

Guide de bonnes pratiques de l'aide alimentaire

Juillet 2009

Etabli par l'ANIA et la FCD



FEDERATION DES ENTREPRISES
DU COMMERCE
ET DE LA DISTRIBUTION

Sommaire

Introduction

1. L'aide alimentaire : une présentation

- Quelques repères historiques
- Les acteurs en 2009
- Quels sont vos interlocuteurs ?

2. Quelle forme d'aide choisir : don en nature, don financier, réponse à appels d'offres, don d'expertise (conseils, formations,...)?

3. Pratique du don en nature

- Quelles conditions fiscales?
- Quelles modalités de transport ?
- Quels produits peuvent être donnés ?
- Quelles règles en matière de qualité ?
- Quelles règles en matière d'étiquetage ?
- Quelles règles en matière de responsabilité et en cas d'alerte sanitaire?

4. Les sept règles d'or du don de produits aux associations caritatives

5. Le cas particulier du glanage

Annexes :

- Courriers du ministre du Budget, Eric Woerth sur les réductions d'impôt
- Plaquettes ministère Plan National d'Aide Alimentaire (PNAA) et Programme Européen d'Aide aux plus Démunis (PEAD)

Ce guide a été rédigé par un groupe de travail conjoint de la Fédération des entreprises du Commerce et de la Distribution (FCD), l'Association Nationale des Industries Alimentaires (ANIA), avec la participation de la Croix Rouge Française, la Fédération Française des Banques Alimentaires, les Restos du cœur, le Secours Populaire, et l'Association Nationale des Epicerie Sociales et Solidaires (ANDES).

Ce travail, effectué avec les grands réseaux, ne doit pas faire oublier les milliers d'associations indépendantes, qui pratiquent aussi l'aide alimentaire au niveau local.

Suivant l'évolution des textes réglementaires et du contexte, ce document sera amené à évoluer. Il sera donc régulièrement mis à jour.

Introduction

Ce guide est principalement destiné aux opérateurs économiques souhaitant contribuer à l'aide alimentaire. Ils y trouveront les différentes possibilités de dons qui s'offrent à eux, les interlocuteurs clefs, ainsi qu'un focus sur les principales étapes du don en nature, quels que soient les produits ou les volumes.

Il a été élaboré en lien avec les associations d'aide alimentaire, sur la base de témoignages et d'expériences des enseignes et entreprises agroalimentaires qui pratiquent déjà le don.

Il vise à montrer que le don en nature n'est pas un processus complexe, bien au contraire. Non seulement il permet à une entreprise d'inscrire son activité dans une démarche solidaire, mais il peut également être, dans bien des cas, une manière d'optimiser ses coûts.

Les entreprises agroalimentaires et les distributeurs : contributeurs historiques de l'aide alimentaire française

Si les associations d'aide alimentaire ont plusieurs sources d'approvisionnement, ce guide s'intéresse particulièrement aux dons en provenance des entreprises agroalimentaires et des enseignes de distribution.

Même si les points communs sont nombreux, quelques problématiques diffèrent entre ces deux modes d'approvisionnement :

- Au niveau des **entreprises** et de leurs **plateformes logistiques**, mais également au niveau des **entrepôts des enseignes**, les associations pourront s'approvisionner en un même type de produit, dans une quantité importante. A titre d'exemple, sur une plateforme logistique ou pour des raisons de changement de packaging, de changement de recette, etc. des quantités importantes d'un produit peuvent s'avérer inaptées au circuit classique de consommation.

- A l'échelle d'un **magasin**, les quantités de produits sont généralement plus réduites, mais la gamme des produits donnés est plus diversifiée.

Pour les associations, ces deux sources d'approvisionnement sont complémentaires. Le recours à l'une ou l'autre dépend des besoins ponctuels constatés sur le terrain, des ancrages géographiques respectifs des donateurs et des bénéficiaires, des problématiques locales etc.

D'après les chiffres disponibles, les parts respectives de la distribution et des entreprises agroalimentaires dans l'approvisionnement des associations sont à peu près équivalentes, et ce depuis les années 1980. A titre d'exemple, pour les Banques alimentaires, distribution et industrie agroalimentaire contribuent chacune à hauteur de 29 % à l'approvisionnement global.

Pourquoi donner ?

L'opportunité de donner peut survenir dans diverses circonstances :

- Dans une entreprise, cela peut être la solution pour écouler un surplus lié à un changement de packaging, à un changement de recette, à des invendus, etc.
- Dans une enseigne, il intervient souvent lorsque les produits sont proches de la Date Limite de Consommation (DLC) ou de la Date Limite d'Utilisation Optimale (DLUO).
- Il peut également se produire pour d'autres raisons (à l'occasion d'un changement de gamme).

Bien évidemment, de très nombreuses entreprises et enseignes pratiquent également le don alimentaire à titre spontané.

Par le don alimentaire, l'entreprise et ses salariés s'engagent dans une démarche solidaire, à travers un projet collectif qui peut être fédérateur au sein de l'entreprise.

D'un point de vue pragmatique, le don en nature permet également d'optimiser les stocks en écoulant les éventuels surplus. Dans bien des cas en effet, donner s'avère moins coûteux que jeter/recycler/détruire/ou encore opérer un retour de marchandise.

A tous ces aspects, il faut aussi ajouter un phénomène auquel sont confrontées les enseignes, et dans certains cas les entreprises alimentaires: le glanage des produits agroalimentaires ayant été jetés. Le glanage, qui sera traité dans ce guide, pose des questions à la fois d'ordre éthique et techniques. Il doit constituer une incitation forte à donner les produits consommables non commercialisables plutôt qu'à les jeter.

L'objectif de ce guide est avant tout de montrer les avantages concrets que les entreprises peuvent trouver dans le don, afin de les encourager à s'engager davantage.

1. L'aide alimentaire : une présentation

Quelques repères historiques

En France, l'aide alimentaire provient aujourd'hui 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.

L'aide alimentaire publique telle qu'elle existe aujourd'hui en France a été initiée en 1986 avec la mise en place du Programme Européen d'Aide aux plus Démunis (PEAD). Ce programme permettait de donner, à partir des surplus de la production agricole européenne, une certaine quantité de matières premières (viande, blé, riz, beurre...). Il a été géré par le seul ministère de l'Agriculture jusqu'en 2004, date à laquelle le gouvernement a souhaité que le ministère en charge de l'action sociale soit associé et a confié à la Direction Générale de l'Action Sociale, placée sous la tutelle du ministère du Travail, le dossier de l'aide alimentaire.

Parallèlement, en 2003, la Ministre 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. Elle 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).

Cette même année, afin de pallier l'absence de protéines animales européennes (fin des surplus carnés), le gouvernement chargeait la 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).

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. Celui-ci est donc en cours de réforme.

→ *Vous trouverez des fiches de présentation du PEAD et du PNAA en annexe à ce guide.*

Les acteurs en 2009

Sur le terrain, le paysage de l'aide alimentaire en France est très diversifié. Pour s'y retrouver, une présentation des acteurs s'impose.

Trois acteurs institutionnels sont chargés, à ce jour, de sa mise en œuvre : la Commission Européenne, le ministère 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.

Quatre « têtes de réseaux associatives » désignées par le Gouvernement français (**Croix Rouge française, Fédération Française des Banques alimentaires, Secours populaire, Restos du Cœur**), auxquelles s'ajoutera **l'Association Nationale des Epiceries Solidaires (ANDES) en 2010**, assurent la distribution des produits mis à disposition par le PEAD et le PNAA. FranceAgriMer, nouvel établissement public qui regroupe l'ensemble des offices agricoles, est responsable de la réalisation des appels d'offre, de la passation des contrats, des contrôles ...

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

Du côté économique, différents acteurs entrent en jeu, notamment tout au long de la filière agroalimentaire : producteurs, entreprises agroalimentaires, distributeurs, restaurateurs. Mais on trouve également des contributions du monde des transporteurs, des entreprises réfrigérantes, etc., qui apportent soit des produits soit une expertise.

Le secteur agroalimentaire (entreprises agroalimentaires et enseignes de distribution) participe à l'aide alimentaire depuis de nombreuses années. De très nombreuses entreprises, quelle que soit leur taille, ont noué des partenariats avec les associations.

La **distribution d'aliments**, qui survient pour des raisons diverses (surplus, changement de recette, changement de packaging), a lieu quotidiennement, **le plus souvent dans la discrétion et au niveau local**, aux côtés des structures d'aide présentes sur le terrain, et à proximité des sites de production et des plateformes logistiques. Il s'agit d'un phénomène difficile à chiffrer.

A ces acteurs de mise en œuvre s'associent **d'autres partenaires : partenaires institutionnels (ministère de la Santé, ministère des Finances), collectivités locales au travers des centres communaux ou intercommunaux d'action sociale (CCAS et CIAS), organisations professionnelles (FCD, ANIA, ...)**, qui apportent chacun leur aide et leur compétence.

Quels sont vos interlocuteurs ?

Le tableau ci-dessous doit vous permettre de faire votre choix entre les associations d'aide alimentaire, en fonction de vos problématiques (localisation, taille de l'entreprise ou de l'enseigne, type de produits disponibles, le cas échéant quantité de produits à donner). Les contacts indiqués ci-dessous vous permettront de vous orienter rapidement vers le bon interlocuteur.

Cette liste a l'avantage de présenter aux entreprises et enseignes les principales options qui s'offrent aux opérateurs désireux de participer à l'effort d'aide alimentaire. **Mais elle n'est en rien exhaustive ! Il ne faut pas oublier les milliers d'associations n'adhérant pas aux réseaux précédemment cités, qui pratiquent aussi l'aide alimentaire, essentiellement au niveau local.**

	<i>Croix Rouge française</i>	<i>Fédération des Banques alimentaires</i>	<i>Restos du Cœur</i>	<i>Secours populaire</i>	<i>ANDES</i>
<i>Date de création</i>	1863	Années 1980	1985	1945	2000
<i>Champ d'activité</i>	Grande variété d'activités solidaires dont aide alimentaire	Aide alimentaire, aide à l'insertion et aide d'appui aux associations partenaires et CCAS	Aide alimentaire Insertion Hébergement...	Grande variété d'activités solidaires dont aide alimentaire	Aide alimentaire et insertion à travers cette aide
<i>Présence géographique</i>	International France 1000 délégations locales, dont 740 s'occupent d'aide alimentaire 22 délégations régionales 100 délégations départementales	France 79 banques locales 4890 associations locales partenaires et CCAS	France 117 associations départementales 103 entrepôts départementaux 2000 centres de distribution	France et International 96 fédérations départementales 611 comités locaux 1232 permanences d'accueil et de solidarité (pratiquent toutes l'aide alimentaire)	France Projet en Belgique Chantier d'insertion sur le M.I.N. de Rungis Chantier d'insertion en création sur le Marché International de Perpignan
<i>Chiffres clefs (en tonnes)</i>	15 000 tonnes de produits par an 30 millions de repas distribués par an	71 100 tonnes de produits par an (dont 10 000 tonnes fournies à Croix Rouge Française) 142 millions de repas	Achats : 65 000 tonnes / exercice Collecte : 15 000 tonnes / exercice	En 2007 : 68 805 200 équivalent repas remis soit 27 522 tonnes. Nombre de bénéficiaires : 1 132 866.	
<i>Modes d'approvisionnement</i>	Dons en nature	Dons en nature exclusivement - principe de gratuité	Produits issus du PEAD/PNAA Achat en gros auprès des	Dons financiers affectés à l'achat de denrées alimentaires	Subvention nationale Partenariats avec de

	Produits issus du PEAD/PNAA Achats	Produits issus du PEAD/PNAA	fournisseurs Dons en nature (19%)	Collecte auprès des particuliers Dons en nature Produits issus du PEAD/PNAA	grandes fondations
Modes de distribution	Dons direct aux bénéficiaires dans les centres de distribution ou les épiceries sociales	79 banques alimentaires centrales d'approvisionnement pour les 4890 associations partenaires	Distribution de paniers repas Distribution de plats chauds Aide spécifique pour les bébés	Libre service de la solidarité Fourniture de paniers repas Remise de colis d'urgence	Livraison de Fruits et Légumes frais aux Epiceries Solidaires en Ile-de-France. Approvisionnement des Epiceries Solidaires en métropole et DOM TOM en produits alimentaires en partenariat avec de grands distributeurs
Qui contacter ? Nom, tél, Email	brigitte.raimbault@croix-rouge.fr 01 44 43 32 04 Ou claudette.fregeac@croix-rouge.fr 01 44 43 11 40	m.massot@banquealimentaire.org ; ffba.appro@banquealimentaire.org 01 49 08 04 70 OU adresses locales des banques alimentaires (voir site www.banquealimentaire.org)	Pascal Decoopman (p.decoopman@restosducoeur.org) ou Hélène Le Blond (h.leblond@restosducoeur.org) 01 53 32 23 32	Christian Causse Directeur de la logistique 01 44 78 21 80 Christian.causse@secourspopulaire.fr	Guillaume BAPST, directeur guillaume.bapst@epiceries-solidaires.org Delphine DUPRAT, responsable logistique delphine.duprat@epiceries-solidaires.org

Les restos du cœur

Durant la première campagne, l'hiver 1985/1986, les Restos du Cœur avaient réussi l'exploit de servir 8,5 millions de repas. Au cours de l'hiver 2007-2008, ce sont 91 millions de repas qui ont été distribués par l'association, soit au total plus d'un milliard de repas servis depuis la création des Restos...

Vingt quatre ans après leur création, les carences alimentaires les plus graves ont sans doute presque disparu, mais la pauvreté a pris un autre visage : accidents de la vie, contrats précaires et travailleurs pauvres, jeunes de moins de 25 ans ne disposant pas du RMI, retraités disposant du seul « minimum vieillesse »...

Au-delà de l'aide alimentaire, les Restos du Cœur ont très vite étendu leurs actions à **l'aide à la personne et à l'insertion**. Car pour sortir durablement de l'exclusion, un repas ne suffit pas. Il faut aussi retrouver **un emploi** et avoir **un toit**.

La structure des Restos du Cœur, décentralisée, se compose d'une association nationale et de 117 associations départementales réparties dans 96 départements. Ces 117 associations gèrent, animent et coordonnent sur le terrain l'aide alimentaire, l'aide à l'hébergement et les multiples activités qui contribuent à la réinsertion. C'est un travail au quotidien que chacune d'entre elles assure avec conviction et efficacité grâce aux dizaines de milliers de bénévoles.

Les banques alimentaires

Les 79 Banques Alimentaires ont pour mission d'aider l'homme à se restaurer, en partenariat avec le monde économique (industriels, distributeurs, collectivités) et les 4900 associations et CCAS ayant signé une convention de partenariat avec elles.

La spécificité de l'action des Banques Alimentaires est de collecter gratuitement partout en France des produits alimentaires tout au long de l'année.

Pour ce faire, les Banques Alimentaires prospectent, collectent, transportent, trient et stockent les denrées, avant de les distribuer aux associations.

Le respect de l'hygiène et de la sécurité alimentaire est fondamental. C'est pourquoi les Banques Alimentaires dispensent des formations dans ce domaine à leurs bénévoles et à ceux des associations partenaires.

Comme les Banques Alimentaires sont gérées par des bénévoles, leurs frais de fonctionnement sont limités. Ils sont pris en charge financièrement ou matériellement par des entreprises ou collectivités partenaires.

Les Banques Alimentaires distribuent l'équivalent de 150 millions de repas, au travers et en partenariat avec 4900 associations et organismes sociaux sur tout le territoire pour que l'aide alimentaire soit une véritable porte d'entrée à un processus d'accompagnement des personnes démunies.

Les Banques Alimentaires évaluent et s'efforcent d'améliorer l'équilibre nutritionnel de l'aide alimentaire qu'elles distribuent aux associations. Elles leur proposent des ateliers cuisine « clé en main » pour mettre en avant l'aspect nutritionnel des produits et pour développer la convivialité autour de leur préparation.

Les Banques Alimentaires créent ainsi un lien efficace entre les produits à donner et les personnes qui en ont besoin.

L'ANDES

L'Association Nationale de Développement des Épiceries Solidaires, A.N.D.E.S., a pour objectif, à travers les épiceries qu'elle rassemble, de promouvoir l'accès des personnes en difficulté à une véritable citoyenneté économique, en permettant à un public exclu des circuits de consommation traditionnels de choisir les produits qu'il souhaite consommer, à un faible prix, parmi des denrées de qualité.

Aider les épiceries à bénéficier d'un éventail de produits de qualité et le plus large possible (produits alimentaires, d'hygiène, d'entretien...) sont deux aspects que l'association souhaite développer en installant des partenariats avec les industriels de l'agro-alimentaire, producteurs et distributeurs afin de permettre aux épiceries de proposer à leurs usagers une large gamme de produits présentant toutes les garanties de fraîcheur.

Des partenariats existent déjà afin de :

- proposer aux bénéficiaires de nos structures des activités autour de la nutrition : les demi-journées bien-être (activité physique adaptée et atelier cuisine en demi-journée), la Compagnie des Gourmands...
- mettre en place des actions à destination des bénévoles/salariés des épiceries : estime de soi, Projet Pilote pour la réhabilitation des légumes auprès des populations défavorisées, valorisation de l'épicerie...
- mettre à disposition des épiceries diverses sources d'approvisionnement : le Potager de Marianne livre les épiceries d'Ile de France en fruits et légumes frais, le programme d'approvisionnement en partenariat avec des grands distributeurs pour réassortir les épiceries en produits alimentaires...

En organisant ces ateliers/activités où les compétences de chacun sont mises en avant, les épiceries se veulent, au-delà d'une aide matérielle, un outil de reconstruction et un tremplin vers une réinsertion durable.

2. Quelle forme d'aide choisir ?

A côté du **don en nature** (produits alimentaires, autres produits), qui fait l'objet de ce guide, il ne faut pas oublier que les possibilités de s'impliquer dans l'aide alimentaire sont nombreuses : don financier, réponse à appels d'offres, don d'expertise (conseils, formation)...

Chaque entreprise doit pouvoir 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 financier aux associations est une solution intéressante pour les entreprises assujetties 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, qui n'est pas une forme de don, fait cependant partie de l'univers de l'aide alimentaire. Ainsi, par la réponse aux appels d'offre, 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. (cf. fiches de présentation du ministère sur le PEAD et le PNAA, en annexe à ce guide).

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.

3. Pratique du don en nature aux associations caritatives

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/ l'entreprise un bilan d'activités annuel. Ce bilan d'activité peut simplement consister en une réunion annuelle de concertation et d'échanges.

Quelles sont 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 sur 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).

Attention, en cas de don en nature, ce n'est pas à l'association qu'il revient de valoriser le don (montant en euro). Cette dernière ne s'engagera que sur la nature et la quantité (poids ou volume selon les cas) des produits donnés. C'est au donateur (entreprise, enseigne) de valoriser le don (montant en euros), sous la forme d'une déclaration. Les dons sont estimés à leur valeur en stock.

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.

Quelles sont les modalités de transport possibles ?

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.

A noter : cette réduction d'impôt peut être pro-ratisée, en appliquant au coût de transport ou de stockage, le rapport entre la quantité des denrées données et la quantité maximum que peut accueillir le camion ou l'entrepôt.

Quels produits peuvent être donnés?

➤ Conditions de qualité

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 certaines 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.

La liste de ces produits pourra évoluer en fonction des avancées réglementaires, et notamment en fonction des recommandations du guide de bonnes pratiques d'hygiène actuellement en cours de rédaction¹.

Il est conseillé de ne pas donner ces produits. 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 Limite 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.

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.

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.

➤ Conditions d'étiquetage

¹ Un groupe de travail réunissant les quatre têtes de réseaux associatives (*La Croix Rouge française, la Fédération Française des Banques Alimentaires, les Restos du cœur, le Secours Populaire*) est en train d'élaborer guide de bonnes pratiques d'hygiène (GBPH), en liaison étroite avec la DGAL. Ce guide sera validé fin 2009 ou début 2010.

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.

La réglementation admet le don à une association de produits présentant un défaut d'étiquetage ne remettant pas en cause le caractère consommable du produit ou une absence d'étiquetage à une association, à condition que le don porte sur des produits uniquement destinés à être préparés ou transformés, et que les informations relatives à ces produits soient transmises à ladite association ou CCAS/CIAS.

L'entreprise donatrice qui se trouve dans cette situation doit par conséquent s'orienter vers des associations qui préparent des repas.

➤ Le don de produit non-alimentaire

Les dons peuvent porter sur des produits alimentaires comme non alimentaires. Les produits non alimentaires peuvent servir directement aux associations, par exemple :

- Matériels, neufs ou à remplacer (informatique, réfrigérateurs, containers,...)
- Véhicules
- Financement de carburant sur une durée à définir

Il peut également s'agir de produits à destination des démunis, notamment des produits d'hygiène, ou encore des jouets. Dans ce dernier cas, il faut rappeler que les produits non-alimentaires peuvent aussi comporter certains risques (risque d'ingestion de petits objets par les enfants, par exemple). **Des précautions doivent donc être prises. Un produit non-alimentaire doit toujours être accompagné de sa notice d'utilisation.**

Quelles sont les règles d'hygiène dans l'acheminement et le traitement des produits donnés ?

Ce sont les règles d'hygiène des circuits classiques de consommation qui s'appliquent. Il faut noter à cet égard l'effort des associations pour appliquer le plus strictement possible les règles d'hygiène, tout en les adaptant aux contraintes de terrain.

L'association s'engage à transporter, stocker, manipuler et mettre à disposition les produits dans des conditions appropriées.

Elle informe les bénéficiaires des dons des conditions de conservation et d'utilisation nécessaires exigées par la nature du produit et la proximité de la date limite de consommation. Elle laisse à disposition des bénéficiaires les informations utiles à la conservation et à la consommation du produit.

L'enseigne ou l'entreprise peut refuser les enlèvements non-conformes aux conditions d'hygiène nécessaires. Elle doit argumenter son refus.

Quelles sont les règles applicables en matière de responsabilité ?

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.

Pour être donné, le produit doit être identifiable. Les entreprises et les enseignes doivent permettre sa traçabilité en fournissant aux associations bénéficiaires un « bon de sortie » listant les produits donnés à une date précise. L'association doit donc assurer une traçabilité minimale, en faisant apparaître par exemple la DLC ou DLUO, les nom et adresse du magasin ou du fournisseur.

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 + l'année en cours

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

Cela implique notamment de:

- communiquer un numéro de téléphone, fax ou mail au magasin/entreprise
- communiquer le nom et qualité d'une personne compétente pour traiter cette information
- s'engager à traiter l'information transmise par le magasin/entreprise et à pratiquer le retrait ou rappel des produits s'il y a lieu, (= faire en sorte que les associations aient les moyens de traiter un problème sanitaire éventuel)
- prévenir le magasin de tout changement pouvant freiner la transmission de l'information (modification de l'interlocuteur, numéro de téléphone, fax, E-mail...)

4. Les 7 règles d'or du don de produits aux associations caritatives

1. Il est préférable de formaliser les partenariats de dons par la signature d'une convention entre le donateur et l'association.
2. Le magasin ou l'entreprise et l'association désignent chacun un interlocuteur responsable de superviser et d'organiser la procédure du don.
3. Le magasin ou l'entreprise et l'association respectent les conditions d'hygiène et de sécurité des aliments aux stades du stockage, du transport, de la manutention et de la mise à disposition du bénéficiaire, en se référant au guide de bonnes pratiques d'hygiène (GBPH) en cours d'élaboration.
4. L'association s'engage à signer un bon de sortie préparé par le donateur comportant les éléments d'enlèvement (nature des produits, quantité, poids, volume) et si possible les éléments de traçabilité. Ce bon de sortie est indispensable à plusieurs titres :
 - Il est utilisé par le donateur pour valoriser le don sur le plan fiscal. Il n'appartient pas à l'association de s'engager ou de valider la valeur du don.
 - Il doit aussi permettre d'assurer la traçabilité. Il doit donc être conservé par l'association et le magasin ou l'entreprise. Il est notamment utilisé en cas d'alerte sanitaire.
 - Il constitue également une attestation du transfert de propriété.
5. Le don doit respecter un certain nombre de règles de sécurité et de traçabilité.
 - a. Produits alimentaires

Tous les produits alimentaires frais surgelés ou secs peuvent être donnés, à certaines exceptions près. (Voir liste des produits « à risque » p 16). Pour être donné, le produit doit être identifiable. L'association doit donc assurer sa traçabilité minimale.

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.
 - b. Produits non alimentaires

Pour les produits non-alimentaires les règles sont les suivantes :

Seuls les produits non-alimentaires dans leur emballage d'origine peuvent être donnés.

L'étiquetage doit être toujours lisible pour que les précautions d'emploi puissent être parfaitement lues.

Les produits composés de plusieurs pièces doivent être complets. Les notices d'emploi doivent être présentées.

Dans tous les cas un produit non-alimentaire doit au minimum être accompagné de sa notice.
6. L'association justifiera à la signature de la convention (cf. point 1.) d'une assurance responsabilité civile couvrant l'ensemble de ses activités et les conséquences dommageables liées à son activité, notamment à la distribution, et à la nature des produits objets de la convention.
7. Le directeur du magasin ou de l'entreprise et le directeur ou le président de la structure bénéficiaire s'efforcent de se rencontrer sur une base annuelle pour faire le point et proposer des pistes d'amélioration. Ce bilan se fera de préférence au siège de l'association.

5. Le cas particulier de la pratique du glanage

Les enseignes, mais également dans certains cas les entreprises agroalimentaires, sont confrontées à un nouveau phénomène : le glanage des produits agroalimentaires ayant été jetés.

Le glanage n'est pas une forme de don. Les produits récupérés par les populations les plus démunies sont en effet gérés comme des déchets par les entreprises et peuvent être dangereux.

Le développement du glanage montre qu'il est important de tout mettre en œuvre pour éviter au maximum de jeter des produits alimentaires. Cela demande notamment une organisation car il est interdit de donner des produits à DLC dépassée.

D'un point de vue moral, on ne peut recommander de détruire des produits qui pourraient être encore consommables. Cependant, ces produits destinés à être mis à la poubelle peuvent s'avérer dangereux. En effet, le distributeur qui les a retirés du rayon pour des raisons commerciales (ou défauts de fabrication ou d'emballage, ou toute autre raison) ne prend aucune précautions particulières quant à leur maintien à température ou leur salubrité. Ces produits peuvent donc avoir été en contact avec des souillures, avoir perdu l'herméticité de leur emballage, avoir subi une rupture de la chaîne du froid, etc. Toutes ces détériorations peuvent rendre le produit impropre à la consommation.

De plus, la réglementation prévoit une destruction pour les sous-produits animaux (règlement (CE) n° 1774/2002).

Il y a donc une impossibilité juridique à « autoriser » le glanage, tout du moins à le rendre possible en ne détruisant pas les produits.

Cette réglementation n'est valable que pour les produits d'origine animale. Néanmoins, dans la pratique, les magasins ne trient pas ces déchets, les produits d'autres origines sont donc susceptibles d'être souillés par des produits d'origine animale, ce qui peut les rendre impropres à la consommation.

Compte tenu des risques encourus, il est préférable de placer les poubelles à un emplacement difficilement accessible aux personnes extérieures à l'établissement.

Il convient donc d'orienter les plus démunies vers les associations afin qu'ils n'aient pas recours au glanage. Une possibilité pour les magasins pratiquant le don serait donc d'apposer des autocollants sur les poubelles portant le message suivant :

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

Ce magasin donne des produits consommables à :

Association XXX

Centre de distribution le plus proche : XXXX

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

Annexe 1



08 LAJ 477

LE MINISTRE

Paris, le - 3 OCT. 2008

Nos réf. 705 CAB GL

*edvic. de - lestrange @
cabinet - finances - pour - f*

Madame le Ministre, *chère Christine,*

Vous avez souhaité connaître les conditions dans lesquelles les dons de produits alimentaires réalisés par certaines entreprises au profit d'associations intervenant pour l'aide alimentaire en faveur des plus démunis pouvaient être éligibles au régime fiscal du mécénat.

Selon les dispositions du code général des impôts, ouvrent droit à une réduction d'impôt égale à 60 % de leur montant, les versements, dans la limite de 5 pour mille du chiffre d'affaires, effectués par les entreprises assujetties à l'impôt sur le revenu ou à l'impôt sur les sociétés, au profit d'œuvres ou d'organismes d'intérêt général ayant un caractère philanthropique, éducatif, scientifique, social, humanitaire, sportif, familial, culturel ou concourant à la mise en valeur du patrimoine artistique, à la défense de l'environnement naturel ou à la diffusion de la culture, de la langue et des connaissances scientifiques françaises,.

L'instruction fiscale 4 H-5-04 du 13 juillet 2004 précise que les versements peuvent être effectués en numéraire et en nature.

Ainsi, lorsque la contribution des entreprises prend la forme de produits alimentaires commercialisables, les dons peuvent être estimés à leur valeur en stock pour les biens qui figurent dans un compte de stock et ouvrir droit à la réduction d'impôt précitée pour le montant correspondant.

En revanche, lorsque la contribution des entreprises prend la forme d'une mise à disposition de produits qui, d'une manière générale, ne sont plus susceptibles d'être commercialisés dans les circuits habituels de distribution, les biens donnés ne peuvent plus être estimés à leur valeur en stock, puisqu'ils ne font plus partie du stock de l'entreprise qui les remet à l'association. Cette mise à disposition n'ouvre alors pas droit au bénéfice de la réduction d'impôt. Toutefois, dans l'hypothèse où les entreprises donatrices assureraient elles-mêmes la livraison des denrées faisant l'objet de leur contribution aux associations, l'opération serait susceptible d'être regardée comme un don au sens de l'article 238 bis du CGI. En effet, le don pourrait alors être valorisé à hauteur des frais de transport pris en charge par les entreprises.

.../...

Madame Christine BOUTIN
Ministre du logement et de la ville
Hôtel de Castries
72, rue de Varenne
75007 PARIS


MINISTÈRE DU BUDGET
DES COMPTES PUBLICS
ET DE LA FONCTION PUBLIQUE
139, rue de Bercy - Télédoc 146 - 75572 Paris Cedex 12

Annexe 1

- 2 -

En conséquence, si, le jour du don, les produits alimentaires donnés peuvent toujours être commercialisés dans les circuits habituels de distribution et figurent toujours dans les stocks de l'entreprise, ils peuvent être estimés à leur valeur en stock et ouvrir droit à la réduction d'impôt de 40 %.

60

Bien entendu, le montant résultant de l'évaluation des biens donnés doit être réintégré extra-comptablement sur l'imprimé n° 2058-A de la liasse fiscale, les versements effectués n'étant, en effet, pas déductibles du résultat fiscal.

J'invite vos services à contacter M. Christophe Bonnard, Conseiller fiscal à mon cabinet (01 53 18 40 70), qui pourra le cas échéant répondre à leurs interrogations.

Je vous prie de croire, Madame le Ministre, à l'assurance de mes respectueux hommages.

amities



Eric WOERTH

Annexe 1



LE MINISTRE

Paris, le 20 JAN 2009

Nos réf. : 705 CAB GL
Vos réf. : CAB/CC/JG 08LAD477

Madame le Ministre,

Par courrier en date du 3 octobre 2008, je vous informais des dispositions relatives à la valorisation des dons sous forme de denrées alimentaires pour l'application du régime du mécénat prévu à l'article 238 bis du code général des impôts (CGI).

Vous souhaitez obtenir des précisions sur la méthode de valorisation des prestations de transport et de stockage.

Dans l'hypothèse où une entreprise assurerait la livraison et le stockage des denrées alimentaires faisant l'objet d'un don, par elle-même ou une autre entreprise, à une association, l'opération de transport ou de stockage pourrait également être qualifiée comme un don au sens de l'article 238 bis du CGI.

La valorisation de cette prestation correspondrait alors au coût du transport ou du stockage des seules denrées qui font l'objet du don.

Dans ces conditions, je vous confirme que si le volume et le poids des biens ne nécessitent pas d'affréter un camion entier ou d'utiliser la totalité d'un entrepôt, la réduction d'impôt peut être calculée en appliquant aux frais de transport ou de stockage le rapport entre la quantité, exprimée par exemple en volume ou en poids, des denrées données, et la quantité maximale que peut accueillir le camion ou l'entrepôt.

Je vous prie de croire, Madame le Ministre, à l'assurance de mes respectueux hommages.

Très amicalement



Eric WOERTH

Madame Christine BOUTIN
Ministre du Logement
Hôtel de Castries
72, rue de Varenne
75007 PARIS



MINISTÈRE DU BUDGET
DES COMPTES PUBLICS
ET DE LA FONCTION PUBLIQUE

139, rue de Bercy - Télédéc 146 - 75572 Paris Cedex 12

Annexe 2 Plaquette présentation PNAA



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 ?

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.

associations achètent des viande des poissons, des fruits et de légumes.

Ainsi pour 2008, les Restaurants du Cœur ont uniquement acheté de steaks hachés, la FFBA a acheté de la viande (poulets, steak hachés et côtes de porc) et de fruits et légumes (haricots verts, 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 l'Office de l'élevage mandaté par la DGAS.

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

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



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 ?

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^{èmes} 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.

Contacts :

Direction Générale de l'Alimentation
Laure SOULIAC
251, rue de Vaugirard
75015 PARIS
Tél : 01 49 55 59 28
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 les sites Internet de l'Office de l'élevage.

Contacts :

Office de l'élevage
12 rue Henri Rol-Tanguy
TSA 30003
93555 MONTREUIL SOUS BOIS
Tél : 01 73 30 30 00
Fax : 01 73 30 30 30
www.office-elevage.fr

Annexe 2 Plaquette présentation 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

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, ANDES (Association nationale des épicerie solidaires).

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.

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 aux offices agricoles : Office de l'élevage, pour les produits laitiers, et ONIGC, pour les autres produits (ils devraient fusionner en un seul Office France AgriMer en janvier 2009).

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.



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 ?

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 5/1000^{èmes} 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.

Contacts :

Direction Générale de l'Alimentation
Laure SOULIAC
251, rue de Vaugirard
75015 PARIS
Tél : 01 49 55 59 28
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 les sites Internet de l'Office de l'élevage pour les produits laitiers et de l'ONIGC pour les autres produits.

Contacts :

Office de l'élevage	ONIGC
Tél : 01 73 30 30 00	Tél : 01 73 30 20 00
Fax : 01 73 30 30 30	Fax : 01 73 30 26 12
www.office-elevage.fr	www.onigc.fr

12 rue Henri Rol-Tanguy
TSA 30003
93555 MONTREUIL SOUS BOIS