. Ils produisent juste la quantité demandée afin d' <u>optimiser leur vente</u> .
Fromagerie de la Brie	Fromages bruts non conditionnés, vendus à la découpe	1100 tonnes de fromage / an	National et export	Un entrepôt de stockage situé sur le site	NON	Destruction des produits ayant des problèmes bactériologiques	Ils ne peuvent pas faire de dons en raison <u>des règles sanitaires</u> : leurs produits ne répondent pas aux critères donnés dans le guide de bonnes pratiques de l'aide alimentaire. Ils <u>ne sont pas conditionnés</u> , ce sont des produits bruts. <u>Optimisation des stocks</u>
Les moulins de Brasseuil	Farine		Boulangerie d'Île-de-France		NON	Pas de stock	Ce sont des <u>gros volumes</u> de farine <u>non conditionnés</u> . De plus, le moulin tourne en fonction des besoins, il n'y a donc pas de stocks
COMEXA	Grossiste de fruits et légumes	20 000 tonnes / an	National et export	2 entrepôts de stockage à Rungis	OUI	- Dons à l'ANDES (depuis 2009) - <u>Vente à des Soldeurs</u> - Jetés	Ils donnent à peu près entre 1 et 10 tonnes par an. Les dons sont ponctuels. Ce sont des fruits et légumes sous colis de 1kg. Mais il y a quand même des contraintes : - <u>temps nécessaire pour effectuer la procédure de cession</u> . - <u>temps consacré à l'administratif</u> - <u>grande exigence au niveau de la qualité</u> des produits par l'ANDES. Les dons où il y a plus de 30% de non-conformité dans le lot ne sont pas acceptés.
Michel et Augustin	- biscuits sucrés. - biscuits salés - produits laitiers (yaourts)		National	1 entrepôt	NON	- Distribution dans la rue pour faire découvrir les produits - <u>Vente à des soldeurs</u>	Ils ont voulu faire un don une fois et se sont adressés à une association qui leur a répondu que leur quantité à donner était <u>trop petite</u> , et que comme c'était <u>un don ponctuel</u> , ils ne l'acceptaient pas
Daregal	Herbes aromatiques surgelées		National et export	Une dizaine de sites avec des entrepôts de stockage en France	NON	- Destruction	Ne peuvent pas faire de dons, car les herbes invendues ne sont <u>pas conditionnées</u> dans des petits sachets, mais sont en vrac de 10kg. Cela n'a donc aucun intérêt pour les associations et l'entreprise n'a pas le temps de les conditionner pour les donner.

Tableau 15 : Bilan des entretiens avec les industries agroalimentaires rencontrées

## b. Les distributeurs

### i. la Fédération des Entreprises du Commerce et de la Distribution (FECD)

Tout d'abord, les produits donnés par les distributeurs sont des produits dits « perdus », souvent proches de la DLC. Les produits donnés sont au plus tard à 48/72h de la DLC, afin que les associations puissent, par la suite, les distribuer non périmés.

La déduction fiscale est forcément intéressante pour eux, car elle minimise leurs pertes. Mais la déduction fiscale engendre des démarches administratives lourdes que certains distributeurs ne font pas.

Les magasins de distribution qui donnent le plus sont ceux de grands « format<sup>6</sup> ».

Les différentes raisons sont :

- Ils ont de plus grosses quantités à donner, ce qui intéresse plus les associations (elles préfèrent venir chercher en une fois un gros volume, que plusieurs fois dans plusieurs petits magasins)
- Ils ont plus de personnel pour s'occuper des dons, effectuer le tri etc...
- Ils ont plus d'espace de stockage afin de conserver les denrées alimentaires données.

En effet, les petits magasins n'ont pas forcément de salariés pour s'occuper des dons et n'ont pas assez de place.

Il n'y a pas de problématique propre à l'Île-de-France, mais à Paris. En effet, on y trouve principalement que des petits formats, on ne trouvera pas d'hypermarchés. De plus, la livraison n'est pas simple dans Paris intra-muros (les transports sont plus difficiles à organiser).

### ii. La Fondation Simply Market

- Présentation

Il y a environ une cinquantaine de magasins Simply Market en Ile-de-France. Ce sont de petits supermarchés de 500m<sup>2</sup> à 2000m<sup>2</sup>. Il y a environ 15 à 30 employés par magasin.

- Logistique

Les magasins Simply Market ont de toutes petites réserves de stockage.

- Les dons aux associations caritatives

La Fondation Simply Market donne depuis longtemps aux associations caritatives. Il a une centaine de magasins sur toute la France qui procèdent aux dons ce qui représente un tiers des magasins. Ceux qui font des dons sont soit sensibilisés à ce sujet, soit intéressés par l'aspect économique (défiscalisation).

Les magasins donnent en général à une association, une fois par semaine (don régulier) l'équivalent d'un caddie. Les magasins ne peuvent pas donner plus pour deux raisons :

- les associations ne peuvent pas venir plus souvent
- ce sont des petits magasins, ils ont donc des petits volumes.

Quand il y a occasionnellement des plus gros volumes, l'association est alors contactée par le magasin.

---

<sup>6</sup> Le format d'un magasin est sa taille, cela peut être soit un hypermarché (surface  $\geq 2500\text{m}^2$ ), un supermarché ( $400\text{m}^2 < \text{surface} < 2500\text{m}^2$ ), maxidiscompte (surface  $\approx 600\text{m}^2$ ), ou une supérette ( $100\text{m}^2 < \text{surface} < 400\text{m}^2$ ),.

Les produits donnés sont des produits proches de la DLC. Les magasins Simply Market ont une charte fraîcheur à respecter et doivent retirer les produits entre J-4 et J-2. Ce sont donc des produits frais, souvent sous vide, de charcuterie ou de produits laitiers. Il y a également des dons de fruits et légumes et occasionnellement des produits secs et des conserves (beaucoup plus rares).

En donnant à J-4, les magasins Simply Market sont défiscalisés. Il faut préciser qu'ils ne payent pas de taxe de destruction, les produits sont jetés dans les bacs compacteurs ramassés par les collectivités ; le don n'est donc pas pour eux une alternative pour éviter de payer la taxe de destruction. Simply Market va mettre en place un système pour que chaque magasin bénéficie lui même de la défiscalisation.

Ce sont les associations qui viennent démarcher les magasins (parfois l'inverse). Il arrive que des magasins ne trouvent pas d'associations à proximité pour donner des produits invendus.

Selon Simply Market, les contraintes engendrées par les dons :

- De longues démarches administratives, les employés des magasins doivent remplir à la main des feuilles avec les numéros de lots (qui n'est pas compris dans le code barre) afin d'assurer la traçabilité du produit.
- Les associations ne sont pas toujours assez bien organisées ni assez bien équipées pour venir chercher les produits
- Les trop petits volumes ne peuvent pas être donnés à une association une fois par semaine (pas ce problème pour les Hypermarchés).

Un nouveau système testé sur 10 magasins, a été mis en place il y a 1 an, afin de faire une collecte groupée (le principe étant qu'une association récolte plusieurs magasins, car il n'y a pas forcément une association pour chaque magasin).

### iii. Casino

- Logistique

Occasionnellement certains produits sont détruits ou vendus à des soldes pour différentes causes :

- Changement de packaging
- Produits proches de la DLC/ DLUO

La plupart des produits invendus proches de la DLC sont donnés à des associations caritatives.

- Les dons aux associations caritatives

Le Groupe Casino fait des dons depuis 2009, date à laquelle il a signé un partenariat avec la Fédération Française des Banques Alimentaires (FFBA).

Les raisons qui l'ont poussé à faire des dons est un contexte économique difficile. En effet, la déduction fiscale est avantageuse.

Leurs magasins donnent régulièrement des produits qui subissent un changement de packaging ou des produits proches de la DLC. Ils donnent en général des produits à J-2.

Les différents types de produits sont :

- féculents
- fruits et légumes
- produits laitiers
- café, thé, chocolat

- boissons non alcoolisés
- viandes et poissons (en faible quantité).

Ils ont donné, en 2010, 1700 tonnes de produits (au niveau national). Le transport est organisé par les banques alimentaires au niveau départemental.

Les contraintes engendrées lors des dons sont :

- tri en magasin
- manque de main d'œuvre
- démarches administratives

Une des solutions envisagées par le groupe Casino serait de prendre en compte la main d'œuvre dans la déduction fiscale.

#### c. Bilan des contraintes et des leviers

D'après les entretiens, on peut conclure que les entreprises agroalimentaires et surtout les TPE et le PME, font peu de dons car elles ont peu de stocks, et dans ce cas, ce sont pour des petites quantités de produits invendus. Les règles de conditionnement et d'hygiène seraient pour certains trop strictes et ne leur permettent pas toujours de faire des dons. De plus elles n'y retrouvent pas forcément un avantage économique. Enfin, certaines ne sont pas suffisamment informées, notamment concernant les procédures à suivre.

En ce qui concerne les distributeurs, les démarches administratives et le temps consacré au tri des denrées données sont de réels freins, nécessitant une main d'œuvre disponible pour s'occuper des transactions. Les avantages économiques devraient être mis davantage en avant.

Nom de l'entreprise	Associations		Industries agroalimentaires		Distributeurs	
	Contraintes	Leviers	Contraintes	Leviers	Contraintes	Leviers
<b>CERVIA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bénévoles pas assez professionnels</li> <li>Problème de la régularité de la source</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Formation des bénévoles</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Dons vécus comme un « détournement » des produits pas forcément valorisant</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Arguments économiques</li> <li>Diffuser largement le guide de bonne pratique</li> </ul>		
<b>André Bonny</b>			<ul style="list-style-type: none"> <li>Optimisation des stocks</li> <li>Manque d'information</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Communiquer plus largement</li> </ul>		
<b>Fromagerie de la Brie</b>			<ul style="list-style-type: none"> <li>Règles sanitaires</li> <li>Produits bruts non conditionnés</li> <li>Optimisation des stocks</li> <li>Manque d'information</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Communiquer plus largement</li> </ul>		
<b>Les Moulins de Brasseuil</b>			<ul style="list-style-type: none"> <li>Gros volumes</li> <li>Non conditionnés</li> <li>Pas de stocks</li> </ul>			
<b>COMEXA</b>			<ul style="list-style-type: none"> <li>Démarches administratives</li> <li>Règles d'hygiène trop strictes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Faciliter les démarches administratives</li> </ul>		
<b>Michel et Augustin</b>			<ul style="list-style-type: none"> <li>Dons seulement ponctuels n'intéressent pas les associations</li> <li>Trop petites quantités à donner</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Trouver une autre association qui serait intéressée</li> <li>La Bourse aux dons</li> <li>Cartographie des associations</li> </ul>		
<b>DAREGAL</b>			<ul style="list-style-type: none"> <li>Les invendus ne sont pas conditionnés</li> <li>Trop gros volume</li> </ul>			
<b>La FECD</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Les associations préfèrent venir chercher une fois un</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>La Bourse aux dons</li> <li>Cartographie des</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>Petits magasins</li> <li>Trop petits volumes</li> <li>Manque de personnes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Avoir une personne (bénévole)</li> </ul>

	gros volume, que plusieurs fois des petits volumes de nourriture	associations			pour trier <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pas de place de stockage suffisante</li> <li>• Livraison difficile dans Paris</li> </ul>	dans chaque magasin, responsable des dons
<b>Simply Market</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les associations manquent de bénévoles et ne peuvent venir qu'une fois par semaine</li> <li>• Ne trouvent pas d'associations pour donner.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Système de collecte groupée, une association ramasse dans 10 magasins</li> <li>• Cartographie des associations</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trop petites quantités, ne peuvent pas donner plusieurs fois par semaine</li> <li>• Démarches administratives</li> <li>• Le temps consacré au tri</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Défisicalisation par magasin et non au niveau de l'enseigne</li> </ul>
<b>Casino</b>					<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tri en magasin</li> <li>• Pas assez de main d'œuvre</li> <li>• Démarches administratives</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Prendre en compte la main d'œuvre dans la déduction fiscale</li> </ul>

Tableau 16 : Synthèse des contraintes et des leviers, suite aux entretiens avec les IAA et les distributeurs

## IV. QUELQUES RECOMMANDATIONS

Voici quelques propositions d'actions, d'alternatives, et de recommandations réalisables afin de faciliter les dons des entreprises agroalimentaires et des distributeurs. Il faut toutefois bien noter la difficulté à mettre en place certaines actions face aux importantes difficultés de fond rencontrées par les associations (financements, disponibilité des bénévoles, manque de matériel et d'espace de stockage).

### 1. Diffusion de la Bourse aux dons

Pour faciliter les dons aux associations, le ministère chargé de l'alimentation s'engage aux côtés des associations caritatives depuis de nombreuses années. Il a lancé en novembre 2011, dans le cadre du Programme national pour l'alimentation, une bourse aux dons en ligne.



En effet, l'idée d'une Bourse aux dons est née du constat suivant : nombreux sont les professionnels qui souhaitent faire des dons mais n'ont pas le temps ou les contacts afin de pouvoir réaliser ce projet. Et nombreux sont les associations caritatives ou les Centres communaux d'action sociale (CCAS) qui ont des besoins en denrées alimentaires mais n'ont pas le temps ou les contacts pour augmenter leur volume de denrées disponible. Entre les deux, il manquait un pont. Ce pont est désormais établi par une plateforme interactive entièrement dédiée à la mise en relation des associations caritatives ou des Centres communaux d'action sociale avec les professionnels souhaitant précéder à des dons en denrées alimentaires ou en matériel.

La Bourse aux dons a pour objectif de contribuer à la réduction des gaspillages et d'augmenter l'autonomie des associations qui ont besoin de grandes quantités de denrées alimentaires de qualité.

La bourse-aux-dons.fr, est un site qui permet de s'inscrire, se connecter ou consulter les documents en lien avec les dons alimentaire. Il est constitué d'un espace pour les receveurs, qui sont les associations et d'un espace donateur, pour les entreprises. Chaque entreprise pourra alors proposer des dons, en indiquant les dates de début et de fin du don, les quantités et le type de denrées proposées. Les associations devront indiquer leur capacité de stockage et le type de matériel qu'elles ont. Elles pourront grâce à ce site faire des recherches ciblées de don, en fonction de leurs besoins. Cela permettra aussi aux entreprises de choisir le périmètre de diffusion des offres de dons, et la ou les structures bénéficiaires.

Il faut savoir que les dons proposés par les entreprises peuvent porter sur :

- le mécénat de compétence – les entreprises proposent des ressources humaines (qualiticien, logisticien, diététicien...)
- le don de denrées - produits alimentaires, frais, congelés, en conserve.
- Le don de matériel - matériel de stockage, ordinateurs, transpalette.
- Le don de transport – par des entreprises de transporteurs.

La Bourse aux dons peut donc être une solution pour aider les associations qui n'ont pas le temps de démarcher de nouvelles entreprises. Mais aussi pour les entreprises qui font face aux refus de certaines associations à des dons ponctuels. Il est donc essentiel pour ces entreprises de pouvoir trouver d'autres associations qui seraient intéressées par leurs dons.

## **2. Recommandations concernant les associations**

### **a. La mutualisation des plateformes logistiques**

Une solution envisageable pour répondre en partie au problème logistique est la mutualisation des plateformes logistiques entre les associations. Cela permettrait de limiter les refus quant à la distance entreprise-stockage, mais aussi d'avoir plus de place et de matériel pour stocker et conserver les aliments collectés.

Il serait alors utile de créer un outil permettant de gérer toutes les plateformes logistiques où les associations pourraient y trouver différentes informations comme la place disponible, le matériel de conservation et les coordonnées.

Ainsi, quand une association aurait un don à aller chercher, elle pourrait trouver, l'entrepôt le plus stratégique - le mieux positionné - pour elle en fonction de différents critères comme l'adresse de l'entreprise, le lieu de distribution, le matériel disponible en fonction du type de denrées (surgelés, frais, secs..) et, bien sûr, de la place disponible.

Cependant, cette solution reste difficile à mettre en place car les associations sont très indépendantes les unes des autres et ont des modes de fonctionnement parfois différents.

### **b. Recherche d'espace de stockage**

Il est urgent de trouver d'autres lieux de stockage à mettre à disposition des associations (auprès des mairies, des collectivités ou des entreprises par exemple).

### **c. Formation des bénévoles**

Afin de faciliter les dons, des bénévoles bien formés sur différents points peuvent être un atout considérable.

Tout d'abord il leur faut être formés à la prospection afin d'aller démarcher plus d'entreprises, en exposant les différents arguments qu'il y a pour elles à faire des dons. Cela permettrait aussi aux bénévoles d'être plus professionnels et donc d'être plus crédibles auprès des IAA et des distributeurs.

Une meilleure formation des bénévoles sur les règles d'hygiène alimentaire et éventuellement les alertes sanitaires, pourrait rassurer les entreprises quant à la bonne prise en charge de leurs produits.

## **3. Recommandations concernant les industries agroalimentaires**

### **a. Une meilleure communication auprès des entreprises et des distributeurs**

A la suite des entretiens avec les industries agroalimentaires, il ressort un important manque d'informations en ce qui concerne le don aux associations d'aide alimentaire.

Il est donc nécessaire de mieux communiquer auprès des IAA. Il faut que chacune soit informée du fait qu'elle a la possibilité de faire des dons, en mettant en valeur les arguments en leur faveur:

- Aucune responsabilité engendrée à la suite d'un don, car l'association la prend en charge.
- Intérêt économique : les produits invendus et donnés sont défiscalisés et évitent de payer pour la taxe de destruction assez coûteuse (en plus du transport éventuel).
- Intérêts environnementaux et sociaux (meilleure image de l'entreprise, diminution du bilan carbone)

Il faut surtout mieux expliquer les responsabilités engendrées. En effet, à partir du moment où les produits ont quitté l'entreprise agroalimentaire, celle-ci n'est plus responsable de ces produits. Il pourrait être utile de faire des documents plus complets informant de ces différents points :

- Les associations prennent toutes les responsabilités quant à la distribution des produits.
- Les associations sont équipées de logiciels de traçabilité, permettant à l'entreprise de suivre ces produits.
- Les associations ont des chartes d'hygiène signées par les deux parties.

Des contrôles sanitaires peuvent être effectués dans les associations afin de vérifier la conservation des aliments. Cela rassurera les entreprises sur la bonne prise en charge de leurs produits. Ces contrôles pourraient être renforcés ou on pourrait envisager la signature d'une charte d'hygiène.

Le pôle offre alimentaire de la DRAAF Pays de la Loire a mis en place, dans le cadre du Groupement Régional de l'Aide Alimentaire, une charte, afin d'augmenter et de diversifier la nature des produits alimentaires récupérés et redistribués au sein des associations caritatives. En signant cette charte, les partenaires témoignent de leur intention de s'engager à contribuer à la sécurisation des denrées alimentaires et de leur circuit de distribution, à la mise à disposition de leurs éventuels stocks excédentaires, à l'information des associations des lots de denrées distribuables. Cette charte ne remet pas en cause les partenariats déjà existants entre associations et pourvoyeurs de dons mais constitue un engagement à progresser dans la coopération mutuelle afin d'améliorer l'alimentation des personnes en situation de précarité.

De plus, une étude réalisée par une banque alimentaire a permis de calculer son empreinte carbone afin d'estimer l'impact environnemental du don. Cette étude a été conduite selon la méthode « bilan carbone » de l'ADEME. Elle consiste à évaluer et à comparer des émissions de gaz à effet de serre engendrées par deux systèmes :

- le 1<sup>er</sup> système, « avec action de la BA », c'est à dire *récupération de denrées auprès des industries agroalimentaires et des distributeurs*.
- Le 2<sup>ème</sup>, « sans action de la BA », avec d'une part la *gestion des denrées non collectées* (donc gérées en déchets), et d'autre part la *production de produits alimentaires de substitution pour les personnes bénéficiant de l'aide alimentaire*.

Les résultats sont éloquentes et montrent que l'association a permis d'économiser 1 770 tonnes de CO<sub>2</sub>, dans l'année, en collectant des denrées qui seraient normalement traitées en déchets. Les émissions annuelles de gaz à effet de serre seraient donc diminuées par 6 !

Il est nécessaire maintenant que cette méthode soit appliquée à l'Île-de-France, et à plusieurs associations. Les résultats pourraient être utilisés auprès des industriels comme argument pour les inciter à donner. En effet les démarches environnementales sont un argument de plus en plus pris en compte par les entreprises agroalimentaires.

#### b. Cibler les dons pour rechercher les produits « manquants »

En ce qui concerne les fruits et légumes, il serait utile de prospecter ou de faire une étude auprès des coopératives ou des grossistes, afin de connaître plus précisément les quantités jetées et les quantités récupérables. En effet, beaucoup de lots de fruits et légumes sont jetés pour cause d'un « mauvais état », même si un certain pourcentage de produits non abîmés reste comestible dans ces lots (le temps de tri est alors la principale contrainte).

Concernant le poisson, on peut envisager de travailler avec d'autres régions pour palier au manque. On pourrait également cibler les collectes alimentaires sur les boîtes de conserve de poissons.

c. Etude sur d'autres sources d'approvisionnement : la restauration collective et commerciale

En Île-de-France, la plupart des freins limitant les industries agroalimentaires à faire des dons n'ont pas de solutions simples, l'incitation étant principalement économique. Il est donc nécessaire de chercher d'autres sources d'approvisionnement pour les associations caritatives. Or, dans le monde de l'alimentation, il existe des structures ayant beaucoup de pertes et de gaspillage alimentaire, qui n'ont pas été prises en compte dans cette étude.

En effet la restauration collective et commerciale, qui a fait l'objet d'une étude, menée par le MAAPRAT, en 2011, comptent de grandes pertes et de gaspillage alimentaire. Voici quelques résultats de cette étude :

Métiers de la restauration	Sous-groupe	Pertes et gaspillages alimentaires moyens g/pers/repas	Pertes et gaspillages moyens g/pers/repas	Source
Restauration collective 167g/pers/repas (écart type de 75)	Milieu scolaire	147g/pers/repas	Primaire : 120	Interrogation d'experts, Campagne de pesée Association De Mon Assiette à ma Planète
			Secondaire : 185	
			Supérieur (Universités) : 135	
Établissements médico-sociaux et de santé	264g/pers/repas	Hôpital court séjour : 362	Extrapolation campagne de pesée Centre hospitalier du Mans	
		Hôpital long séjour et maison de retraite : 166		
Restauration commerciale 211g/pers/repas (écart type de 32)	Entreprise	125g/pers/repas		Interrogation d'experts
	Restauration traditionnelle	230g/pers/repas		Extrapolation données ADEME, 1999
	Restauration gastronomique	229g/pers/repas		Campagne de pesée terrain
	Restauration rapide	175g/pers/repas		Extrapolation données ADEME, 1999

Tableau 17 : Pertes et gaspillages alimentaires dans les métiers de la restauration  
Source : Pertes et gaspillages alimentaires : Marges de manœuvre et verrous au stade de la remise directe au consommateur et en restauration collective, MAAPRAT 2011

Métiers de la restauration (restauration collective et commerciale)	Déchets alimentaires potentiellement évitables (par ordre d'importance)	Pain, trop cuisiné, restes non-servis, accompagnement (RC scolaire)
	Déchets alimentaires inévitables	Produits de 1ère gamme (produits frais en l'état)

Tableau 18 : Denrées les plus souvent perdues ou gaspillées dans les métiers de la restauration,  
Source : Pertes et gaspillages alimentaires : Marges de manœuvre et verrous au stade de la remise directe au consommateur et en restauration collective, MAAPRAT 2011

Les pertes et gaspillages alimentaires dans la restauration collective surviennent principalement autour de trois phases critiques – en amont du repas (préparation dans les cuisines), au cours du service (retour plateaux) et en aval du service (gestion des surplus). Cette dernière phase pourrait faire l'objet de dons. En effet, en optimisant au mieux les surplus de nourriture non distribués, en les conservant mieux, ils pourraient être réutilisés le soir même ou le lendemain.

En ce qui concerne les yaourts ou les crèmes desserts, non entamées, revenant avec les plateaux, qui doivent être jetés pour des règles d'hygiène (chaîne du froid rompue), il faudrait pouvoir permettre aux personnes de ne les choisir, selon les envies, qu'à la fin du repas. Le yaourt resterait donc au frais et pourrait être éventuellement gardé pour le lendemain ou faire l'objet d'un don si la DLC est à J-1.

En restauration collective médico-sociale, tous les produits emballés et non consommés sont jetés d'une part pour des raisons d'hygiène (risque de contagion et transfert de germes) et d'autre part pour des raisons de rupture de la chaîne du froid.

En restauration commerciale, les phases les plus génératrices des pertes et gaspillages, sont :

- la phase d'approvisionnement
- la phase de gestion des stocks
- la phase de consommation finale.

Au niveau de l'approvisionnement, une mauvaise gestion des commandes et des stocks par rapport à la demande finale et/ou la difficulté d'estimer avec précision le nombre de couverts, peuvent mener à des situations de surstockage de certains produits avec le risque de voir la DLC dépassée.

De plus, la qualité des produits (sur les plans esthétiques et organoleptiques) est très importante dans cette activité. Si le produit ne correspond pas à un certain « standard », il peut être écarté, alors qu'il sera parfaitement comestible dans d'autres contextes.

Il a été montré, lors d'audits de « qualité des bonnes pratiques », une certaine paranoïa de l'intoxication alimentaire qui donne lieu à des situations où « le simple fait de douter peut faire jeter ».

Tous ces produits alimentaires faisant l'objet de gaspillage pourraient être récupérés par des associations caritatives afin d'être redistribués immédiatement dans les antennes locales. Il concernerait plutôt les repas chauds, distribués dans les situations d'urgence. Il serait donc intéressant de faire une **étude de faisabilité sur la récupération de denrées auprès de la restauration collective et commerciale.**

Cela entraînerait :

1. La nécessité pour les restaurateurs d'éviter de rompre la chaîne du froid pour les produits susceptibles de ne pas être utilisés et donc d'être donnés.
2. Une meilleure prévision des stocks et une grande réactivité pour contacter les associations.
3. La récupération à J0 ou J-1 de produits qui devront être redistribués immédiatement
4. Avoir une pointure logistique et des bénévoles disponibles.
5. Une cartographie des antennes locales d'associations distribuant des repas chauds, afin de limiter la distance restaurateur-association.

D'autres sources d'approvisionnement peuvent être sollicitées, comme les traiteurs ou les producteurs.

#### **4. Recommandations concernant les distributeurs**

##### **a. Améliorer la déduction fiscale**

Afin d'inciter les magasins à donner davantage de produits, il pourrait être envisagé de mettre en avant les avantages économiques et éventuellement d'améliorer les conditions de déduction fiscale, en prenant par exemple en compte la main d'œuvre (soit le temps de travail passé à trier les denrées à donner).

De plus la déduction se fait, pour certains grands groupes comme Simply Market, au niveau de l'enseigne et non pour chaque magasin. Si chaque enseigne mettait en place une défiscalisation par magasin, l'incitation économique serait plus directe et encouragerait les responsables locaux à faire des dons.

b. Cartographie / Recensement des associations d'aide alimentaire en Ile-de-France

Afin de palier le manque de données concernant les structures d'aide alimentaire en Île-de-France, il serait utile d'effectuer un recensement des associations d'aide alimentaire dans cette région (comme celui qui a été fait en Bretagne par exemple [Bibliographie n°9]).

L'objectif serait d'obtenir une carte où on pourrait y trouver les antennes de distribution des associations avec leurs coordonnées, ainsi que leur mode de distribution. Les entreprises agroalimentaires et les distributeurs ne sachant pas où solliciter les associations, pourront donc trouver, celle qui est la plus proche.

c. Réduire les démarches administratives

L'idéal, pour soulager les contraintes administratives qu'entraînent les dons, serait de désigner une personne par magasin qui serait responsable, une ou deux demi journées par semaine (selon la taille du magasin), de s'occuper des produits donnés. Cependant, ce n'est pas toujours évident surtout pour les petits magasins qui n'ont souvent que 3 ou 4 employés. Une autre piste serait qu'un bénévole de l'association effectuant des ramasses dans le magasin, vienne y faire le tri et aider pour les démarches administratives dans la semaine. Cependant le même problème d'effectif intervient : il n'y a souvent pas assez de bénévoles dans les associations et quand ils sont présents, ils n'ont pas le temps de se consacrer à ce genre de démarches.

Une autre solution serait de travailler sur les formalités administratives pour les simplifier, afin de réduire le temps passé sur celles-ci.

## CONCLUSION

Cette étude nous a permis d'identifier un certain nombre de freins et de contraintes limitant les dons des industries agroalimentaires et des distributeurs en Île-de-France et de pouvoir, grâce aux entretiens, envisager des solutions ou des alternatives.

Les associations rencontrent de nombreuses difficultés au niveau de la logistique, en effet le manque de place, de matériel et de bénévoles sont des freins pour la ramasse, le stockage, le tri et le transport des denrées données par les entreprises.

En Île-de-France, les entreprises agroalimentaires sont principalement des très petites entreprises (TPE) ou des petites et moyennes entreprises (PME). Celles-ci sont confrontées à la délocalisation de leurs unités de production (coût du foncier trop élevé notamment). D'autre part, elles rentrent de plus en plus dans une démarche d'optimisation des stocks, afin de limiter les invendus. Mis à part les grands groupes agroalimentaires, ces petites entreprises n'ont pratiquement plus de produits alimentaires à donner. On remarque cependant un important manque d'informations, quant à la procédure à suivre en cas de dons, notamment vis à vis des responsabilités engendrées. Ceci a tendance à freiner l'entreprise à faire du don, par peur pour le renom de sa marque.

La collecte et la ramasse auprès des distributeurs est assez dynamique en Île-de-France, malgré des contraintes liées aux démarches administratives et au temps consacré, dans chaque magasin, au tri des produits à donner.

Certaines actions ou recommandations ont donc pu être proposées. Tout d'abord la diffusion de la Bourse au dons permettant, grâce à une plateforme interactive, la mise en relation des associations et des entreprises agroalimentaires. Des recommandations auprès des associations, comme la mutualisation des plateformes logistiques, la recherche d'espace de stockage ou la formation de bénévoles. En ce qui concerne les entreprises agroalimentaires, une seule solution envisageable est de limiter les contraintes et de faire une meilleure communication en mettant en avant les intérêt économiques et environnementaux qu'ils ont à faire du don. Comme nous l'avons remarqué, les dons des entreprises agroalimentaires sont très limités. Une alternative serait donc de trouver de nouvelles sources d'approvisionnement, comme la restauration collective et commerciale qui génèrent, toutes deux, beaucoup de pertes et de gaspillage. L'amélioration des ramasses dans les magasins de distribution peut passer par la nomination d'un responsable (bénévole) des dons dans chaque magasin afin d'alléger les contraintes administratives et le temps aux employés. De plus, le recensement de toutes les structures d'aide alimentaire en France est nécessaire pour mettre en relation tous les acteurs.

Cependant, il existe des limites rencontrées par les associations, comme le manque de moyens matériels et humains, qui rendent la mise en place de certaines actions et de nouveaux projets difficile.

## BIBLIOGRAPHIE

1. *L'aide alimentaire en France*, le Ministère de l'alimentation, de l'agriculture et de la pêche, juin 2009
2. *Guides de bonnes pratiques de l'aide alimentaire, comment bien s'engager dans une démarche d'aide alimentaire*, ANEA, la FCD, et le ministère de l'alimentation, l'agriculture et de la pêche, en 2010.
1. *Guide de bonnes pratiques de l'aide alimentaire*, ANIA et la FCD en juillet 2009
2. *Le Programme National pour l'Alimentation*, le Ministère de l'Alimentation, l'Agriculture et de la Pêche, 2010
3. *Rapport annuel du réseau des Banques Alimentaire exercice 2010s*, les Banques Alimentaires, 2011
4. *Rapport annuel 2010/2011 Les Restos du Cœur*, Les Restos du Cœur, 2011
5. BELIAN-COUR Mélanie, GONDELLE Virginie, *L'aide Alimentaire en Franche Comté : Organisation et Fonctionnement*, Juin 2010
6. BOULOGNE Nolween, DUCHESNE Audrey, *Rapport de stage : Pourquoi les PME Alimentaires ne répondent-elles pas aux PEAD et PNAA ? Analyse stratégique*, Agroparistech, DRIAAF, 2010
7. *Charte d'adhésion au Groupement Régional de l'Aide Alimentaire de la région des Pays de la Loire*, DRAAF Pays de la Loire, Août 2011
8. *Pertes et gaspillages alimentaires : Marges de manœuvre et verrous au stade de la remise directe au consommateur (distribution et restauration) et en restauration collective*, le Ministère de l'alimentation, de l'agriculture et de la pêche, 2011
9. Annu' Aide Alimentaire Bretagne, juin 2008, <http://www.grsp-bretagne.sante.fr/pdf/annuaide%20alimentaire.pdf>, consulté le 9 novembre 2011.
10. Banques Alimentaires de Paris et d'Ile-de-France, <http://www.bapif.fr/>, consulté le 15 novembre 2011
11. Banques alimentaires, Ensemble aidons l'homme à se restaurer, Nos entreprises solidaire, <http://www.banquealimentaire.org/liste-entreprises-solidaires>, consultée le 10 novembre 2011
12. Banques alimentaires, Ensemble aidons l'homme à se restaurer, Nos résultats et comptes 2010, <http://www.banquealimentaire.org/articles/nos-resultats-et-comptes-2010-0072>, consultée le 8 novembre 2011
13. Croix rouge française, les aides sociales de première nécessité : alimentaires et vestimentaires, <http://www.croix-rouge.fr/Nos-actions/Action-sociale/Aider-accompagner-reinserer/Les-aides-sociales-de-premiere-necessite>, consulté le 8 novembre 2011
14. Secours populaire français, Fédération de Paris, [France] Le soutien alimentaire, [http://www.spf75.org/action\\_75+M571b02e36d3.0.html](http://www.spf75.org/action_75+M571b02e36d3.0.html), consultée le 8 novembre 2011
15. Secours populaire français, Fédération de Paris, [France] Les collectes alimentaires, [http://www.spf75.org/action\\_75+M57b0b73bc0a.0.html](http://www.spf75.org/action_75+M57b0b73bc0a.0.html), consulté le 8 novembre 2011
16. Les restaurants du cœur, Dates et chiffres clés, <http://www.restosducoeur.org/content/dates-et-chiffres-cl%C3%A9s>, consultée le 8 novembre 2011
17. La Mie de Pain, de l'urgence à l'insertion, Centre d'hébergement d'urgence, « le Refuge », [http://www.miedepain.asso.fr/312\\_p\\_7991/le-refuge.html](http://www.miedepain.asso.fr/312_p_7991/le-refuge.html), consulté le 9 novembre 2011
18. Société de Saint-vincent-de-Paul, Banque alimentaire 2010, <http://saint-vincent-de-paul-colombes.over-blog.com/article-banque-alimentaire-2010-60513052.html>, consulté le 9 novembre 2010
19. Agriculture.gouv.fr, Les bénéficiaires de l'aide alimentaire, <http://agriculture.gouv.fr/les-beneficiaires-de-l-aide>, consulté le 22 novembre 2011

20. Institut national de la statistique et des études économiques, Niveau de vie et pauvreté en France : Les départements du Nord et du Sud sont le plus touchés par la pauvreté et les inégalités, [http://www.insee.fr/fr/themes/document.asp?ref\\_id=ip1162&reg\\_id=0](http://www.insee.fr/fr/themes/document.asp?ref_id=ip1162&reg_id=0), consulté le 23 novembre 2011
21. Observatoire des inégalités, La pauvreté en France <http://www.inegalites.fr/spip.php?article270>
22. Institut national de la statistique et des études économiques, Revenus-Salaires, <http://www.insee.fr/fr/themes/theme.asp?theme=4&nivgeo=20>, consulté le 23 novembre 2011
23. Agence Nationale de Santé Île-de-France, Etat de santé et d'inégalité sociales et territoriales : éléments de diagnostic francilien, [http://www.ars.iledefrance.sante.fr/fileadmin/ILE-DE-FRANCE/ARS/1\\_Votre\\_ARS/3\\_Nos\\_Actions/3\\_PRS/Note\\_diagnostic\\_ISTS\\_V9\\_180\\_111.pdf](http://www.ars.iledefrance.sante.fr/fileadmin/ILE-DE-FRANCE/ARS/1_Votre_ARS/3_Nos_Actions/3_PRS/Note_diagnostic_ISTS_V9_180_111.pdf), consulté le 24 novembre 2011
24. Institut d'Aménagement et d'Urbanisme de la région d'Ile-de-France, Les territoires de pauvreté en Ile-de-France, Etat des lieux, [http://www.iau-idf.fr/fileadmin/Etudes/etude\\_332/nr\\_407\\_les\\_territoires\\_de\\_pauvrete.pdf](http://www.iau-idf.fr/fileadmin/Etudes/etude_332/nr_407_les_territoires_de_pauvrete.pdf), consulté le 26 décembre 2011

## ANNEXE

### ANNEXE 1 : Plaquettes du PEAD et du PNAA et leur fonctionnement

#### Plaquette du PEAD



### L'aide alimentaire en France a besoin de vous

#### Le Programme européen d'aide aux plus démunis (PEAD)

En quoi consiste le PEAD ?

Comment ce programme est-il mis en œuvre en France ?

Les besoins des associations



### L'aide alimentaire en France a besoin de vous

Et les professionnels dans tout ça ?

Comment mon entreprise peut-elle aider les plus démunis ?

Mon entreprise peut-elle participer au PEAD ?

#### En quoi consiste le PEAD ?

Basé sur les stocks d'intervention, le PEAD existe depuis 1987 et permet dans le cadre d'une procédure de troc de distribuer des produits alimentaires par l'intermédiaire d'organismes caritatifs : les Restaurants du Cœur, la Fédération française des Banques Alimentaires (FFBA), le Secours populaire français et la Croix-rouge française.

Face à la disparition progressive des stocks, la Commission européenne alloue dorénavant une enveloppe financière aux états membres pour acheter directement des denrées sur le marché.

#### Comment ce programme est-il mis en œuvre en France ?

En 2008, la France a bénéficié d'un budget de 50,9 millions d'euros :

- 32,77 millions € pour l'achat de produits laitiers,
- 8,72 millions € pour l'achat de produits céréaliers,
- 5,23 millions € pour l'achat de riz,
- 1,61 millions € pour l'achat de sucre.

#### Comment mon entreprise peut-elle aider les plus démunis ?

Le contexte haussier des prix rend les plus démunis encore plus vulnérables et vous pouvez les aider :

→ En établissant des partenariats avec les ministères en charge de l'agriculture et en charge du logement, si vous souhaitez faire un don de produits alimentaires ou de matériel (réfrigérateurs, surgélateurs, matériel, camions etc...) ou du mécénat de compétences.

→ En aidant les plus démunis, vos entreprises peuvent bénéficier de déductions fiscales :

*L'article 238 bis du code général des impôts prévoit, que les versements, pris dans la limite de 5/100<sup>èmes</sup> du chiffre d'affaires, effectués au profit d'organismes caritatifs par les entreprises assujetties à l'impôt sur le revenu ou à l'impôt sur les sociétés, ouvrent droit à une réduction d'impôt égale à 60% de leur montant.*

*Ces versements peuvent être réalisés en nature, les produits ayant un coût donné, il est ensuite possible de traduire en euros la valeur des volumes ou poids de produits donnés. Lorsque le don est réalisé, les associations doivent attester au donateur : la date du don, sa nature, le volume ou poids et la date limite de consommation des produits donnés. En revanche, elles ne peuvent pas attribuer un prix au don fait, c'est à l'entreprise de déterminer la valeur "euros" de ce don.*

#### Les besoins des associations :

- produits laitiers : presque 38 millions L de lait UHT demi-écrémé, 1774 t de beurre, 1600 t de fromage (emmental français) ainsi que des crèmes dessert et du riz au lait,
- produits à base de céréales et de riz : 2318 t de farine, 1819 t de couscous, 4328 t de pâtes et 1487 t de riz.

À cela on peut ajouter des produits élaborés, tels que le taboulé, la salade de pâtes au thon, la paëlla, le couscous au poulet ou au bœuf, des biscuits...

Les marchandises sont livrées au niveau de plates-formes ou d'entrepôts départementaux. La gestion de ce dispositif est confiée à FranceAgriMer.

La procédure de gestion est celle des marchés publics avec le cas échéant, la fourniture de cautions.

La Commission finance l'achat des marchandises ainsi que les frais de transport.

#### Contacts :

Direction Générale de l'Alimentation  
Gaëlle PION  
251, rue de Vaugirard  
75015 PARIS  
Tél : 01 49 55 43 12  
Mel : sdqa.dgal@agriculture.gouv.fr

Direction Générale de l'Action Sociale  
Marianne STOROGENKO  
14, avenue Duquesne  
75350 PARIS 07 SP  
Tél : 01 40 56 80 34  
Mel : marianne.storogenko@sante.gouv.fr

#### Mon entreprise peut-elle participer au PEAD ?

→ OUI, en répondant aux appels d'offre qui sont mis en ligne sur le site <http://e-marchespublics.com/>. Pour les trouver, tapez le mot clé « FranceAgriMer ».

#### Contacts :

FranceAgriMer  
Tél : 01 73 30 30 00  
Fax : 01 73 30 30 30  
12 rue Henri Rol-Tanguy  
TSA 30003  
93555 MONTREUIL SOUS BOIS  
<http://www.franceagrimer.fr>



## L'aide alimentaire en France a besoin de vous

### Le Programme national d'aide alimentaire (PNAA)

En quoi consiste le PNAA ?

Comment ce programme est-il mis en œuvre en France ?



## L'aide alimentaire en France a besoin de vous

Et les professionnels dans tout ça ?

Comment mon entreprise peut-elle aider les plus démunis ?

Mon entreprise peut-elle participer au PNAA ?

### En quoi consiste le PNAA ?

Ce programme national a été mis en place par le Gouvernement en 2004 afin de répondre aux besoins alimentaires non pourvus par l'Europe, et d'améliorer et de diversifier l'aide alimentaire.

Il permet l'achat de produits carnés, de poisson, de fruits et légumes ou d'autres produits non fournis par le PEAD mais également de soutenir des actions des associations caritatives visant l'amélioration des approvisionnements ou de la logistique.

### Comment ce programme est-il mis en œuvre en France ?

En 2008, le Gouvernement a dévolu 20 Millions € à ce programme, dont 17,6 Millions € pour l'achat d'aliments, répartis entre quatre associations désignées par le Gouvernement :

- la Fédération française des Banques Alimentaires (FFBA) ;
- le Secours populaire français ;
- les Restaurants du Cœur ;
- la Croix-rouge française.

### Comment mon entreprise peut-elle aider les plus démunis ?

Le contexte haussier des prix rend les plus démunis encore plus vulnérables et vous pouvez les aider :

→ En établissant des partenariats avec les ministères en charge de l'agriculture et en charge du logement, si vous souhaitez faire un don de produits alimentaires ou de matériel (réfrigérateurs, surgélateurs, matériel, camions...) ou du mécénat de compétences.

→ En aidant les plus démunis, vos entreprises peuvent bénéficier de déductions fiscales :

*L'article 238 bis du code général des impôts prévoit, que les versements, pris dans la limite de 5/1000<sup>èmes</sup> du chiffre d'affaires, effectués au profit d'organismes caritatifs par les entreprises assujetties à l'impôt sur le revenu ou à l'impôt sur les sociétés, ouvrent droit à une réduction d'impôt égale à 60% de leur montant.*

*Ces versements peuvent être réalisés en nature, les produits ayant un coût donné, il est ensuite possible de traduire en euros la valeur des volumes ou poids de produits donnés. Lorsque le don est réalisé, les associations doivent attester au donateur : la date du don, sa nature, le volume ou poids et la date limite de consommation des produits donnés.*

*En revanche, elles ne peuvent pas attribuer un prix au don fait, c'est à l'entreprise de déterminer la valeur "euros" de ce don.*

En fonction de leurs besoins les associations achètent des viandes, des poissons, des fruits et des légumes.

Ainsi pour 2008, les Restaurants du Cœur ont uniquement acheté des steaks hachés, la FFBA a acheté de la viande (poulets, steaks hachés et côtes de porc) et des fruits et légumes (haricots verts et oreillons de pêches) et enfin le Secours populaire et la Croix-rouge ont acheté de la viande, du poisson et des fruits et légumes.

Ce programme confié à la direction générale de l'action sociale (DGAS) est mis en œuvre par FranceAgriMer mandaté par la DGAS.

La procédure de gestion est celle des marchés publics avec le cas échéant, la fourniture de cautions.

Les marchandises sont livrées au niveau de plates-formes ou d'entrepôts départementaux.

### Contacts :

Direction Générale de l'Alimentation  
Gaëlle PION  
251, rue de Vaugirard  
75015 PARIS  
Tél : 01 49 55 43 12  
Mel : sdqa.dgal@agriculture.gouv.fr

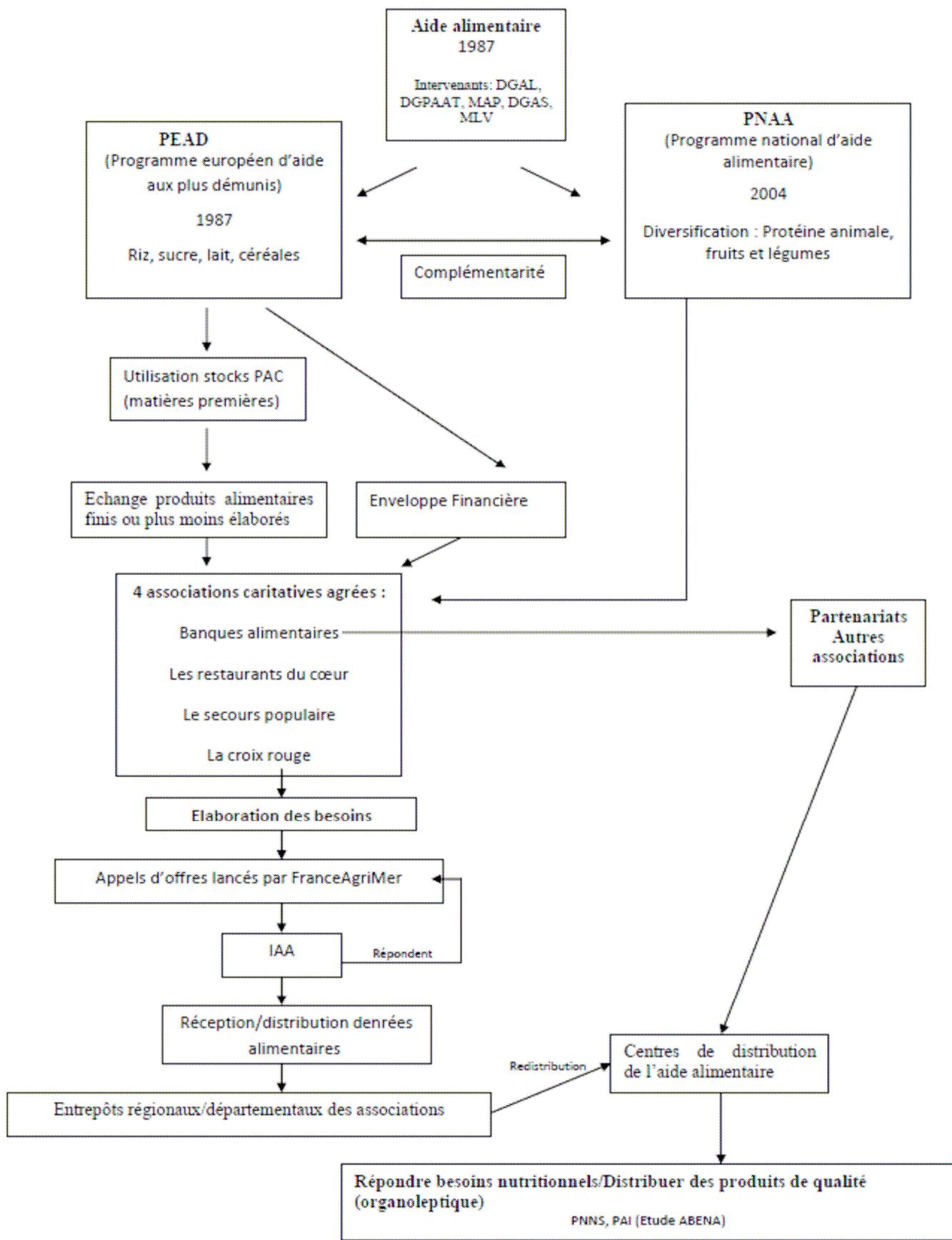
Direction Générale de l'Action Sociale  
Marianne STOROGENKO  
14, avenue Duquesne  
75350 PARIS 07 SP  
Tél : 01 40 56 80 34  
Mel : marianne.storogenko@sante.gouv.fr

### Mon entreprise peut-elle participer au PNAA ?

→ OUI, en répondant aux appels d'offre qui sont mis en ligne sur le site <http://e-marchespublics.com/>. Pour les trouver, tapez le mot clé « FranceAgriMer ».

### Contacts :

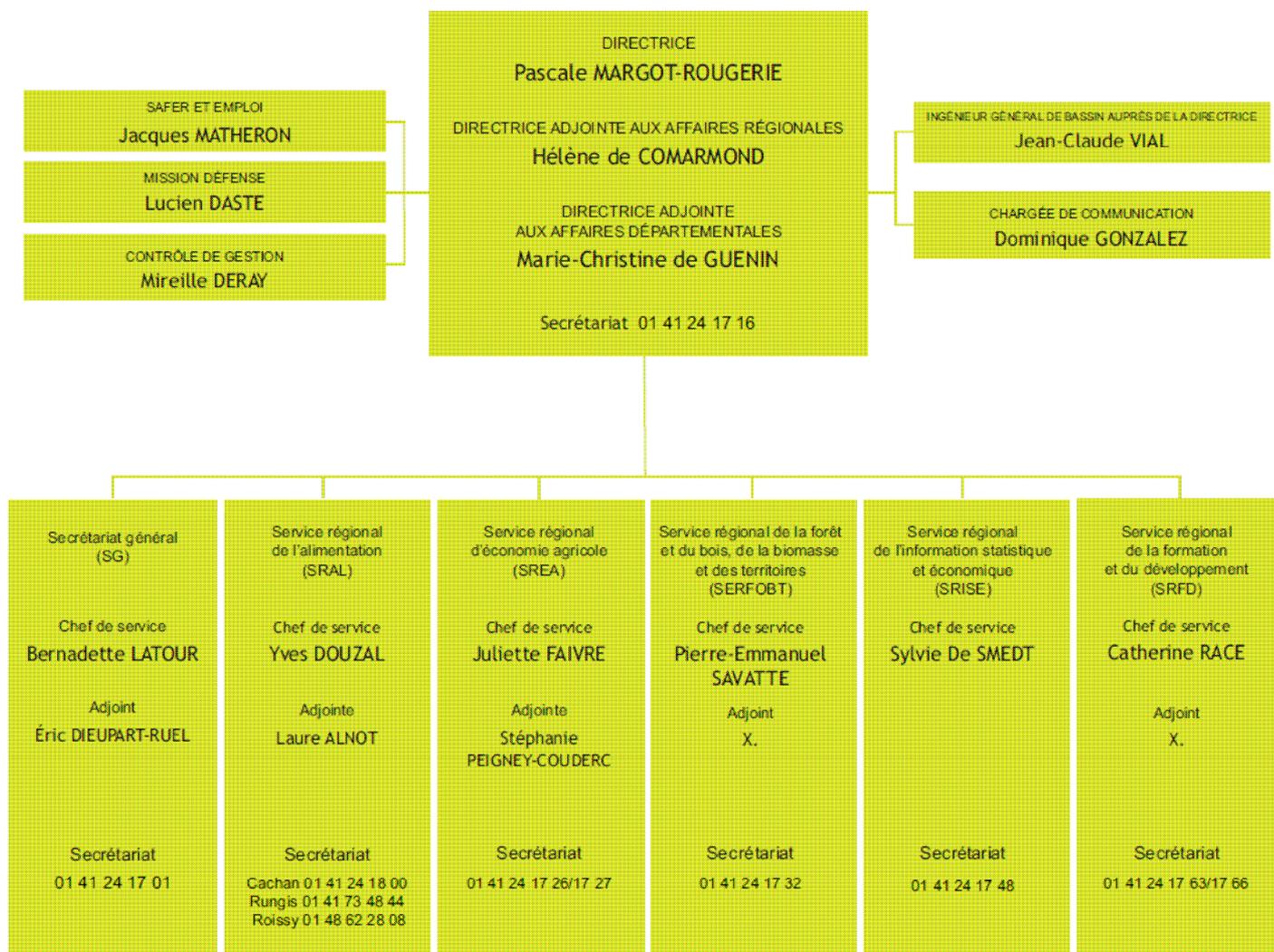
FranceAgriMer  
12 rue Henri Rol-Tanguy  
TSA 30003  
93555 MONTREUIL SOUS BOIS  
Tél : 01 73 30 30 00  
Fax : 01 73 30 30 30  
<http://www.franceagrimer.fr/>



## ANNEXE 2 : Exemples d'actions d'accompagnement de l'aide alimentaire en Île-de-France

Structure	Date	Nom du projet	Description de l'action
Les directions départementales de la cohésion sociale aux associations	2009	Dans le cadre du PNNS	400 000 calendriers, proposent des recettes élaborées par les usagers (plus démunis) et sélectionnés lors d'un jeu concours 2009. 2ème édition lancé pour le calendrier 2012
Les directions départementales de la cohésion sociale aux associations	2009	Dans le cadre du PNNS	28 000 affiches dans les centre de distributions, donnent des conseils nutritionnels sous forme de messages accessibles et très visuels
ANDES	2008	Potager de Marianne	Récupération de fruits et légumes sur le MIN de Rungis / chantier d'insertion
ANDES	2006	La compagnie des gourmands-	Ateliers cuisines dans les épiceries sociales parents avec leurs enfants
ANDES	nov-10		Manuel de cuisine populaire - Sur les 10 euros du prix de vente public, 1 euro est reversé à l'A.N.D.E.S. pour ses futurs projets solidaires.
Restos du Cœur		Restos Bébé du Cœur	Accompagnement des jeunes et futurs parents / Aide matérielle ( nourriture adaptée, vêtements, couches, produits d'hygiène...) et des conseils en pédiatrie et sur la nutrition infantile
Restos du Cœur		Jardins des Restos	Cultive des fruits et légumes dans des jardins collectifs / chantiers d'insertions
Restos du Cœur		Entrepôts départementaux	Chantier d'insertion : entrepôt de logistique
BAPIF	nov-11	FREE GO ARTS:	vente d'œuvre d'art contemporaine aux enchères, dont les bénéfices lui seront intégralement reversé - Générosité des artiste offre leur œuvre
Banque Alimentaire			Cuisine Mobile
Réseau cocagne	Créé en juillet 1999	Les jardins de cocagne	Jardins maraîchers biologique à vocation d'insertion sociale et professionnelle, à travers la production et la distribution de légumes biologiques.
Agroparistech / DRIAAF	2010	Pourquoi les PME Alimentaire de répondent-elles pas aux PEAD et PNAA ?	Analyse stratégique afin de lever certains freins sur les dons alimentaires des IAA au niveau du PEAD et du PNAA

### ANNEXE 3 : Organigramme de la DRIAAP



Organigramme au 1<sup>er</sup> décembre 2011

Source : <http://www.draf.ile-de-france.agriculture.gouv.fr/Organisation>

## ANNEXE 4 : Questionnaires de l'étude

### Questionnaire « associations » *Dons des IAA et des distributeurs aux associations d'aide alimentaire*

#### 1. PRESENTATION DE L'ASSOCIATION

- 1.1. Nom de l'association :  
1.2. Couverture géographique :  
1.3. Nom de la personne enquêtée :  
1.4. Coordonnées (adresse, téléphone, mail) :  
1.5. Nombre de bénéficiaires :  
1.6. Type de bénéficiaires :  
1.7. Nombre de salariés de l'association :  
1.8. Nombre de bénévoles :
- 1.9. Mode de distribution  
 Repas chauds       Colis alimentaire       épicerie solidaire  
 Distribution à d'autres association
- 1.10. Volume distribué :  
1.11. Nombre de plats servis (par an)
- 1.12. Source des denrées (préciser les volumes) :  
 Collecte alimentaire     Dons en nature des entreprises     PEAD/PNAA  
 Achats                     autres  
Si autres précisez :
- 1.13. Quels sont les financements de l'association ?  
1.14. Comment communiquez-vous auprès des entreprises pour obtenir des dons ?

#### 2. LOGISTIQUE

- 2.1. Quand une entreprise veut faire un don en nature quelle est la procédure à suivre ?  
2.2. Comment faites-vous pour le transport des produits de l'entreprise donatrice au lieu de distribution ? (livraison par l'entreprise, collecte des produits par l'association, paiement de la livraison...)  
2.3. Où stockez- vous les denrées collectées ?
- 2.4. Disposez vous d'assez de place pour stocker la nourriture ?  
 Oui                     Non  
Si non, combien de place supplémentaire vous faudrait-il ?
- 2.5. Avez-vous assez de matériel (réfrigérateur, congélateur, matériel de transport) pour la conservation des produits ?  
 Oui                     Non  
Si non, combien vous en faudrait-il en plus ?

2.6. Vous reste-il occasionnellement des denrées inutilisées que vous êtes par la suite obligés de jeter ?

### 3. TYPES DE PRODUITS

3.1. Quels sont vos besoins en denrées alimentaires ? (par ordre de priorité)

3.2. Quelles catégories de produits acceptez-vous ?

Sec                       Surgelé                       Conserve                       Frais

Autres informations :

3.3. Quels types de produits ? Classez les produits par produit prioritaire (1 étant le plus prioritaire)

Féculents (pâte, riz...)     Fruits, légumes     Boissons     Viandes, poissons

Produits laitiers     Farine, sucre...     Café, thé, chocolat

Autres :

3.4. Sous quel format les préférez-vous ?

3.5. Refusez-vous beaucoup de produits provenant des IAA ?

Oui                       Non

Si oui quel type ? Pour quelles raisons ?

3.6. Les règles d'hygiène posent-elles beaucoup de problèmes (DLC, chaîne du froid..) dans l'acquisition de denrées ?

3.7. Avez-vous déjà eu des alertes sanitaires ?

Oui                       Non

Si oui combien de fois ?

3.8. Savez-vous traiter les procédures de retraits ou d'appels ?

### 4. CARACTERISATIONS DES ENTREPRISES AGROALIMENTAIRES

4.1. Quelles sont, en général, la taille et la localisation des entreprises donatrices ?

4.2. Savez-vous quelles sont les origines des produits donnés par les IAA ?

Changement de packaging     Changement de recette     Invendus

Produits proches de la DLC ou DLUO     Produits défectueux (étiquetage par exemple)

Produits de qualité moindre (comme fruits abîmés)     Autres

Si autre, précisez :

4.3. Ces dernières années les IAA ont-elles plus donné que les années précédentes, quelle est la tendance ?

Oui                       Non

4.4 Est ce que les dons sont constants dans l'année ?

Oui                       Non

4.5. Quelle quantité donnent-elles en général ?

4.6. Sous quel format ?

4.7. Combien de partenariat avec les IAA avez vous ? Précisez éventuellement les noms et contacts de ces entreprises

4.8. Avez-vous augmenté le nombre de partenariats avec les IAA ces dernières années?

Oui  Non

4.9. D'après vous qu'est-ce qui les freine à faire des dons en nature pour l'aide alimentaire ? (classer par ordre de priorité, 1 étant la première cause)

Manque d'informations  Manque de temps  TROP d'inconvénients logistiques

TROP d'inconvénients administratifs  Ne voit pas l'intérêt  Coût trop élevé

Etiquetage  conditions de qualités  TROP de responsabilités

Si autre, précisez :

4.10. Quels sont les problèmes récurrents qui interviennent lors des transactions avec les IAA?

4.11. Que faudrait-il selon vous améliorer pour qu'il y ait plus de dons en nature de leur part?

## 5. CARACTERISATIONS DES DISTRIBUTEURS DONATEURS

5.1. Quelles est, en général, la taille et la localisation des distributeurs?

5.2. Savez-vous quelles sont les causes des dons de produits par les distributeurs ?

Produits proche de la DLC  Produits proche de la DLUO  Invendus

Politique de développement durable  Autres

Si autre, précisez :

5.3. Quelles sont les conditions pour les produits proches de la DLC (délai minimum) ?

5.4. Ces dernières années les distributeurs ont-ils plus donné que les années précédentes, quelle est la tendance ?

Oui  Non

5.5. Quelles quantités donnent-elles en général ?

5.6. Sous quel format ?

5.7. Combien de partenariat avec les distributeurs avez vous ?

Nom et contact

5.8. Avez-vous augmenté le nombre de partenariats avec les distributeurs ces dernières années?

Oui  Non

5.9. D'après vous qu'est-ce qui les freine à faire des dons en nature pour l'aide alimentaire ? (classer par ordre de priorité, 1 étant la première cause)

Manque d'informations  Manque de temps  TROP d'inconvénients logistiques

TROP d'inconvénients administratifs  Ne voit pas l'intérêt  Coût trop élevé

Etiquetage  conditions de qualités  TROP de responsabilités

Si autre, précisez :

5.10. Quels sont les problèmes récurrents qui interviennent lors des transactions avec les distributeurs?

5.11. Que faudrait-il selon vous améliorer pour qu'il y est plus de dons en nature de leur part?.....

## 6. LA BOURSE AUX DONS

*Afin de faciliter et augmenter les dons des denrées alimentaires, de matériel, de transport aux associations d'aide alimentaire, le ministère de l'agriculture met en place un site internet qui permettra :*

- *aux associations de faire une recherche ciblée de dons*
- *aux donateurs de faire connaître ses offres de dons*

*aux utilisateurs de trouver tous les documents d'informations pratiques (défiscalisation, règles d'hygiène...)*

6.1. Que pensez-vous de la bourse aux dons ?

6.2. Va-t-elle selon vous augmenter le nombre de dons de la part des IAA et des distributeurs ?

**Questionnaire « IAA »**  
***Dons des IAA et des distributeurs aux associations d'aide alimentaire***

**1. PRESENTATION DE L'ENTREPRISE**

- 1.1. Nom de l'entreprise :
- 1.2. Couverture géographique :
- 1.3. Nom de la personne enquêtée :
- 1.4. Coordonnées (adresse, téléphone, mail) :
- 1.5. Nombre d'employés :
- 1.6. Quel type de produits produisez-vous ?
- 1.7. En quelles quantités ?

**2. LOGISTIQUE ET GESTION DES STOCKS**

- 2.1. Combien d'entrepôts de stockage avez-vous ? Où se situent-ils ?
  - 2.2. Est-ce que certains de vos produits doivent occasionnellement être détruits ou vendus à des soldeurs ?
  - 2.3. Quelles sont les causes ?
    - Changement de packaging     Surplus de production     Invendus
    - Produits proches de la DLC ou DLUO     Produits défectueux (étiquetage par exemple)
    - Produits de qualité moindre (comme fruits abîmés)     Autres
  - 2.4. Avez-vous souvent des produits invendus, des surplus de production, changement de packaging ou de recette ?
    - Oui                       Non
  - 2.5. Si oui qu'en faites-vous ?
    - Dons à des associations caritatives     Recyclage     Jeter
    - Vente à des soldeurs     Autres
- Si autres précisez :

**3. OUI, PRATIQUE LE DON EN NATURE AUX ASSOCIATIONS CARITATIVES**

- 3.1. Depuis quand faites vous des dons ?
- 3.2. Quelles sont les raisons qui vous ont poussé à faire des dons de denrées ?
- 3.3. Donnez-vous régulièrement ?
  - Oui                       Non
- 3.4. Quelles sont les causes des dons de produits ?

- Changement de packaging    Changement de recette    Invendus
- Produits proches de la DLC ou DLUO    Produits défectueux (étiquetage par exemple)
- Produits de qualité moindre (comme fruits abîmés)    Autres

Si autre, précisez :

3.5. Quelles quantités donnez vous ? A quelle DLC ?

3.6. Quels types de produits donnez-vous ?

- Féculents (pâte, riz...)    Fruits, légumes    Boissons    Viandes, poissons
- Produits laitiers    Farine, sucre...    Café, thé, chocolat

Autres :

Sous quel format ?

3.7. Combien de partenariat avec des associations avez-vous ? Précisez éventuellement les noms et contacts des associations. Comment choisissez-vous l'association à laquelle vous donnez ?

3.8. Quelle est la procédure à suivre en cas de dons ?

3.9. Organisez-vous le transport ou est-il fait par l'association ?

3.10. La déductions fiscale faite suite à un don est-elle intéressante pour vous ?

- Oui    Non

Explications :

3.11. Quels sont pour vous les contraintes engendrées lorsque l'on fait un don ?

3.12. Que faudrait-il selon vous améliorer pour augmenter le nombre de dons faits par les IAA ?

3.13. Est-ce que le respect des règles d'hygiène est un frein pou vous ? Pour les associations ? Craignez vous que cela puisse engendrer des problèmes sanitaires ?

3.14. Connaissez-vous le guide de bonnes pratiques de l'aide alimentaire ?

- Oui    Non

3.15. Est-ce que vous auriez de l'espace de stockage à mettre à disposition des associations ?

- Oui    Non

3.16. est-ce que le temps consacrer à l'administratif est un frein ?

- Oui    Non

#### 4. NON, NE PRATIQUE PAS LE DON EN NATURE AUX ASSOCIATIONS CARITATIVES

4.1. Pour quelles raisons ne pratiquez-vous pas le dons de denrées ?

4.2. Qu'est-ce qui vous pousserait à en faire ?

4.3. Que pensez-vous des avantages de déduction ?

4.4. Est-ce que le respect des règles d'hygiène est un frein pou vous ? Pour les associations ? Craignez vous que cela puisse engendrer des problèmes sanitaires ?

4.5. Est-ce que vous auriez de l'espace de stockage à mettre à disposition des associations ?

Oui  Non

4.6. est-ce que le temps consacrer à l'administratif est un frein ?

Oui  Non

4.7. Connaissez-vous le guide de bonnes pratiques de l'aide alimentaire ?

Oui  Non

## 5. LA BOURSE AUX DONNS

*Afin de faciliter et augmenter les dons des denrées alimentaires, de matériel, de transport aux associations d'aide alimentaire, le ministère de l'agriculture met en place un site Internet qui permettra :*

- *aux associations de faire une recherche ciblée de dons*
- *aux donateurs de faire connaître ses offres de dons*

*aux utilisateurs de trouver tous les documents d'informations pratiques (défiscalisation, règles d'hygiène...)*

5.1. Que pensez-vous de la bourse aux dons ?

5.2. Va-t-elle selon vous augmenter le nombre de dons de la part des IAA et des distributeurs ?

**Questionnaire « distributeurs »**  
***Dons des IAA et des distributeurs aux associations d'aide alimentaire***

### 1. PRESENTATION DE L'ENTREPRISE

- 1.1. Nom de l'entreprise :
- 1.2. Couverture géographique :
- 1.3. Nom de la personne enquêtée :
- 1.4. Coordonnées (adresse, téléphone, mail) :
- 1.5. Nombre d'employés :
- 1.6. Quelles quantités de produits avez-vous?

### 2. LOGISTIQUE ET GESTION DES STOCKS

- 2.1. Est-ce que certains de vos produits doivent occasionnellement être détruits ou vendus à des soldeurs ?
  - 2.2. Quelles sont les causes ?  
 Changement de packaging     Surplus de production     Invendus  
 Produits proches de la DLC ou DLUO     Produits défectueux (étiquetage par exemple)  
 Produits de qualité moindre (comme fruits abîmés)     Autres
  - 2.3. Avez-vous souvent des produits invendus proche de la DLC ou DLUO?  
 Oui                       Non
  - 2.4. Si oui qu'en faites-vous ?  
 Dons à des associations caritatives     Recyclage     Jeter  
 Vente à des soldeurs     Autres
- Si autres précisez :
- 2.5. En quelle quantité ?

### 3. OUI, PRATIQUE LE DON EN NATURE AUX ASSOCIATIONS CARITATIVES

- 3.1. Depuis quand faites-vous des dons ?
  - 3.2. Quelles sont les raisons qui vous ont poussé à faire des dons de denrées ?
  - 3.3. Donnez-vous régulièrement ?  
 Oui                       Non
  - 3.4. Quelles sont les causes des dons de produits ?  
 Changement de packaging     Changement de recette     Invendus  
 Produits proches de la DLC ou DLUO     Produits défectueux (étiquetage par exemple)  
 Produits de qualité moindre (comme fruits abîmés)     Autres
- Si autre, précisez :

3.5. Quelles quantités donnez vous ? A quelle DLC ?

3.6. Quels types de produits donnez-vous ?

Féculents (pâte, riz...)     Fruits, légumes     Boissons     Viandes, poissons

Produits laitiers     Farine, sucre...     Café, thé, chocolat

Autres :

3.7. Combien de partenariat avec des associations avez-vous ? Précisez éventuellement les noms et contacts des associations. Comment choisissez-vous l'association à laquelle vous donnez ?

3.8. Quelle est la procédure à suivre en cas de dons ?

3.9. Organisez-vous le transport ou est-il fait par l'association ?

3.10. La déductions fiscale faite suite à un don est-elle intéressante pour vous ?

Oui     Non

Explications :

3.11. Quels sont pour vous les contraintes engendrées lorsque l'on fait un don ?

3.12. Que faudrait-il selon vous améliorer pour augmenter le nombre de dons faits par les distributeurs ?

3.13. Est-ce que le respect des règles d'hygiène est un frein pou vous ? Pour les associations ? Craignez vous que cela puisse engendrer des problèmes sanitaires ?

3.14. Connaissez-vous le guide de bonnes pratiques de l'aide alimentaire ?

Oui     Non

3.15. Est-ce que vous auriez de l'espace de stockage à mettre à disposition des associations ?

Oui     Non

3.16. Est-ce que le temps consacrer à l'administratif (dans le cadre des dons) est un frein ?

Oui     Non

#### 4. NON, NE PRATIQUE PAS LE DON EN NATURE AUX ASSOCIATIONS

4.1. Pour quelles raisons ne pratiquez-vous pas le dons de denrées ?

4.2. Qu'est-ce qui vous pousserait à en faire ?

4.3. Que pensez-vous des avantages de déduction fiscale ?

4.4. Est-ce que le respect des règles d'hygiène est un frein pour vous ? Pour les associations ? Craignez vous que cela puisse engendrer des problèmes sanitaires ?

4.5. Est-ce que vous auriez de l'espace de stockage à mettre à disposition des associations ?

Oui     Non

4.6. Est-ce que le temps consacrer à l'administratif (dans le cadre des dons) est un frein ?

Oui     Non

4.7. Connaissez-vous le guide de bonnes pratiques de l'aide alimentaire ?

Oui

Non

## 5. LA BOURSE AUX DONNS

*Afin de faciliter et augmenter les dons des denrées alimentaires, de matériel, de transport aux associations d'aide alimentaire, le ministère de l'agriculture met en place un site Internet qui permettra :*

- *aux associations de faire une recherche ciblée de dons*
- *aux donateurs de faire connaître ses offres de dons*

*aux utilisateurs de trouver tous les documents d'informations pratiques (défiscalisation, règles d'hygiène...)*

5.1. Que pensez-vous de la bourse aux dons ?

5.2. Va-t-elle selon vous augmenter le nombre de dons de la part des distributeurs ?

## TABLE DES FIGURES ET DES TABLEAUX

### 1. Les tableaux

Tableau 1 : Description des 5 têtes de réseau associatifs – 2011- niveau national.....	9
Tableau 2 : Taux de pauvreté dans les départements d'Île-de-France .....	13
Tableau 3 : Les prestations sociales en Île-de-France au 31 décembre 2010.....	13
Tableau 4 : Le nombre de magasins par formats et les effectifs salariés en Île-de-France...	16
Tableau 5 : Pertes et gaspillages alimentaire dans les métiers de la distribution .....	16
Tableau 6 : Denrées les plus souvent perdues ou gaspillées dans les métiers de la distribution, .....	16
Tableau 7: Exemples d'actions de différents projets menés par les pôles offre-alimentaire – 2011 .....	19
Tableau 8 : Personnes rencontrées lors de l'étude.....	25
Tableau 9 : Répartition des produits distribués en 2010, <a href="http://www.bapif.fr/Page21.html">http://www.bapif.fr/Page21.html</a> ....	28
Tableau 10 : Nombre d'antennes locales du SPF par département en 2011,.....	30
Tableau 11 : Organisation des Restos du Cœur en Île-de-France, 2010.....	32
Tableau 12 : Nombre de comités locaux de la Croix Rouge Française en Île-de-France.....	34
Tableau 13 : Les épiceries solidaires en Île-de-France, 2010 .....	35
Tableau 14 : Bilan des contraintes et des leviers identifiés pour chaque acteur suite aux entretiens avec les différentes associations .....	40
Tableau 15 : Bilan des entretiens avec les industries agroalimentaires rencontrées.....	42
Tableau 16 : Synthèse des contraintes et des leviers, suite aux entretiens avec les IAA et les distributeurs .....	47
Tableau 17 : Pertes et gaspillages alimentaires dans les métiers de la restauration.....	51
Tableau 18 : Denrées les plus souvent perdues ou gaspillées dans les métiers de la restauration, .....	51

### 2. Les figures

Figure 1 : Ecart au revenu .....	12
Figure 2 : Répartition des structures d'aide alimentaire dans les départements d'Île-de-France (75, 92, 93, 94) – ORS Île-de-France 2011.....	<b>Erreur ! Signet non défini.</b>
Figure 3 : Evolution du mode de distribution de l'aide alimentaire entre 2004 et 2011	<b>Erreur ! Signet non défini.</b>
Figure 4 : Répartition des salariés des entreprises de transformation agroalimentaires en Île-de-France. ....	15
Figure 5 : Source des denrées collectées par la FFBA, 2010, Rapport annuel du réseau des banques alimentaires. ....	26
Figure 6 : Diagramme comparatif des denrées distribuées par l'ensemble des banques alimentaires et de la distribution idéal, 2010, Rapport annuel du réseau des Banques Alimentaires.....	27
Figure 7 : Source des denrées de la BAPIF, 2010, <a href="http://www.bapif.fr">http://www.bapif.fr</a> .....	29