

# « La RSE et les entreprises alimentaires de proximité »

---

*Juillet 2018*



Confédération Générale de l'Alimentation en Détail  
Maison des Métiers de l'Alimentation – 56 rue de Londres – 75008 Paris

[www.cgad.fr](http://www.cgad.fr)

# SOMMAIRE

<b>INTRODUCTION</b> .....	<b>6</b>
<b>QU'EST-CE QUE LA RSE ?</b> .....	<b>6</b>
<b>LES ENJEUX</b> .....	<b>9</b>
LES PARTIES PRENANTES .....	9
<b>INTÉRÊTS POUR L'ENTREPRISE</b> .....	<b>9</b>
<b>METTRE EN PLACE UNE DEMARCHE RSE</b> .....	<b>11</b>
<b>LA GOUVERNANCE</b> .....	<b>12</b>
1 QU'EST-CE QUE C'EST ? .....	12
2 LES VALEURS DE L'ENTREPRISE .....	12
<i>Comment agir ?</i> .....	12
3 RESTER ATTENTIF A LA REGLEMENTATION ET A SON SECTEUR .....	12
<i>Comment agir ?</i> .....	13
4 LA COMMUNICATION .....	13
<i>Comment agir ?</i> .....	13
<b>LES DROITS DE L'HOMME</b> .....	<b>14</b>
1. QU'EST-CE QUE C'EST ? .....	14
2. DISCRIMINATIONS ET GROUPES VULNERABLES .....	15
<i>Cas particulier des travailleurs saisonniers et intérimaires</i> .....	15
<i>Cas particulier des personnes en situation de handicap</i> .....	15
<i>Comment agir ?</i> .....	15
<i>Les produits importés et les conditions de travail des salariés</i> .....	16
<i>Comment agir ?</i> .....	16
3. LA DISCRIMINATION .....	16
<i>Comment agir ?</i> .....	16
<b>LES RELATIONS ET CONDITIONS DE TRAVAIL</b> .....	<b>17</b>
1. QU'EST-CE QUE C'EST ? .....	17
2. RELATIONS EMPLOYEUR / EMPLOYE .....	17
<i>Comment agir ?</i> .....	17
3. CONDITIONS DE TRAVAIL ET PROTECTION SOCIALE .....	18
<i>Comment agir ?</i> .....	18
4. SANTE ET SECURITE AU TRAVAIL .....	18
<i>Comment agir ?</i> .....	18
5. DEVELOPPEMENT DU CAPITAL HUMAIN .....	18
<i>Comment agir ?</i> .....	18
<b>L'ENVIRONNEMENT</b> .....	<b>19</b>

1.	QU'EST-CE QUE C'EST ? .....	19
2.	L'EAU.....	19
	<i>Economiser l'eau.....</i>	<i>19</i>
	<i>Comment agir ? .....</i>	<i>19</i>
	<i>Limiter l'impact de ses rejets en eaux usées.....</i>	<i>20</i>
	<i>Comment agir ? .....</i>	<i>20</i>
3.	L'ENERGIE, L'AIR ET LE CLIMAT.....	20
	<i>L'énergie .....</i>	<i>20</i>
	<i>Comment agir ? .....</i>	<i>20</i>
	<i>Véhicule et logistique.....</i>	<i>21</i>
	<i>Comment agir ? .....</i>	<i>21</i>
	<i>Equipements froid.....</i>	<i>21</i>
	<i>Comment agir ? .....</i>	<i>21</i>
	<i>Comment agir ? .....</i>	<i>22</i>
4.	DECHETS.....	22
	<i>Tri, recyclage et valorisation.....</i>	<i>22</i>
	<i>Comment agir ? .....</i>	<i>22</i>
	<i>Les emballages à destination de la clientèle .....</i>	<i>23</i>
	<i>Comment agir ? .....</i>	<i>23</i>
	<i>La lutte contre le gaspillage alimentaire .....</i>	<i>23</i>
	<i>Comment agir ? .....</i>	<i>23</i>

## **LA LOYALTE DES PRATIQUES ..... 25**

1.	QU'EST-CE QUE C'EST ? .....	25
2.	CONCURRENCE LOYALE.....	25
	<i>Comment agir ? .....</i>	<i>25</i>
3.	PROMOTION DE LA RSE DANS LA CHAINE DE VALEUR.....	25
	<i>Comment agir ? .....</i>	<i>26</i>

## **LES QUESTIONS RELATIVES AUX CONSOMMATEURS ..... 27**

.....	.....	27
1.	QU'EST-CE QUE C'EST ? .....	27
2.	LOYALTE DE COMMERCIALISATION, D'INFORMATION ET DE CONTRATS .....	27
	<i>Comment agir ? .....</i>	<i>27</i>
3.	PROTECTION DE LA SANTE ET DE LA SECURITE DES CONSOMMATEURS .....	28
	<i>Comment agir ? .....</i>	<i>28</i>
4.	CONSOMMATION DURABLE.....	28
	<i>Comment agir ? .....</i>	<i>28</i>
5.	RESOLUTION DES RECLAMATIONS ET LITIGES POUR LES CONSOMMATEURS .....	28
	<i>Comment agir ? .....</i>	<i>28</i>
6.	PROTECTION DES DONNEES ET DE LA VIE PRIVEE DES CONSOMMATEURS .....	29
	<i>Comment agir ? .....</i>	<i>29</i>

## **LA COMMUNAUTE ET LE DEVELOPPEMENT LOCAL ..... 30**

1.	QU'EST-CE QUE C'EST ? .....	30
2.	IMPLICATION AUPRES DES COMMUNAUTES.....	30
	<i>Comment agir ? .....</i>	<i>30</i>

3. EDUCATION ET CULTURE.....	30
<i>Comment agir ?</i> .....	30
4. CREATION D'EMPLOIS ET DEVELOPPEMENT DE COMPETENCES .....	31
<i>Comment agir ?</i> .....	31
5. DEVELOPPEMENT DES TECHNOLOGIES ET ACCES A LA TECHNOLOGIE .....	31
<i>Comment agir ?</i> .....	31
6. CREATION DE RICHESSES ET DE REVENUS.....	31
<i>Comment agir ?</i> .....	31
7. LA SANTE .....	31
<i>Comment agir ?</i> .....	31
8. INVESTISSEMENT DANS LA SOCIETE.....	31
<i>Comment agir ?</i> .....	32

## **ANNEXES..... 33**

### **LISTES NON EXHAUSTIVES D'EXEMPLES CONCRETS POUR AIDER LES ENTREPRISES A METTRE EN PLACE UNE DEMARCHE RSEANNEXE 1: LISTE INDICATIVE DES PARTIES PRENANTES..... 33**

#### **ANNEXE 2 : LES DROITS DE L'HOMME ..... 35**

<i>Les travailleurs saisonniers et intérimaires</i> .....	35
<i>Les travailleurs en situation de handicap</i> .....	35
<i>La discrimination</i> .....	35

#### **ANNEXE 3 : LES RELATIONS ET CONDITIONS DE TRAVAIL..... 36**

CONDITIONS DE TRAVAIL ET PROTECTION SOCIALE.....	51
SANTE ET SECURITE AU TRAVAIL .....	51
DEVELOPPEMENT DU CAPITAL HUMAIN.....	51

#### **ANNEXE 4 : ENVIRONNEMENT ..... 52**

DEMARCHES ECO-RESPONSABLES : .....	52
L'EAU .....	52
<i>Economiser l'eau</i> .....	52
<i>Limiter l'impact de ses rejets en eaux usées</i> .....	53
L'ENERGIE, L'AIR ET LE CLIMAT .....	53
<i>L'énergie</i> .....	53
<i>Véhicule et logistique</i> .....	53
DECHETS.....	54
<i>Tri, recyclage et valorisation</i> .....	54
<i>Les sacs en plastique</i> .....	55
<i>La lutte contre le gaspillage alimentaire</i> .....	55

#### **ANNEXE 5 : LA LOYAUTE DES PRATIQUES..... 56**

CONCURRENCE LOYALE.....	56
PROMOTION DE LA RSE DANS LA CHAINE DE VALEUR.....	56

## **ANNEXE 6 : LES QUESTIONS RELATIVES AUX CONSOMMATEURS... 57**

LOYAUTE DE COMMERCIALISATION, D'INFORMATION ET DE CONTRATS.....	57
PROTECTION DE LA SANTE ET DE LA SECURITE DES CONSOMMATEURS .....	57
CONSOMMATION DURABLE .....	57
RESOLUTION DES RECLAMATIONS ET LITIGES POUR LES CONSOMMATEURS .....	58
PROTECTION DES DONNEES ET DE LA VIE PRIVEE DES CONSOMMATEURS .....	58

## **ANNEXE 7 : LA COMMUNAUTE ET LE DEVELOPPEMENT LOCAL..... 59**

IMPLICATION AUPRES DES COMMUNAUTES.....	59
EDUCATION ET PROMOTION DES METIERS .....	59
DEVELOPPEMENT DES TECHNOLOGIES ET ACCES A LA TECHNOLOGIE.....	59

## **ANNEXE 8 : DES ENTREPRISES ENGAGEES ..... 60**

## **ANNEXE 9 : FEUILLE DE ROUTE DE L'ONU ..... 63**

# Introduction

Le guide « La RSE et les entreprises alimentaires de proximité », rédigé par la CGAD, a pour vocation de mettre en avant des bonnes pratiques pour aider les professionnels de l'alimentation de proximité à mettre en œuvre une démarche RSE.

Il s'agit pour les chefs d'entreprise, par exemple :

- d'être attentif aux conséquences de leur activité sur leur environnement (bruit, pollution, etc.).
- d'être attentif aux conditions de travail au sein de leur entreprise.
- de participer à l'économie de leur territoire,
- etc.

C'est à travers des actions de ce type que les entreprises alimentaires de proximité, parfois même sans le savoir, appliquent les concepts de la Responsabilité Sociétale des Entreprises, dite « RSE ».

## QU'EST-CE QUE LA RSE ?

La **Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE)** est définie comme la prise en compte volontaire (sauf pour les grandes entreprises où il existe des obligations réglementaires) du **Développement Durable** et des enjeux sociétaux associés dans la stratégie et les pratiques de l'entreprise.

Le développement durable a été défini en 1987 par le rapport Brundtland, comme « un **développement qui répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures à répondre aux leurs** »<sup>1</sup>.



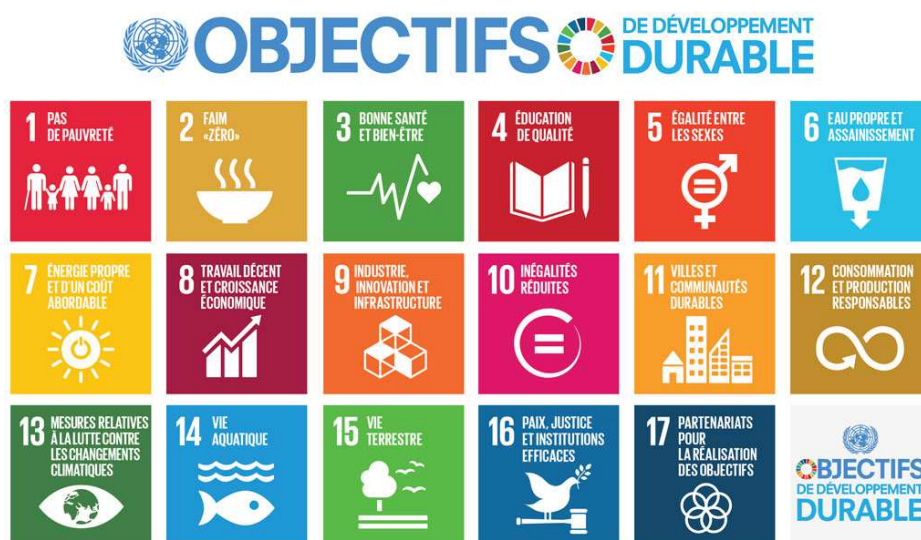
<sup>1</sup> Source : Rapport de la commission mondiale sur l'environnement et le développement durable (« Notre avenir à tous », commission BRUNTLAND, 1987).

## A noter :

En 2015 est venue s'ajouter une nouvelle feuille de route universelle sur le développement durable pour l'Organisation des Nations Unies (ONU).

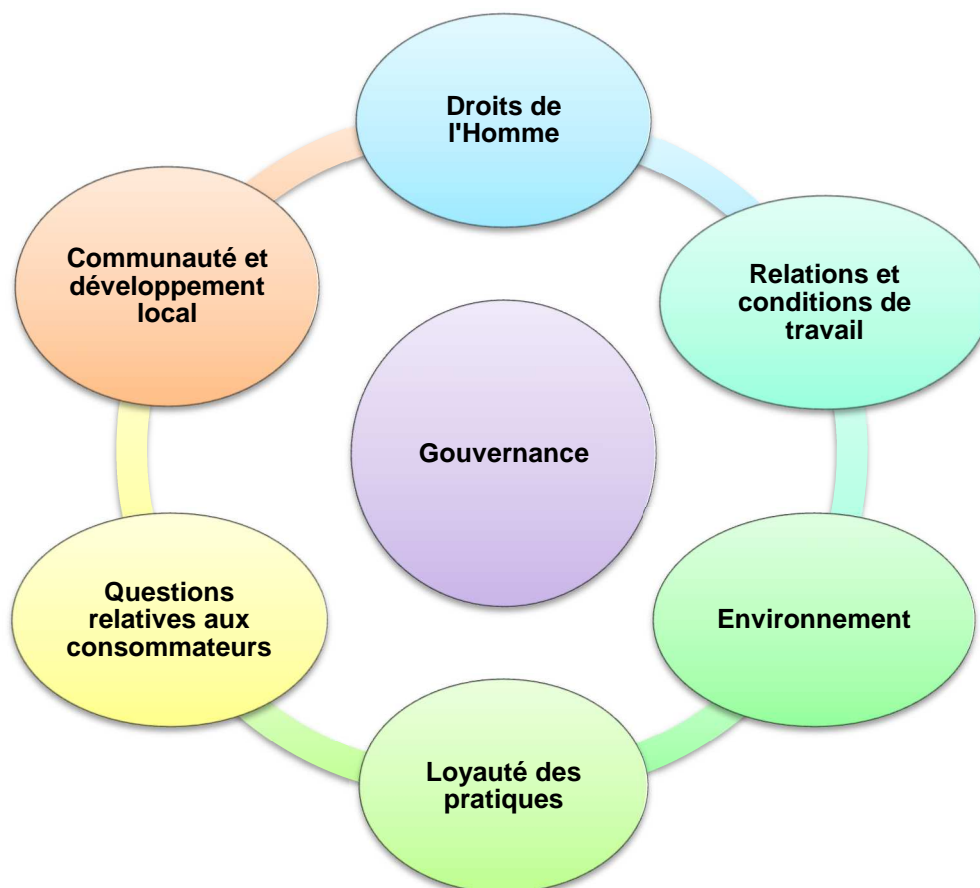
Cette feuille de route repose sur 17 objectifs du développement durable.

Même si les 17 objectifs internationaux semblent pour certains du fait de leur libellé moins concerner la situation française et les TPE françaises, il est tout à fait possible de trouver des exemples concrets pour les mettre en œuvre, notamment en déployant une démarche RSE en entreprise ou au sein des collectivités territoriales, par exemple.



👉 [Voir Annexe 9 « Feuille de route de l'ONU ».](#)

Si le Développement durable est souvent expliqué comme un développement à la fois économique, social et environnemental le tout dans le respect du territoire, sa prise en compte dans l'entreprise se traduit par des pratiques coordonnées et cohérentes selon les 7 questions centrales de la norme ISO 26000 : 2010<sup>2</sup> – texte de référence sur le sujet :



Les 7 questions centrales de la norme ISO 26000 : 2010

<sup>2</sup> La norme ISO 26000 : 2010 – Lignes directrices relatives à la responsabilité sociétale - est un texte d'application volontaire. Elle donne des lignes directrices et non des exigences aux entreprises et aux organisations pour opérer de manière socialement responsable. Cela signifie agir de manière éthique et transparente de façon à contribuer à la bonne santé et au bien-être de la société.



# LES ENJEUX

---

La première étape d'une démarche RSE consiste à **comprendre les enjeux et les grands défis à relever**, en identifiant ceux qui sont pertinents pour l'entreprise, en fonction de son secteur d'activité, de sa taille, de sa localisation et des préoccupations de l'ensemble de ses parties prenantes (clients, salariés...).

Tous les axes de la RSE sont liés, il est donc important de bien s'assurer qu'une action engagée pour répondre à un enjeu n'a pas un effet négatif sur un autre.

## Les parties prenantes

Ce sont toutes les personnes ou tous les groupements de personnes qui influencent les activités de l'entreprise.

👉 [Voir Annexe 1 « Liste indicative des parties prenantes ».](#)

# INTÉRÊTS POUR L'ENTREPRISE

---

Les entreprises et acteurs de la RSE estiment qu'une démarche RSE favorise la **performance globale** de l'entreprise en :

- gagnant en compétitivité,
- accédant à certains marchés publics,
- participant à des projets de territoire<sup>3</sup>,
- donnant du sens à ses actions,
- se différenciant,
- étant solidaire et responsable,
- fédérant les salariés autour d'un projet d'entreprise,
- maîtrisant les risques globaux,
- lui permettant d'accéder à certaines aides financières publiques<sup>4</sup>.

---

<sup>3</sup> À Nantes (<http://www.rse-nantesmetropole.fr/> ) ou dans certaines régions (PACA <http://www.performant-responsable-paca.fr> , Pays de la Loire <http://www.paysdelaloire-rse.fr/> , <http://www.comite21.org/docs/comite-21-mettre-en-place-une-demarche-rse-dans-son-organisation---pays-de-la-loire.pdf>, ...)

<sup>4</sup> Obtention d'aides conditionnées à la mise en place d'axes de la RSE (par exemple : PM'up en Ile de France <https://www.iledefrance.fr/aides-regionales-appels-projets/pm> )

L'objectif de la RSE est d'aller au-delà de l'application de la législation en matière d'environnement, de droit social, de santé et de sécurité au travail.

C'est d'ailleurs ce que font de nombreuses entreprises des métiers de l'alimentation, sous l'impulsion de chefs d'entreprises **volontaires** et **désireux** d'appliquer des valeurs personnelles à la gestion de leur entreprise.

# Mettre en place une démarche RSE

« **Compter pour savoir, savoir pour agir, agir pour réduire** », telle pourrait être la devise pour mettre en œuvre une démarche RSE car, avant d'agir, il faut savoir où on en est.

Il est également important de ne pas oublier que la politique des petits pas ou des petits gestes de chacun (« la part du colibri ») est essentielle. En effet, pour faire bouger les choses et les faire évoluer positivement, il est important que chacun s'implique en entreprise pour faire de la RSE une réalité mais en fonction de ses possibilités.

Les différents axes de la RSE peuvent se mettre progressivement en place dans l'entreprise. L'important est d'avoir une vision globale, de faire un état des lieux, de recenser ses parties prenantes, de classer ses priorités, d'élaborer et déployer un plan d'actions et enfin de communiquer sur sa démarche.

*Un jour, dit une légende amérindienne, il y eut un immense incendie de forêt. Tous les animaux terrifiés, atterrés, observaient impuissants le désastre. Seul le petit colibri s'activait, allant chercher quelques gouttes avec son bec pour les jeter sur le feu. Après un moment, le tatou, agacé par cette agitation dérisoire, lui dit : "Colibri ! Tu n'es pas fou ? Ce n'est pas avec ces gouttes d'eau que tu vas éteindre le feu !"*

*Et le colibri lui répondit : "Je le sais, mais je fais ma part."*

## Les 7 questions centrales à la loupe

Afin d'aider les entreprises dans leur démarche RSE, ce guide précise pour chaque question centrale de la RSE :

- La définition de la question centrale et son explication<sup>5</sup>
- Les axes à prendre en compte avec à chaque fois des exemples concrets d'outils ou d'actions à mettre en œuvre.

**Même si la RSE peut paraître complexe et très lourde à mettre en œuvre dans une TPE, les exemples concrets sont là pour rappeler que finalement au quotidien de nombreuses bonnes pratiques sont déjà mises en place dans les entreprises qui n'ont pas réalisé qu'elles font de la RSE malgré elles.**

Une communication sur leurs engagements (affiche, communication sur les réseaux sociaux, ...) est un moyen important pour les entreprises de faire connaître leur démarche auprès de leur clientèle notamment.

<sup>5</sup> La terminologie peut sembler complexe pour une TPE d'où l'importance de l'explication et des exemples concrets

# La gouvernance



## Parole d'entreprise

Mathieu MULLIEZ, gérant « LA RECOLTE » :

« *Les collaborateurs et les clients font avancer et grandir l'entreprise* ».

## 1 Qu'est-ce que c'est ?

« C'est le système par lequel une entreprise prend des décisions et les applique en vue d'atteindre ses objectifs ». <sup>6</sup>

La gouvernance permet de donner la **vision des entreprises** et de **montrer leurs engagements** dans la démarche.

C'est le point clé de la vie de l'entreprise, il s'agit de :

- s'assurer de la viabilité et de la pérennité de l'entreprise compte-tenu des enjeux du développement durable,
- s'assurer de l'intérêt de l'entreprise et de l'ensemble des parties prenantes.

## 2 Les valeurs de l'entreprise

Il s'agit pour l'entreprise **d'identifier ses valeurs** sur tous les aspects RSE. Qu'est-ce qui la différencie ? Qu'est-ce qui est important ? Des objectifs RSE sont-ils mis en place dans l'entreprise ?

### Comment agir ?

- Définir clairement ses valeurs.
- Communiquer sur ses valeurs.

## 3 Rester attentif à la réglementation et à son secteur

La réglementation doit être respectée par toutes les entreprises. Se tenir informé et être au courant des évolutions réglementaires à venir permettent à l'entreprise de se préparer au changement que cela peut impliquer.

<sup>6</sup> Source : Norme ISO 26000 de Novembre 2010

### Comment agir ?

- Faire une veille réglementaire du secteur par exemple par le biais de son syndicat professionnel.
- Réaliser ou faire réaliser des diagnostics pour pouvoir se positionner.

## 4 La communication

Une démarche RSE concerne l'ensemble des partenaires de l'entreprise qu'il faut associer à la réflexion de l'entreprise.

### Comment agir ?

- Associer les salariés, les fournisseurs et les clients dans le développement de sa réflexion RSE.

👉 [Voir Annexe 1 « Liste indicative des parties prenantes ».](#)

# Les Droits de l'Homme

---

## Article premier :

*« Tous les êtres humains naissent libres et égaux en dignité et en droits. Ils sont doués de raison et de conscience et doivent agir les uns envers les autres dans un esprit de fraternité. »*

7

## Parole d'entreprise

Guillaume CAFFIN et LOUIS BATAILLE  
gérants « LES DEUX GOURMANDS » :

*« La parité homme/femme est un choix, les points de vue différents font avancer l'entreprise ».*

## 1. Qu'est-ce que c'est ?

*« Ce sont les droits fondamentaux auxquels tous les êtres humains peuvent légitimement prétendre<sup>8</sup>. »*

Il s'agit de prendre en compte les différentes catégories de droits :

- Santé,
- Dignité,
- Culture,
- Education,
- Sécurité,
- Etc.

---

7 Déclaration universelle des droits de l'homme

<sup>8</sup> Source : Norme ISO 26000 de Novembre 2010

Au sein de l'Union Européenne et particulièrement en France, de nombreux droits sont précisés par la réglementation, en particulier celle relative au travail.

Cependant, les entreprises se fournissant en denrées alimentaires provenant de pays hors Union Européenne (cacao, fruits exotiques, épices, ...) peuvent s'interroger sur le respect des droits de l'Homme dans les pays de production.

## 2. Discriminations et groupes vulnérables

Il s'agit pour l'entreprise d'identifier et de proscrire toutes formes de discriminations et de protéger autant que possible les groupes vulnérables tels, par exemple, les apprentis, les salariés saisonniers et intérimaires ou encore le personnel en situation de handicap.

### Cas particulier des travailleurs saisonniers et intérimaires

Il s'agit d'améliorer les conditions de travail des **travailleurs saisonniers** en respectant en premier lieu les exigences réglementaires (contrat de travail définissant la durée, le montant du salaire, l'amplitude horaire de travail, le lieu, ...) mais aussi en favorisant leur accès au logement à des coûts raisonnables en zones touristiques.

### Cas particulier des personnes en situation de handicap

Il est possible d'étudier le maintien de salariés en situation de handicap dans l'entreprise, selon certaines conditions et aménagements de poste. Cette étude est réalisée avec le soutien du médecin de santé au travail, l'Association de Gestion du Fonds pour l'Insertion Professionnelle des Personnes Handicapées ([AGEFIPH](#)) peut intervenir ainsi que les missions handicap de branches ou d'entreprises lorsqu'elles existent.

Le recrutement de personnes en situation de handicap est compatible avec nombre de métiers et de postes, ne nécessitant pas d'aménagements de postes conséquents. Des organismes d'insertion accompagnent les entreprises dans cette démarche ([Cap Emploi](#), [Sameth](#)...).

### Comment agir ?

- Privilégier l'emploi pérenne et à temps plein.
- Adapter l'outil et les conditions de travail suivant les besoins des salariés (salariés en situation de handicap, apprentis, ...).
- Améliorer les conditions de travail de façon global pour l'ensemble du personnel.

## Les produits importés et les conditions de travail des salariés

L'entreprise doit **s'assurer** autant faire que se peut que ses **fournisseurs** respectent les droits de l'Homme (absence de travail des enfants, conditions de travail décentes, ...).

### Comment agir ?

- S'assurer du respect par les fournisseurs (notamment ceux exerçant hors de l'Union Européenne ou important des produits hors du territoire européen) de pratiques d'emploi décentes conformes aux standards internationaux relatifs aux droits de l'Homme.
- Intégrer des critères sociaux dans les politiques d'achats quand cela est possible.

## 3. La discrimination

La discrimination, au sens juridique du terme, consiste à traiter une personne ou un groupe de personnes de manière défavorable en raison de critères prohibés ou à traiter de manière identique des personnes dans une situation différente de telle sorte qu'il en résulte un effet discriminatoire.

### Comment agir ?

- Participer à des programmes d'insertion par l'activité économique.
- Favoriser le travail des jeunes, des seniors, des personnes en situation de handicap...
- Lutter contre les discriminations notamment envers les femmes.
- Favoriser l'égalité homme/femme.
- Favoriser l'employabilité des salariés à travers la formation tout au long de la vie.
- Adapter le poste de travail pour qu'il puisse être accessible au plus grand nombre.

👉 [Voir Annexe 2 « Droits et de l'Homme ».](#)

### Parole d'entreprise

François PASTEAU, gérant « L'EPI DUPIN » :

*« Travailler avec des personnes en reconversion est un réel plus pour l'entreprise ».*



# Les relations et conditions de travail

## Parole d'entreprise

Domitille FLICHY, gérante « FARINEZ' VOUS » :

« *Travailler avec des personnes de confiance qui comprennent ce que veut dire le mot solidarité et esprit d'équipe au quotidien* ».

## 1. Qu'est-ce que c'est ?

« *C'est tout ce qui concerne la création d'un environnement de travail propice au développement des compétences, tout en préservant la santé et la sécurité des hommes et des femmes qui contribuent à la performance de l'organisation*<sup>9</sup>. »

Au-delà du respect du code du travail il s'agit pour l'entreprise de mettre en place des bonnes pratiques. Les objectifs sont de fidéliser les collaborateurs, de favoriser un bon climat social et donc de susciter un investissement professionnel.

## 2. Relations employeur / employé

Dans une entreprise à taille humaine, et plus qu'ailleurs, les salariés constituent la ressource clé de l'entreprise.

### Comment agir ?

- Actualiser ses modèles de contrat de travail en fonction des évolutions réglementaires.
- Créer un environnement de travail propice aux salariés (locaux, atmosphère de travail...).
- Encourager la cohésion au sein de l'entreprise en luttant contre toute forme de discrimination (à l'embauche, à la rémunération, à l'évolution...).
- Faciliter la conciliation entre la vie professionnelle et la vie privée (temps de travail, flexibilité sur les horaires pour s'adapter aux besoins individuels de chaque salarié...).
- Investir dans la formation (développer les compétences...)
- Fidéliser les salariés<sup>10</sup>.

<sup>9</sup> Source : Norme ISO 26000 de Novembre 2010

<sup>10</sup> charte confiance PACA pour l'hôtellerie restauration <http://paca.charte-confiance.com/>, guide pour fidéliser les salariés en boulangerie-pâtisserie <http://fr.calameo.com/books/000333701c6f9108c32b8>

### 3. Conditions de travail et protection sociale

Fédérer les salariés pour améliorer l'image de l'entreprise et des métiers.

#### Comment agir ?

- Respecter les engagements définis en termes d'organisation, de durée de travail, de congés et d'horaires.
- Favoriser l'attractivité des métiers (participer à des salons, des portes-ouvertes, accueillir des apprentis et/ou des stagiaires...).
- Prendre en considération les besoins individuels des salariés (souhait de changement de poste, ...).
- Etre attentif aux conditions de travail (santé, sécurité au travail, ...).

### 4. Santé et sécurité au travail

Les salariés passent en moyenne entre 8 à 10 heures par jour dans leur entreprise. Pour cela, l'entreprise a un rôle fondamental à jouer dans la prévention et la préservation des conditions et du bien-être de ses salariés. De plus, les salariés en meilleure santé, dans un environnement de travail plus agréable peuvent être plus productifs et rendre l'entreprise plus compétitive.

#### Comment agir ?

- Réaliser et mettre à jour son document unique d'évaluation des risques professionnels.
- Mettre en place des actions pour améliorer et / ou diminuer certains risques professionnels (TMS, risques routiers, risque de braquage, ...).
- Améliorer les compétences et les connaissances de ses collaborateurs en matière de prévention des risques professionnels (livret, formation, ...).

### 5. Développement du capital humain

Accompagner ses salariés dans le développement de leurs compétences au travers de la formation professionnelle permet de créer un climat de confiance.

#### Comment agir ?

- Permettre l'accès à la formation continue pour tous ses salariés.
- Favoriser l'apprentissage et si possible embaucher le jeune à la fin de son apprentissage.
- Mettre en place une politique de formation qualifiante à destination des personnes les moins qualifiées.

👉 [Voir Annexe 3 « Les relations et conditions de travail ».](#)

# L'environnement



## Parole d'entreprise

François PASTEAU, gérant « L'EPI DUPIN » :

« *Les recettes sont réfléchies pour utiliser le produit dans son intégralité* ».

## 1. Qu'est-ce que c'est ?

« C'est la gestion par une organisation de ses impacts sur l'environnement : consommation, pollution, modification des écosystèmes et ce, au regard de principes directeurs que sont le principe de précaution, la gestion du risque et celui du « pollueur-payeur »<sup>11</sup>. »

## 2. L'eau

L'eau douce ne représente que 3 % des ressources en eau de la planète. Elle doit donc être préservée des pollutions et être consommée avec modération.

### Economiser l'eau

Il y a plusieurs façons d'agir pour économiser l'eau : en évitant les gaspillages, en favorisant sa réutilisation...

Pour des questions d'hygiène, malheureusement la réutilisation de l'eau usagée ou l'utilisation d'eau de pluie est quasi impossible dans les entreprises alimentaires.

### Comment agir ?

- Ne pas laisser l'eau couler inutilement.
- Surveiller les consommations d'eau.
- Détecter la moindre fuite et la réparer.
- Choisir des appareils avec une consommation d'eau réduite (opter pour des toilettes à double-chasse et débit inférieur à 6 L, équiper les robinets de mousseurs, préférer les douches aux baignoires, ...).
- Réutiliser certaines eaux usées ou collecter l'eau de pluie pour arroser les espaces verts ou les potagers (cas de certains hôtels ou restaurants).

<sup>11</sup> Source : Norme ISO 26000 de Novembre 2010

#### Le saviez-vous ?

Un goutte-à-goutte au robinet vous fait gaspiller jusqu'à 43 800 litres d'eau par an, **soit 178,70 € TTC \***.

Un mince filet d'eau au robinet vous fait gaspiller jusqu'à 130 000 litres d'eau par an, **soit 530,40 € TTC \***.

Une fuite sur chasse d'eau vous fait gaspiller jusqu'à 25 litres par heure, 220 000 litres d'eau par an, **soit 897,60 € TTC \***.

\* Calculé sur un prix moyen de 4,08 € TTC par m<sup>3</sup>

### Limiter l'impact de ses rejets en eaux usées

La réglementation interdit de déverser, dans le tout-à-l'égout ou dans la nature, tout liquide, pouvant être à l'origine d'une pollution de l'eau ou du bouchage des canalisations ou encore pouvant occasionner des problèmes de sécurité pour le personnel chargé de l'entretien du réseau d'assainissement ou de dysfonctionnement des stations d'épuration.

#### Comment agir ?

- Installer un équipement de pré-traitement des eaux usées, dit séparateur à graisses (bac à graisse, ...) pour les activités générant des eaux usées riches en graisses.
- Avoir de bonnes pratiques pour éviter de charger en débris ou en graisses les eaux usées (refroidir les eaux de cuisson et retirer les graisses solidifiées avant évacuation dans les éviers, enlever les restes d'aliments dans les plats avant lavage, ...).
- Ne pas jeter les huiles de friture dans les éviers, dans les sanitaires ou dans le tout-à-l'égout.
- Respecter les conditions d'utilisation des produits d'entretien (dosage en particulier).
- Utiliser des produits d'entretien plus écologiques certifiés NF-Environnement ou Ecolabel européen ou encore ayant un label reconnu qui sont plus facilement dégradables.

## 3. L'énergie, l'air et le climat

### L'énergie

Les entreprises alimentaires sont de grosses consommatrices d'énergie pour fabriquer (cuisson, ...), conserver (vitrines réfrigérées, chambres froides, ...) et transporter les denrées alimentaires. Leurs leviers d'action consistent à réduire leur consommation d'énergie et à opter pour des sources d'énergie renouvelable.

#### Comment agir ?

- Connaître sa consommation d'énergie et ses équipements les plus énergivores puis agir pour la diminuer.
- Investir dans du matériel moins consommateur d'énergie notamment lors du renouvellement du matériel.

- Mettre en œuvre de bonnes pratiques simples (éteindre les lumières en sortant d'une pièce, utiliser des lampes basse consommation, ne pas laisser ouvertes les portes des enceintes de froid trop longtemps, installer des robinets thermostatiques, ...)
- Bien isoler et bien agencer ses locaux.
- Choisir des fournisseurs d'énergie renouvelable.
- Pour aller plus loin, devenir soi-même producteur d'énergie (installation de panneaux solaires, géothermie, ...).

*« L'énergie la moins chère et la moins polluante est celle qu'on ne consomme pas »*

## Véhicule et logistique

L'entreprise a besoin bien souvent d'un ou plusieurs véhicules pour s'approvisionner en matières premières et/ ou pour livrer sa clientèle.

### Comment agir ?

- Repenser sa logistique pour gagner en efficacité et limiter les déplacements.
- Investir dans des véhicules plus récents et moins polluants (hybrides, au gaz, électriques...).
- Former les chauffeurs à l'éco-conduite.
- Avoir recours à des véhicules partagés (entre entreprises ou dans le cadre d'un projet porté par une collectivité territoriale : <http://www.paris.fr/vulepartages> ).

A noter : la CGAD a mené en 2015 une étude de terrain auprès de professionnels franciliens de l'alimentation de proximité afin de disposer d'un état des lieux du parc de véhicules possédé par les entreprises. Cette étude a permis également d'analyser précisément les spécificités et les besoins de ces entreprises en matière de déplacements et d'équipements afin d'étudier les solutions qui pourraient être mises en œuvre.

## Equipements froid

Les fluides frigorigènes sont des substances utilisées pour la production de froid positif ou négatif dans différents équipements très utilisés dans les métiers de l'alimentation (vitrines réfrigérées, chambres froides, climatisation, ...) pour assurer la qualité sanitaire des aliments. Ces fluides ont des impacts importants sur l'environnement, ils contribuent notamment à l'effet de serre et participent ainsi au réchauffement climatique.

### Comment agir ?

- Faire réaliser une maintenance régulière de ses équipements, en particulier pour éviter les fuites de gaz.
- Lors du renouvellement des équipements de froid, se renseigner pour acheter un équipement dont le fluide frigorigène est le moins impactant pour l'environnement.

## Biodiversité

La biodiversité représente la « *variabilité des organismes vivants de toute origine y compris, entre autres, les écosystèmes terrestres, marins et autres écosystèmes aquatiques et les complexes écologiques dont ils font partie ; cela comprend la diversité au sein des espèces et entre espèces ainsi que celle des écosystèmes.* »<sup>12</sup>

Même si de prime abord le lien avec les métiers de bouche ne semble pas immédiat, il n'en est rien. En effet, les activités des entreprises (choix des matières premières, activités touristiques proposées par un hôtel, ...) peuvent avoir des conséquences sur la biodiversité.

### Comment agir ?

- S'approvisionner en produits de saison.
- Favoriser l'approvisionnement local.
- Favoriser les produits issus de l'agriculture biologique, de l'agriculture raisonnée ou de l'agriculture à haute valeur environnementale.
- Préférer les poissons issus de la pêche durable et responsable.
- Proposer de l'écotourisme à la clientèle pour les résidences hôtelières.

## 4. Déchets

*« Le déchet le plus facile à éliminer est celui que l'on ne produit pas. »*

Les entreprises sont responsables des déchets qu'elles produisent et doivent les éliminer conformément à la réglementation en vigueur. Par ailleurs, elles ont un rôle à jouer vis-à-vis de leur clientèle en réduisant également les déchets qui finissent dans sa poubelle.

### Tri, recyclage et valorisation

Au-delà des obligations réglementaires de tri et d'élimination des déchets suivant des circuits précis, les entreprises peuvent mettre en place des bonnes pratiques pour faire un geste supplémentaire pour l'environnement.

### Comment agir ?

- Essayer de produire le moins de déchets possible (choix des conditionnements des matières premières, ...).
- Choisir de préférence des produits conditionnés dans des emballages recyclables.
- Trier ses déchets en vue de leur valorisation.
- Trier à la source ses biodéchets<sup>13</sup> pour les valoriser en compostage ou en méthanisation par exemple, même si leur quantité est en-dessous des seuils réglementaires.

<sup>12</sup> Article 2 de la Convention sur la diversité biologique, adoptée le 22 mai 1992

<sup>13</sup> « tout déchet non dangereux biodégradable de jardin ou de parc, tout déchet non dangereux alimentaire ou de cuisine issu notamment des ménages, des restaurants, des traiteurs ou des magasins de vente au détail, ainsi que tout déchet comparable provenant des établissements de production ou de transformation de denrées alimentaires. ». Ce sont par exemple les fruits et légumes (épluchures, ...), les restes de repas...

## Les emballages à destination de la clientèle

Les entreprises ont un rôle à jouer par rapport à leur clientèle en les sensibilisant à avoir recours à moins d'emballages non réutilisables.

### Comment agir ?

- En choisissant des emballages les « plus écologiques » possibles, recyclables ou réutilisables.
- En limitant la distribution des emballages (boîtes, ...) au strict nécessaire et en acceptant les conditionnements apportés par les clients.
- En limitant la fourniture de couverts jetables pour les activités de vente à emporter.
- En limitant la fourniture de sacs en plastique (sensibiliser la clientèle grâce à l'affiche téléchargeable réalisée par la CGAD : <https://www.cgad.fr/dossiers/developpement-durable/interdiction-de-certains-sacs-plastique/>)
- En proposant des conditionnements consignés.
- En faisant de la « Reverse logistics » : par exemple les caisses en polyester blanc des poissonniers repartent avec le fournisseur pour être valorisées sur les marchés de gros ou les cartons de livraisons non souillés peuvent être repris par le fournisseur.



## La lutte contre le gaspillage alimentaire

Veiller à ne pas gaspiller de denrées alimentaires ou à en perdre est un enjeu économique mais aussi écologique pour les entreprises.

### Comment agir ?

- Conserver les aliments dans de bonnes conditions.
- Bien gérer les achats et les stocks.
- Bien planifier et fabriquer.
- Proposer le gourmet bag ou une solution similaire aux clients dans le cas de la restauration.

- Pour les restaurateurs, réduire sa carte. Une offre 3 entrées / 3 plats / 3 desserts est souvent gage de qualité et réduit le gaspillage. Proposer le même accompagnement pour chaque plat ou un accompagnement léger (mieux vaut se resservir !)
- Adapter les quantités servies : demander à chaque client la quantité désirée. Par exemple, en restauration, limiter les quantités lors d'un premier service puis offrir la possibilité aux convives de se resservir.
- Adapter la taille des contenants pour proposer les bonnes quantités.
- Donner les restes et les invendus (au personnel, aux clients, à des associations caritatives, ...) dans le respect des règles d'hygiène et éventuellement par l'intermédiaire d'applications web, par exemple comme [To good to go](#).
- Communiquer sur ses actions anti-gaspillage : affiches, chevalets de table, quizz, repas "zéro déchet". Sensibiliser les clients sur l'origine des produits et des modes de fabrication.

👉 [Voir Annexe 4 « Environnement »](#).



# La loyauté des pratiques

---

## Parole d'entreprise

Guillaume CAFFIN et LOUIS BATAILLE  
gérants « LES DEUX GOURMANDS » :

« *Nos fournisseurs doivent partager nos valeurs* ».

### 1. Qu'est-ce que c'est ?

« *C'est le respect d'une concurrence honnête et loyale à l'égard des concurrents et de l'ensemble des organisations qui agissent sur un marché donné, en vertu du droit national et international<sup>14</sup>.* »

### 2. Concurrence loyale

C'est privilégier le développement sur un territoire sans entraver le développement d'une autre entreprise. L'entreprise se doit d'appliquer des **pratiques loyales et transparentes** : respect des obligations réglementaires comprenant notamment les informations relatives à la traçabilité et à l'information consommateur, ne pas faire de publicité mensongère (sur les produits, sur internet, ...), bon tarage des balances, ....

C'est aussi permettre l'accès pour les consommateurs à un **produit au meilleur prix**.

#### Comment agir ?

- Respecter le droit à la concurrence et de la consommation.
- Bannir tout type de fraudes.
- Former ses collaborateurs au respect de la réglementation.

### 3. Promotion de la RSE dans la chaîne de valeur

L'entreprise peut s'engager à mettre en œuvre une politique d'achats et de vente responsables.

Ces engagements peuvent se traduire par exemple par des critères d'achat intégrant des exigences relatives au commerce équitable. Cela peut aussi se traduire par une relation client-fournisseur équilibrée et transparente fondée sur la confiance et le respect.

---

<sup>14</sup> Source : Norme ISO 26000 de Novembre 2010

## Comment agir ?

- Intégrer des critères d'achats responsables (ex. : juste prix, démarches respectueuses de l'environnement...).
- Mettre en place un prévisionnel d'achat pour donner de la visibilité à ses fournisseurs.
- Respecter les délais de paiement aux fournisseurs.

[!\[\]\(3dfb8d66e81160ad61421a3452093d1b\_img.jpg\) Voir Annexe 5 « La loyauté des pratiques ».](#)

# Les questions relatives aux consommateurs

---

## Parole d'entreprise

François PASTEAU, gérant « L'EPI DUPIN » :

*« Le consommateur doit prendre conscience qu'il vote trois fois par jour pour le climat ».*

## 1. Qu'est-ce que c'est ?

*« Les entreprises qui fournissent des produits et services aux consommateurs ont des responsabilités vis-à-vis de ces consommateurs en matière d'information, d'éducation, ou de promotion d'une consommation durable ».*<sup>15</sup>

Les enjeux de cette thématique dans les métiers de l'alimentation sont :

- Assurer la sécurité des denrées alimentaires.
- Prendre en compte la santé du consommateur à long terme.
- Participer à la diversité des goûts et à la promotion du patrimoine culturel.
- Faciliter l'accès de tous à l'alimentation.
- Eduquer à une consommation responsable.

## 2. Loyauté de commercialisation, d'information et de contrats

Outre les exigences réglementaires dans ce domaine, l'entreprise doit s'assurer d'être la plus transparente possible pour le consommateur. Toutes les informations qu'elle transmet ne doivent pas induire le consommateur en erreur.

### Comment agir ?

- S'assurer de fournir des informations conformes et non trompeuses (étiquetage, publicité, prospectus...) qui peuvent être complétées par des explications sur internet.
- S'assurer que le consommateur a connaissance des conditions générales de vente lors de transaction par correspondance, à distance...

---

<sup>15</sup> Source : Norme ISO 26000 de Novembre 2010

### 3. Protection de la santé et de la sécurité des consommateurs

La réglementation « Paquet Hygiène » est basée sur la protection de la santé et la sécurité du consommateur.

Pour prouver que l'entreprise répond aux exigences réglementaires en matière de qualité sanitaire, l'entreprise doit mettre en place un **Plan de Maitrise Sanitaire** (PMS). Pour s'aider, les entreprises peuvent se référer aux **guides des bonnes pratiques d'hygiène** et d'application de l'HACCP de leur secteur. Par ailleurs le professionnel doit s'assurer de mettre en place une **information conforme** aux exigences réglementaires.

La protection de la santé des consommateurs peut passer aussi par une composition notamment nutritionnelle adaptée des produits fabriqués.

#### Comment agir ?

- Se former à la mise en place du PMS.
- Assurer une veille réglementaire sur l'évolution des connaissances techniques sur les dangers sanitaires (se rapprocher des organisations professionnelles).
- Proposer des aliments adaptés aux personnes allergiques.
- Développer des prestations de services comme le portage à domicile pour les seniors.
- Former ses salariés à la nutrition pour qu'ils soient capables de fournir des informations aux consommateurs.

### 4. Consommation durable

La consommation responsable est un mode de consommation qui est à la fois **respectueux de l'environnement**, **bénéfique pour l'économie** (surtout locale), **bon pour la santé**.

#### Comment agir ?

- Sensibiliser les consommateurs à la lutte au gaspillage alimentaire.
- Sensibiliser les consommateurs à une consommation de produits locaux et de saison, issus de pratiques agricoles durables.

### 5. Résolution des réclamations et litiges pour les consommateurs

Même avec la meilleure volonté possible, des incidents peuvent arriver. Il s'agit pour l'entreprise de tout mettre en œuvre pour les éviter mais aussi pour les gérer le mieux possible.

#### Comment agir ?

- Contrôler régulièrement la qualité organoleptique de ses produits et les durées de vie.
- Mettre en place un système de traitement des réclamations des clients et informer sa clientèle de l'existence du dispositif.

- En cas de litige se rapprocher du service de médiation partenaire de la CGAD<sup>16</sup>.

## 6. Protection des données et de la vie privée des consommateurs

L'entreprise peut faire le choix de créer un fichier clients pour tenir au courant sa clientèle de ses actualités (promotions, nouveaux produits, ...) ou bien mettre en place un service de carte de fidélité pour récompenser les clients fidèles.

La création de tels fichiers nécessite le respect des règles de confidentialité dans le cadre de l'application du règlement européen général sur la protection des données (RGPD).

### Comment agir ?

- Respecter la réglementation en vigueur et garantir la confidentialité des données.

👉 [Voir Annexe 6 « Les questions relatives aux consommateurs ».](#)

---

<sup>16</sup> <http://www.medicys.fr/pro/>

# La communauté et le développement local

---

## 1. Qu'est-ce que c'est ?

*« À l'image d'un arbre, l'entreprise peut s'enraciner dans ses territoires et ses communautés. Elle y puise les ressources nécessaires à son fonctionnement. Elle a en retour capacité à leur faire bénéficier des fruits de son activité, notamment pour contribuer au développement local »<sup>17</sup>*

En clair, c'est l'implication d'une entreprise sur son territoire ainsi que sa capacité à y développer des relations et des échanges « gagnant-gagnant ».

## 2. Implication auprès des communautés

Identifier les acteurs de la vie locale et participer avec et pour eux au développement de projets.

### Comment agir ?

- Maintenir ou créer des emplois sur le territoire.
- Mettre en avant des produits locaux.
- S'investir dans des projets locaux : être sponsor d'une équipe de sport, dons de denrées lors de manifestations...
- S'impliquer dans des projets solidaires : opération « Pièces jaunes », collecte d'aliments pour des associations caritatives, faire appel ou se fournir auprès d'un ESAT (établissement et service d'aide par le travail), ...
- Promouvoir des artistes locaux en exposant leurs œuvres.

## 3. Education et culture

L'entreprise peut à son niveau contribuer à l'éducation et à la culture de son territoire.

### Comment agir ?

- Participer à des salons, des foires, des actions métiers (« Fêtes du pain », « 24h chez mon boucher », ...), des portes-ouvertes...
- Accueillir et participer à la formation des apprentis.
- Accueillir des stagiaires (3<sup>ème</sup>) pour faire découvrir le métier.
- Sensibiliser le consommateur sur les produits locaux, la consommation durable...

---

<sup>17</sup> Source : ISO 26000- Responsabilité Sociétale : comprendre, déployer, évaluer, AFNOR éditions.

## 4. Création d'emplois et développement de compétences

Une entreprise à taille humaine favorise avant tout l'emploi dans son territoire mais peut aussi participer au développement des compétences de ses salariés.

### Comment agir ?

- Se faire connaître auprès des missions locales, des agences de pôle emploi...
- Favoriser la formation des salariés peu qualifiés.

## 5. Développement des technologies et accès à la technologie

L'entreprise peut s'appuyer notamment sur son organisation professionnelle pour mettre en œuvre de nouvelles technologies et ainsi gagner en compétitivité.

### Comment agir ?

- Se rapprocher de son organisation professionnelle et des Pôles d'Innovation pour l'Artisanat (PIA).
- Avoir recours aux solutions numériques (click and collect, réseaux sociaux...).

## 6. Création de richesses et de revenus

L'entreprise maintien ou développe une politique d'achat local que cela soit au niveau des fournitures de matériel, de matières premières mais aussi de services tout en mettant en place une politique de juste rémunération.

### Comment agir ?

- Favoriser autant que possible le développement de partenariats avec des entreprises locales (maintenances, travaux...).
- S'approvisionner auprès des producteurs locaux.

## 7. La santé

L'entreprise s'assure que ses activités n'ont pas ou peu d'impact sur les riverains.

### Comment agir ?

- Être attentif aux nuisances pour les riverains (bruit, odeurs...).
- Proposer des produits de qualité avec une composition nutritionnelle revue (moins de sel, ...).

## 8. Investissement dans la société

L'investissement dans la société civile d'une entreprise regroupe l'ensemble des actions se rapportant aussi bien aux domaines social, sociétal et environnemental.

## Comment agir ?

- **Sponsoriser** des **actions locales** en matière de culture, de sport ou d'éducation.
- Participer à des événements locaux en fournissant des **denrées**, en proposant des animations en lien avec son savoir-faire.

 [Voir Annexe 7 « La communauté et le développement local ».](#)



# ANNEXES

---

Listes non exhaustives d'exemples concrets pour aider les entreprises à mettre en place une démarche RSE

# Annexe 1: Liste indicative des parties prenantes

<p><b>Au sein de l'entreprise</b></p>	<p>Salariés (y compris saisonniers, intérimaires, apprentis...).</p>
<p><b>A l'extérieur de l'entreprise</b></p>	<p>Fournisseurs          Clients          Prestataires de service          Sous-traitants          Partenaires          Concurrents          Collectivités territoriales (mairie, Région, Chambre consulaire...)          Préfecture          Services de contrôles (DDPP, DIRECCTE, DRCCRF, DREAL...)          Fédérations et syndicats professionnels          Associations de consommateurs          Pôles d'Innovation pour l'Artisanat          Organismes de formation          Cabinets de conseils          Agences d'intérim, Pôle emploi          Centres de formation          Inspection du travail          Médecin du travail          CARSAT / CRAMIF en Ile-de-France          Associations sportives et culturelles          Associations d'insertion sociale et de solidarité (banque alimentaire, ...)          ADEME          Riverains          Structures de gestion et valorisation des déchets          Banques          Assurances          Centres de gestion          Médias</p>

# Annexe 2 : Les Droits de l'Homme

---

## Les travailleurs saisonniers et intérimaires

Règles à respecter sur l'emploi des travailleurs saisonniers :

👉 <http://travail-emploi.gouv.fr/droit-du-travail/contrats-et-carriere/contrats-de-travail/article/le-travail-saisonnier>

Une plaquette de la DIRECCTE des Pays de la Loire avec des informations applicables aux travailleurs saisonniers employés dans les hôtels, cafés et restaurants.

👉 <http://pays-de-la-loire.direccte.gouv.fr/Guide-pratique-travail-saisonnier-dans-les-hotels-cafes-restaurants-HCR-saison>

## Les travailleurs en situation de handicap

Le guide du défenseur des droits : « Accès à l'emploi des personnes handicapées dans le secteur privé »

👉 [https://www.defenseurdesdroits.fr/sites/default/files/atoms/files/151016\\_-\\_qr\\_maquette\\_2012-09-06.pdf](https://www.defenseurdesdroits.fr/sites/default/files/atoms/files/151016_-_qr_maquette_2012-09-06.pdf)

La mission du GNI-Synhorcat

👉 <https://www.synhorcat.com/emploi-formation-handicap/mission-handicap/article/handicap-travail-docs-brochures>

## La discrimination

« "GUIDE pour LES PME, LES TPE et L'ARTISANAT » sur la discrimination avec des pistes de Bonnes Pratiques :

👉 [https://www.defenseurdesdroits.fr/sites/default/files/atoms/files/ddd\\_gui\\_20130201\\_discrimination\\_pme\\_tpe.pdf](https://www.defenseurdesdroits.fr/sites/default/files/atoms/files/ddd_gui_20130201_discrimination_pme_tpe.pdf)

Guide « Construire sa politique diversité et lutter contre les discriminations » :

👉 <http://www.loire-atlantique.gouv.fr/content/download/19626/142377/file/Guide%20diversit%C3%A9%202016.pdf>

Charte de la diversité en entreprise dont l'U2P est partenaire :

👉 <http://www.charte-diversite.com/charte-diversite-en-action.php>

# Annexe 3 : Les relations et conditions de travail

---

Organisation Professionnelle	Actions menées / outils réalisés	Année de réalisation	Public visé (salariés, apprentis, personnel de vente, personnel de fabrication...)	Objectifs	Adresse internet pour télécharger ou consulter l'outil
UMIH	Formation prévention des risques et rédaction du document unique	Depuis 2004	Salariés, gérant, responsable Sécurité	Sensibiliser Donner des outils Apprendre à rédiger le document unique	<a href="http://www.umihformation.fr">www.umihformation.fr</a>
UMIH	En collaboration avec l'INRS, rédaction de guides : -Restauration traditionnelle -Distribution de boisson -Rénovation des hôtels -Réceptionniste en hôtellerie -lingère et équipier en hôtellerie -femme de chambre et valet	Depuis 2002	Toute personne travaillant dans le secteur de l'hôtellerie restauration	Sensibiliser Donner des bonnes pratiques	<a href="http://www.inrs.fr">www.inrs.fr</a> ou <a href="http://www.umih.fr/fr/solutions-pro/gerer-son-entreprise-au-quotidien/evaluer-les-risques-professionnels/">http://www.umih.fr/fr/solutions-pro/gerer-son-entreprise-au-quotidien/evaluer-les-risques-professionnels/</a>
UMIH	En collaboration avec l'INRS, la CRAMIF et la CARSAT Nord-Est Elaboration de l'outil Oira restauration	2014	Personne chargée de la rédaction du document unique dans le restaurant	Rédiger le document unique du restaurant en ligne Système très intuitif, adapté pour les TPE	<a href="https://client.oiraproject.eu/fr/restauration/restauration-traditionnelle/@login?came_from=https%3A%2F%2Fclient.oiraproject.eu%2Ffr%2Frestauration%2Frestauration-traditionnelle">https://client.oiraproject.eu/fr/restauration/restauration-traditionnelle/@login?came_from=https%3A%2F%2Fclient.oiraproject.eu%2Ffr%2Frestauration%2Frestauration-traditionnelle</a>
UMIH	Subvention Lave-verre	2016 - 2017	Restaurant de 49 salariés	Informers les adhérents de la mise en place d'une subvention de 50% par la CARSAT pour l'achat d'un osmoseur et lave-verres pour permettre de ne plus avoir à essuyer les verres et donc de diminuer les risques de coupure	<a href="https://les-aides.fr/fiche/a5VjCX9G2e3B/carsat/aide-financiere-simplifiee-stop-essuyage.html">https://les-aides.fr/fiche/a5VjCX9G2e3B/carsat/aide-financiere-simplifiee-stop-essuyage.html</a>
UMIH	Convention Nationale d'Objectifs UMIH / CNAMTS	Depuis 2001	Chefs d'entreprise (restaurants depuis 2001, Cafés-hôtels-restaurants depuis 2015)	Aides financières auprès des entreprises portant un projet incluant des travaux pour	<a href="http://www.umih.fr/fr/solutions-pro/gerer-son-entreprise-au-quotidien/evaluer-les-risques-professionnels/">http://www.umih.fr/fr/solutions-pro/gerer-son-entreprise-au-quotidien/evaluer-les-risques-professionnels/</a>

Organisation Professionnelle	Actions menées / outils réalisés	Année de réalisation	Public visé (salariés, apprentis, personnel de vente, personnel de fabrication...)	Objectifs	Adresse internet pour télécharger ou consulter l'outil
		(actuelle 2015-2019)		prévenir et réduire les risques professionnels des salariés	
<b>UMIH</b>	Convention Nationale d'Objectifs UMIH / CNAMTS	2013-2017 (avenant en 2016)	Chefs d'entreprise (Traiteurs Organisateur de Réception)	Aides financières auprès des entreprises portant un projet incluant des travaux pour prévenir et réduire les risques professionnels des salariés	
<b>CFBCT</b>	Des conventions nationales d'objectifs (CNO) signées avec la CNAMTS	CNO 2013-2017	Cette démarche profite à tout le monde dans l'entreprise	Proposer un appui technique et / ou financier des CARSAT aux entreprises qui lancent des rénovations avec amélioration des conditions de travail	CNO en cours de discussion pour 2019
<b>CFBCT</b>	Livret sur la prévention des risques en boucherie	2002	Livret destiné aux employeurs avec bénéfice pour tous les personnels	Sensibilisation / information sur la PRP et les principaux risques du métier Diffusion de la 1ère trame de DU spécifique aux risques du métier	Nouvelle version du livret disponible depuis janvier 2018
<b>CFBCT</b>	Grille d'autodiagnostic pour élaboration du DUERP	2002 puis mises à jour	Outil destiné aux employeurs à utiliser en concertation avec les salariés	Appuyer les employeurs dans leur obligation d'élaboration et mise à jour du DU de leur entreprise	Grille réservée aux adhérents de la CFBCT, disponible auprès de la CFBCT et des relais départementaux
<b>CFBCT</b>	Livret sur la manutention des viandes	2003	Employeurs pour impact sur salariés et fournisseurs	Sensibiliser les employeurs à l'importance de la mécanisation des manutentions quand cela est possible	Livret disponible à la CFBCT

Organisation Professionnelle	Actions menées / outils réalisés	Année de réalisation	Public visé (salariés, apprentis, personnel de vente, personnel de fabrication...)	Objectifs	Adresse internet pour télécharger ou consulter l'outil
CFBCT	Aide financière simplifiée pour la mécanisation des manutentions des carcasses	2003	Employeurs pour impact sur salariés et fournisseurs	Favoriser la mécanisation des manutentions des carcasses par une aide financière des CARSAT à l'achat d'un chariot de manutention	Cette aide n'existe plus
CFBCT	Film « T'empêches tout le monde de se blesser »	2008	Employeurs pour impact sur tous les personnels	Film pour expliquer aux employeurs la CNO et les contrats de prévention avec les CARSAT	DVD disponible à la CFBCT
CFBCT	Bande dessinée « On ne joue pas avec la sécurité »	2010	Apprentis	Sensibiliser les apprentis aux risques professionnels et aux moyens de maîtrise de ces risques	BD disponible à la CFBCT
CFBCT	Partenariat avec Bureau Veritas Pro	2012	Employeurs pour impact sur tous les personnels	Sensibiliser les employeurs aux contrôles obligatoires dans l'entreprise et leur proposer un prestataire fiable pour ces contrôles	Commande des prestations sur le site <a href="http://pro.bureauveritas.fr">http://pro.bureauveritas.fr</a> avec un code avantage CFBCT
CFBCT	Affiche de sensibilisation au port des EPI	2013	Employeurs pour impact sur tous les personnels	Sensibiliser les salariés à l'importance du port des EPI pour limiter le risque d'accident du travail	Affiche et fichier informatique de l'affiche disponibles à la CFBCT
CFBCT	Affiche de sensibilisation aux risques liés aux addictions	2014	Employeurs pour impact sur tous les personnels	Sensibiliser les salariés au risque accru d'accidents aussi bien dans l'entreprise que sur la route en cas d'addictions (drogue, alcool)	Affiche et fichier informatique de l'affiche disponibles à la CFBCT
CFBCT	Affiche de sensibilisation aux consignes de sécurité à respecter	2017	Employeurs pour impact sur tous les personnels	Sensibiliser les salariés aux consignes de sécurité à respecter pour éviter les accidents de travail	Affiche et fichier informatique de l'affiche disponibles à la CFBCT

Organisation Professionnelle	Actions menées / outils réalisés	Année de réalisation	Public visé (salariés, apprentis, personnel de vente, personnel de fabrication...)	Objectifs	Adresse internet pour télécharger ou consulter l'outil
CFBCT	Livret sur la prévention en boucherie	2018	Jeunes et nouveaux dans l'entreprise	Sensibiliser/ informer sur la prévention en boucherie – Présentation des principaux risques du métier et moyens de maîtrise	Livret et fichier PDF du livret disponibles à la CFBCT
CFBCT	Formations	Depuis 2013	Employeurs, salariés, apprentis, formateurs de CFA...en fonction du thème de la formation	Accompagner les employeurs dans leurs obligations réglementaires en matière de PRP. Informer / former tous les personnels pour lutter contre les AT / MP (dont les TMS)	Programme des formations disponibles à l'ENSMV
CFBCT	Communications	Depuis 2003	Tous les acteurs du métier	Parutions régulières et fréquentes d'articles sur la santé et la sécurité au travail dans le mensuel professionnel La Boucherie Française	Archives des articles disponibles à la CFBCT
Confédération Nationale des Artisans Pâtisseries, Chocolatiers, Confiseurs, Glaciers, Traiteurs de France	Campagne de prévention bucco-dentaire	2014	Salariés sur le territoire national	Prévention à l'état de santé bucco-dentaire	<a href="http://www.sante-patisserie.fr">www.sante-patisserie.fr</a>
Confédération Nationale des Artisans Pâtisseries, Chocolatiers, Confiseurs, Glaciers, Traiteurs de France	Opération destinée à améliorer la vigilance par la qualité du sommeil	2015 En cours de réalisation	Salariés sur le territoire national		



Organisation Professionnelle	Actions menées / outils réalisés	Année de réalisation	Public visé (salariés, apprentis, personnel de vente, personnel de fabrication...)	Objectifs	Adresse internet pour télécharger ou consulter l'outil
GNI SYNHORCAT	Convention Nationale d'objectifs SYNHORCAT/CNAMTS	2013 - 2017	Chefs d'entreprise Hôtellerie Restauration	Aides financières aux entreprises porteuses d'un projet de travaux améliorant les conditions de travail des salariés	
GNI SYNHORCAT	Convention Nationale d'objectifs SYNHORCAT/CNAMTS	2013 - 2017	Chefs d'entreprise Traiteurs Organisateur de Réception	Aides financières aux entreprises porteuses d'un projet de travaux améliorant les conditions de travail des salariés	<a href="https://www.synhorcat.com/IMG/pdf/cno_d040_modifiee.pdf">https://www.synhorcat.com/IMG/pdf/cno_d040_modifiee.pdf</a>
GNI SYNHORCAT	L'aide Stop essuyage	2016-2017	Chefs d'entreprise CHR	Aide financière pour réduire le nombre de coupures et de troubles musculosquelettiques (TMS) liés à l'essuyage manuel des verres dans le secteur des CHR (cafés, hôtels et restaurants).	<a href="https://www.synhorcat.com/actualites/article/l-aide-stop-essuyage">https://www.synhorcat.com/actualites/article/l-aide-stop-essuyage</a>
GNI SYNHORCAT	OiRA	2014	Professionnels de la restauration	OiRA (Online interactive risk assessment) est une application informatique permettant de réaliser de façon interactive l'évaluation des risques professionnels en ligne, via une connexion internet. Elle permet d'éditer (imprimer ou télécharger) un rapport complet d'évaluation des risques et un plan d'action de prévention.	<a href="http://www.inrs.fr/metiers/oira-outil-tpe.html">http://www.inrs.fr/metiers/oira-outil-tpe.html</a>

Organisation Professionnelle	Actions menées / outils réalisés	Année de réalisation	Public visé (salariés, apprentis, personnel de vente, personnel de fabrication...)	Objectifs	Adresse internet pour télécharger ou consulter l'outil
GNI SYNHORCAT	Plaquette de sensibilisation Santé et Sécurité	2015	Professionnels de la restauration	Sensibiliser les professionnels de la restauration sur les conséquences des accidents de travail et les TMS sur la rentabilité des établissements.	Voir pièce jointe plaquette INRS
GNI SYNHORCAT	4 nouveaux films sur la prévention dans l'hôtellerie	2015	Professionnels de l'Hôtellerie	L'INRS propose 4 nouveaux films courts consacrés à la prévention des risques professionnels dans le secteur de l'hôtellerie. Cette série de films associe fictions et reportages. Elle aborde la question des troubles musculosquelettiques et des risques psychosociaux et permet également de découvrir des exemples concrets de mesures mises en œuvre pour améliorer les conditions de travail des femmes de chambre	<a href="http://www.inrs.fr/actualites/4-nouveaux-films-prevention-hotellerie.html">http://www.inrs.fr/actualites/4-nouveaux-films-prevention-hotellerie.html</a>
Confédération Nationale de la Triperie Française	Livrets pédagogiques pour l'amélioration de la sécurité dans les entreprises de triperie artisanale	2014	Tout public	Améliorer la sécurité dans les entreprises de triperie artisanale	Cet outil n'est pas consultable par internet

Organisation Professionnelle	Actions menées / outils réalisés	Année de réalisation	Public visé (salariés, apprentis, personnel de vente, personnel de fabrication...)	Objectifs	Adresse internet pour télécharger ou consulter l'outil
<b>Confédération Nationale de la Triperie Française</b>	Convention collective	En cours	Les salariés	Participe à la Commission Paritaire et à la Commission Paritaire Nationale pour l'Emploi et la Formation Professionnelle de la convention collective à laquelle sont rattachées ses entreprises adhérentes (Convention Collective Nationale de la Boucherie, Boucherie-Charcuterie, Boucherie Hippophagique, Triperie, Commerce de Volailles et Gibiers). Les décisions issues des négociations participent à la reconnaissance des salariés dans le domaine social.	
<b>Confédération Nationale de la Boulangerie et de la Boulangerie-Pâtisserie Française</b>	Campagne « Outils plus surs »	2006 et ultérieures	Tous les chefs d'entreprise	Eviter l'émission des poussières de farines et, ainsi, limiter les risques professionnels	<a href="http://www.risquesprofessionnels.ameli.fr/fileadmin/user_upload/document_PDF_a_telecharger/chartes_articles_partenariats/Charte%20asthme%20boulangers%20UFFEB.pdf">http://www.risquesprofessionnels.ameli.fr/fileadmin/user_upload/document_PDF_a_telecharger/chartes_articles_partenariats/Charte%20asthme%20boulangers%20UFFEB.pdf</a>

Organisation Professionnelle	Actions menées / outils réalisés	Année de réalisation	Public visé (salariés, apprentis, personnel de vente, personnel de fabrication...)	Objectifs	Adresse internet pour télécharger ou consulter l'outil
<b>Confédération Nationale de la Boulangerie et de la Boulangerie-Pâtisserie Française</b>	Guide pratique à la conception des locaux en Boulangerie-Pâtisserie	déc-11	Tous les professionnels (salariés et non-salariés)	Etude sur la qualité de vie au travail et la prise en compte des risques professionnels afin d'optimiser l'ergonomie au sein de l'entreprise	Nous consulter pour obtenir le document
<b>Confédération Nationale de la Boulangerie et de la Boulangerie-Pâtisserie Française</b>	Concevoir la Boulangerie de demain : Aménagement des locaux et organisation du travail	oct-13	Tous les chefs d'entreprise	Ce guide pratique a pour objectif de proposer aux artisans boulangers et pâtisseries une méthode pour conduire les projets de transformation de leurs locaux	<a href="http://www.anact.fr/portal/pls/portal/docs/1/14270382.PDF">http://www.anact.fr/portal/pls/portal/docs/1/14270382.PDF</a>
<b>Confédération Nationale de la Boulangerie et de la Boulangerie-Pâtisserie Française</b>	1ère opération santé bucco-dentaire	Octobre 2008 à Avril 2009	Tous les salariés de la profession	La campagne de 2008-2009, renouvelée en 2010-2011, une consultation de prévention. + campagne de sensibilisation.	<a href="http://www.boulangerie-sante.com/home/prevention/prevention-bucco-dentaire/salaries.html">http://www.boulangerie-sante.com/home/prevention/prevention-bucco-dentaire/salaries.html</a>

Organisation Professionnelle	Actions menées / outils réalisés	Année de réalisation	Public visé (salariés, apprentis, personnel de vente, personnel de fabrication...)	Objectifs	Adresse internet pour télécharger ou consulter l'outil
Confédération Nationale de la Boulangerie et de la Boulangerie-Pâtisserie Française	2ème opération santé Bucco-dentaire	Novembre 2010 à Novembre 2011	Tous les salariés de la profession		
Confédération Nationale de la Boulangerie et de la Boulangerie-Pâtisserie Française	Campagne de dépistage de l'asthme	Octobre 2012 à Septembre 2013	Tous les salariés de la profession	Sensibilisation et dépistage	<a href="http://www.boulangerie-sante.com/home/prevention/prevention-des-affections-respir/campagne-boulangers.html">http://www.boulangerie-sante.com/home/prevention/prevention-des-affections-respir/campagne-boulangers.html</a>
Confédération Nationale de la Boulangerie et de la Boulangerie-Pâtisserie Française	Formation à l'hygiène bucco-dentaire dans les C.F.A.	Septembre 2012 à septembre 2014	Tous les apprentis	Sensibiliser et dépister	<a href="http://www.boulangerie-sante.com/home/prevention/prevention-bucco-dentaire/apprentis.html">http://www.boulangerie-sante.com/home/prevention/prevention-bucco-dentaire/apprentis.html</a>
Confédération Nationale de la Boulangerie et de la Boulangerie-Pâtisserie Française	Formation à l'hygiène respiratoire dans les C.F.A.	Septembre 2013 à Septembre 2015	Tous les apprentis	Sensibilisation	<a href="http://www.boulangerie-sante.com/home/prevention/prevention-des-affections-respir/campagne-apprentis.html">http://www.boulangerie-sante.com/home/prevention/prevention-des-affections-respir/campagne-apprentis.html</a>

Organisation Professionnelle	Actions menées / outils réalisés	Année de réalisation	Public visé (salariés, apprentis, personnel de vente, personnel de fabrication...)	Objectifs	Adresse internet pour télécharger ou consulter l'outil
Confédération Nationale de la Boulangerie et de la Pâtisserie Française	Programme Coaching Allergies RESpiratoires (CARE)	Janvier 2015 à septembre 2015	Salariés de la profession dépistés dans le cadre de la première campagne (affectés par une rhinite majeure ou un asthme)	Promouvoir la lutte contre les allergies respiratoires professionnelles	<a href="http://www.boulangerie-sante.com/home/prevention/prevention-des-affections-resp-1.html">http://www.boulangerie-sante.com/home/prevention/prevention-des-affections-resp-1.html</a>
Confédération Nationale de la Boulangerie et de la Pâtisserie Française	Programme de dépistage du diabète de type II	Campagne en cours	Tous les salariés	Eviter les problèmes de santé liés au surpoids et à l'obésité	<a href="http://www.boulangerie-sante.com/home/prevention/prevention-des-affections-resp-2.html">http://www.boulangerie-sante.com/home/prevention/prevention-des-affections-resp-2.html</a>
Confédération Nationale de la Boulangerie et de la Pâtisserie Française	Vidéos	À partir de 2008	Tous les salariés	Sensibiliser	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=TXfn9vge8fk">La carie d'Antoine le boulanger :</a> <a href="https://www.youtube.com/watch?v=TXfn9vge8fk">https://www.youtube.com/watch?v=TXfn9vge8fk</a> <a href="https://www.youtube.com/watch?v=FYGgfSjhB9c">L'asthme d'Antoine le boulanger :</a> <a href="https://www.youtube.com/watch?v=FYGgfSjhB9c">https://www.youtube.com/watch?v=FYGgfSjhB9c</a> Vidéo « institutionnelle » de présentation des actions de prévention 2008-2014 : <a href="https://www.youtube.com/watch?v=Yx-Bfwe0mik">https://www.youtube.com/watch?v=Yx-Bfwe0mik</a>

Organisation Professionnelle	Actions menées / outils réalisés	Année de réalisation	Public visé (salariés, apprentis, personnel de vente, personnel de fabrication...)	Objectifs	Adresse internet pour télécharger ou consulter l'outil
<b>Confédération Nationale de la Boulangerie et de la Boulangerie-Pâtisserie Française</b>	15 propositions pour fidéliser les salariés en boulangerie pâtisserie artisanale	2014	Chefs d'entreprise	Guide pour progresser dans la qualité de vie au travail, l'évolution des compétences et les relations dans les métiers de la boulangerie pâtisserie artisanale	<a href="https://www.anact.fr/15-propositions-pour-fideliser-les-salaries-en-boulangerie-patisserie-artisanale">https://www.anact.fr/15-propositions-pour-fideliser-les-salaries-en-boulangerie-patisserie-artisanale</a>
<b>Confédération Nationale de la Boulangerie et de la Boulangerie-Pâtisserie Française</b>	Bilan Produit boulangerie Pâtisserie : BP2	2011	Chefs d'entreprise	Outils pour permettre aux professionnels du secteur d'évaluer les impacts environnementaux de leurs produits	<a href="http://www.boulpat-environnement.com/presentation.php">http://www.boulpat-environnement.com/presentation.php</a>
<b>Confédération Nationale de la Boulangerie et de la Boulangerie-Pâtisserie Française</b>	Je donne à des organismes caritatifs	2014	Chefs d'entreprise	Identifier les règles à respecter pour faire du don	
<b>Confédération Nationale de la Boulangerie et de la Boulangerie-Pâtisserie Française</b>	Management "Spécial recrutement" Les étapes clés	2016	Chefs d'entreprise	Aider les chefs d'entreprise dans le recrutement des personnes	<a href="http://www.inbp.com/IMAGESLIVRE/lmg_tele1/mwy9sx_i_nbp_supplement_technique_106.pdf">http://www.inbp.com/IMAGESLIVRE/lmg_tele1/mwy9sx_i_nbp_supplement_technique_106.pdf</a>

Organisation Professionnelle	Actions menées / outils réalisés	Année de réalisation	Public visé (salariés, apprentis, personnel de vente, personnel de fabrication...)	Objectifs	Adresse internet pour télécharger ou consulter l'outil
<b>Confédération Nationale de la Boulangerie et de la Boulangerie-Pâtisserie Française</b>	15 PROPOSITIONS POUR FIDELISER LES SALARIÉS EN BOULANGERIE-PÂTISSERIE ARTISANALE	2014	Chefs d'entreprise	Aider les chefs d'entreprise à fidéliser ses salariés pour faire face à la pénurie de mains d'œuvre	<a href="http://fr.calameo.com/read/000333701c6f9108c32b8">http://fr.calameo.com/read/000333701c6f9108c32b8</a>
<b>Confédération Nationale des Charcutiers-Traiteurs et Traiteurs</b>	Livret de prévention des risques professionnels en charcuterie	2014	Ensemble des salariés et plus particulièrement apprentis et jeunes salariés	Aider les chefs d'entreprise à faire prendre conscience à leurs salariés des risques présents et des actions nécessaires pour les réduire / sensibiliser les jeunes salariés et apprentis aux risques professionnels	<a href="https://www.ceproc.com/media/uploads/innovation-guides/livret_accueil_risques_professionnels_vd_1.pdf">https://www.ceproc.com/media/uploads/innovation-guides/livret_accueil_risques_professionnels_vd_1.pdf</a>
<b>Confédération Nationale des Charcutiers-Traiteurs et Traiteurs</b>	Plateforme internet Document unique en ligne	2013/2014	Salariés / chefs d'entreprise	Aider les chefs d'entreprise à mettre en place leur document unique grâce à une plateforme dédiée	<a href="http://www.prevention-artisanat.fr">www.prevention-artisanat.fr</a>
<b>Confédération Nationale des Charcutiers-Traiteurs et Traiteurs</b>	Modèle-type de document unique	2014/2015	Salariés / chefs d'entreprise	Aider les chefs d'entreprise à mettre en place leur document unique grâce à un modèle dédié à la profession	<a href="https://www.ceproc.com/media/uploads/innovation-guides/du_laboboutique.pdf">https://www.ceproc.com/media/uploads/innovation-guides/du_laboboutique.pdf</a>



Organisation Professionnelle	Actions menées / outils réalisés	Année de réalisation	Public visé (salariés, apprentis, personnel de vente, personnel de fabrication...)	Objectifs	Adresse internet pour télécharger ou consulter l'outil
<b>Confédération Nationale des Charcutiers-Traiteurs et Traiteurs</b>	Diagnostic pénibilité homologué	2017/2018	Salariés / chefs d'entreprise	Sécuriser les informations diffusées à la CARSAT concernant le compte pénibilité	
<b>Confédération Nationale des Charcutiers-Traiteurs et Traiteurs</b>	Convention Nationale d'Objectifs CNCT/CNAMTS	2013 - 2017	Chefs d'entreprise	Permettre aux entreprises accueillant des jeunes de moins de 25 ans de bénéficier d'un soutien financier si elles s'inscrivent dans un programme de prévention des risques, en concluant un contrat de prévention avec la CARSAT.	
<b>Confédération Nationale des Charcutiers-Traiteurs et Traiteurs</b>	Lancement d'une campagne de prévention sur les TMS Enquête sur les TMS en charcuterie	2014	Salariés et chefs d'entreprise	Identifier les problématiques propres à la profession de charcuterie traiteur concernant les TMS	
<b>Confédération Nationale des Charcutiers-Traiteurs et Traiteurs</b>	Campagne de prévention sur les TMS (suite) Réalisation d'une brochure d'information et d'une vidéo Mise en place d'actions de formation	2015 En cours	Apprentis, salariés et chefs d'entreprise	Sensibiliser les professionnels charcutiers traiteur aux TMS pour prévenir les risques (identification du risque / préconisations) Les actions de sensibilisation concerneront les entreprises et les CFA	

Organisation Professionnelle	Actions menées / outils réalisés	Année de réalisation	Public visé (salariés, apprentis, personnel de vente, personnel de fabrication...)	Objectifs	Adresse internet pour télécharger ou consulter l'outil
Confédération Nationale des Charcutiers-Traiteurs et Traiteurs	Charte d'engagement sur le développement durable	2015	Tout le monde + clients	Charte pour montrer l'engagement des professionnels du secteur sur les différents aspects du développement durable	<a href="#">CNCT</a>
Confédération Nationale des Charcutiers-Traiteurs et Traiteurs	Outils Ressources Humaines (fiches de poste, de métiers, livret d'intégration)	2015	Salariés / chefs d'entreprise	Accompagner les entreprises pour être en mesure d'assurer une gestion performante de leurs ressources humaines	
Fédération des fromagers de France	Diagnostic + fiches thématiques	En cours	Chefs d'entreprise	Identifier les démarches développement durable de la profession et proposer des fiches thématiques	
CNPEF	Document unique d'évaluation des risques professionnels	2014	Chefs d'entreprise	Proposer un outil permettant la mise en place du document unique et de l'évaluation des risques professionnels	
CNPEF	Réflexion sur le compte personnel de prévention de la pénibilité	En cours	Chefs d'entreprise	Outil en cours d'élaboration	
CNPEF	Charte des Poissonniers Engagés pour la valorisation et la préservation de la ressource halieutique	2015	Chefs d'entreprise	Promouvoir les produits de la mer respectueuse des ressources disponibles	

## Conditions de travail et protection sociale

Guide proposé par l'INBP pour fidéliser les salariés dans le secteur de la boulangerie-pâtisserie :

- 👉 <http://www.inbpinnov.com/catalogue/guides-techniques/3445-guide-15-propositions-pour-fideliser-les-salaries-en-boulangerie-patisserie-artisanale.html>

## Santé et sécurité au travail

Un outil en ligne pour aider les artisans **pâtisseries, chocolatiers, poissonniers, boulangers et charcutiers-traiteurs** à mettre en place une démarche de prévention des risques professionnels :

- 👉 <http://www.prevention-artisanat.fr/>

Des outils proposés par l'INRS pour aider les entreprises dans leur démarche de prévention des risques professionnels :

- 👉 [https://client.oiraproject.eu/fr/@\\_@login?came\\_from=https%3A%2F%2Fclient.oiraproject.eu%2Ffr%3Fset\\_language%3Dfr](https://client.oiraproject.eu/fr/@_@login?came_from=https%3A%2F%2Fclient.oiraproject.eu%2Ffr%3Fset_language%3Dfr)
- 👉 <http://boulangerie-patisserie-mavimplant.inrs.fr/#UserProject>
- 👉 <http://restauration-mavimplant.inrs.fr/>

Une vidéo chez un boulanger-pâtissier par l'ARACT Ile de France :

- 👉 <http://www.aractidf.org/management-de-la-prevention/p%C3%A9nibilit%C3%A9-travail>

Des exemples d'engagement de bonnes pratiques :

- 👉 <https://e-rse.net/responsabilite/sociale/conditions-travail/securite-accidents/#gs.xRhHA8I>

## Développement du capital humain

Novéquilibrés propose via le site « la qualité de vie au travail » différentes solutions, guides et témoignages pour améliorer la qualité de vie au travail :

- 👉 <http://laqvt.fr/>

L'ARACT Ile-de-France a édité un guide en 10 questions/réponses pour encourager les entreprises à s'engager dans une démarche d'amélioration de la qualité de vie au travail :

- 👉 <http://www.aractidf.org/qualite-de-vie-au-travail/ressources/10-questions-sur-la-qvt-par-lanact>

# Annexe 4 : ENVIRONNEMENT

---

## Démarches éco-responsables :

👉 <http://www.ecoresponsabilite.ademe.fr/home>

Accompagnement par l'ADEME des entreprises souhaitant entrer dans une **démarche d'amélioration continue de l'environnement** :

👉 <https://ile-de-france.ademe.fr/notre-offre/entreprises-et-monde-agricole/presentation-de-loffre>

Des solutions respectueuses de l'environnement :

👉 <http://bonnes-pratiques-idf.ademe.fr/>

Les « Acteurs du Paris durable », groupement qui favorise des initiatives respectueuses de l'environnement :

👉 <http://acteursduparisdurable.fr/>

Un guide de la Mairie de Paris pour accompagner les entreprises qui souhaitent s'engager vers une amélioration de l'impact environnemental de leur activité :

👉 <http://guideecopme.paris.fr/index.html>

Des fiches pratiques réalisées par les Chambres de Métiers et de l'Artisanat d'Île-de-France pour sensibiliser les entreprises aux écogestes :

👉 <http://www.crma-idf.com/fr/appui-aux-entreprises/vers-une-demarche-de-developpement-durable/developpement-durable.html>

Le GNI – Synhorcat a édité un guide en 2017 sur le développement durable :

👉 <https://www.synhorcat.com/>

L'UMIH a édité respectivement en 2015 et en 2016 deux guides de lutte contre le gaspillage pour la restauration et pour l'hôtellerie :

👉 <http://www.umih.fr/fr/Salle-de-presse/ressources/index.html>

## L'eau

### Economiser l'eau

Des bonnes pratiques d'économie d'eau :

👉 <http://www.jeconomiseleau.org/index.php/fr/particuliers>

## Limitier l'impact de ses rejets en eaux usées

Installation d'un bac à graisse :

- 👉 <http://www.entreprises.cci-paris-idf.fr/web/environnement/eau/gerer-eau-metier/bac-graisses-restaurants-traiteurs>

Les différents logos environnementaux présentés par l'ADEME :

- 👉 <https://www.ademe.fr/sites/default/files/assets/documents/guide-pratique-logos-environnementaux-sur-les-produits.pdf>
- 👉 <https://www.ademe.fr/sites/default/files/assets/documents/memo-logos-environnementaux.pdf>

## L'énergie, l'air et le climat

### L'énergie

Des solutions d'économie d'énergie présentées par la Mairie de Paris :

- 👉 <http://paris-commerce-energie.paris.fr/>

« Guide Topten » pour trouver des modèles d'appareils pour le froid moins énergivores :

- 👉 [http://www.guidetopten.fr/topten\\_pro/froid-commercial-et-professionnel.html](http://www.guidetopten.fr/topten_pro/froid-commercial-et-professionnel.html)

Un accompagnement par METRO pour proposer à ses clients de les accompagner afin de réduire leurs consommations énergétiques et de bénéficier dans certains cas d'une prime pour financer une partie des travaux :

- 👉 <https://www.programme-prime-energie-metro.fr/>

### Véhicule et logistique

Différentes aides financières pour faciliter l'acquisition de véhicules plus propres :

- 👉 <http://www.developpement-durable.gouv.fr/toutes-aides-en-faveur-mobilite-electrique>
- 👉 [https://www.paris.fr/stoppollution#les-aides-pour-les-professionnels\\_3\\_](https://www.paris.fr/stoppollution#les-aides-pour-les-professionnels_3_)
- 👉 [https://www.iledefrance.fr/fil-presidence/region-renforce-son-arsenal-lutte-contre-pollution-air \)](https://www.iledefrance.fr/fil-presidence/region-renforce-son-arsenal-lutte-contre-pollution-air)

Les résultats de l'étude menée par la CGAD en 2015 sur la logistique des entreprises alimentaires de proximité franciliennes :

- 👉 <http://www.ademe.fr/analyse-parc-moyens-transport-utilises-professionnels-dile-france-metiers-lalimentation>

## Biodiversité

L'association "Bon pour le climat" pour des actions concrètes et positives modifiant les pratiques alimentaires afin de préserver la planète et son climat :

👉 <http://www.bonpourleclimat.org/>

La filière CRC pour produire des céréales dans le respect des engagements du développement durable :

👉 <http://lebledenoscampagnes.fr/>

L'association Raspailou, une des premières marques bio régionales utilisant et valorisant des produits bio et locaux de la filière céréalière :

👉 <http://raspaillou.fr/>

Partenariat de l'UMIH avec le programme Mr Goodfish afin de promouvoir une consommation durable des produits de la mer :

👉 <http://www.umih.fr/fr/Salle-de-presse/press-review/Le-programme-Mr.Goodfish-et-IUMIH-signent-une-convention-de-partenariat-pour-quil-y-ait-toujours-du-poisson-demain->

Partenariat du GNI SYNHORCAT avec Ethic Océan pour promouvoir la pêche durable.

👉 <https://www.ethic-ocean.org/>

Métro propose à ses clients de mettre à leur carte des recettes responsables :

👉 <https://www.metro.fr/services/mon-etablissement-engage-responsable>

## Déchets

### Tri, recyclage et valorisation

Guides de Bonnes Pratiques sur la gestion des biodéchets :

👉 <http://www.gecofoodservice.com/informations/developpement-durable/guide-de-bonnes-pratiques-de-gestion-des-biodechets-en-restauration.html>

👉 <http://www.ordif.com/sites/ordif/files/document/article/bin2grid.pdf>

👉 [Rapport de l'opération pilote de tri, collecte et valorisation des biodéchets dans la restauration auprès de 80 professionnels :  
http://www.ademe.fr/sites/default/files/assets/documents/tri-biodechets-generalisation-201505-rapport\\_final.pdf](http://www.ademe.fr/sites/default/files/assets/documents/tri-biodechets-generalisation-201505-rapport_final.pdf)

## Les sacs en plastique

Affiche créée par la CGAD pour sensibiliser la clientèle sur l'interdiction de certains sacs plastiques :

👉 <http://www.lesmetiersdugout.fr/html/Reponses-A-Vos-Questions/Fiche-850>

## La lutte contre le gaspillage alimentaire

Brochures rédigées par la CGAD :

👉 <http://www.lesmetiersdugout.fr/html/Reponses-A-Vos-Questions/Hygiene-Qualite-Consomation/Fiche-856/Lutter-contre-les-pertes-et-les-gaspillages-de-denrees-alimentaires>

Livrets réalisés par la CFBCT :

👉 [http://www.boucherie-france.org/documents\\_gaspillage\\_livretclients\\_2016.pdf](http://www.boucherie-france.org/documents_gaspillage_livretclients_2016.pdf)

# Annexe 5 : La loyauté des pratiques

---

## Concurrence loyale

Informations sur les signes officiels de la qualité et de l'origine par l'Institut national de l'origine et de la qualité (INAO) :

 <http://www.inao.gouv.fr/Les-signes-officiels-de-la-qualite-et-de-l-origine-SIQO>


Règles d'étiquetage par la DGCCRF pour les denrées alimentaires :

 <https://www.economie.gouv.fr/dgccrf/etiquetage-des-denrees-alimentaires-nouvelles-regles-europeennes>

Codes des usages :

 <http://www.code-des-usages-charcuterie.fr/>

 <http://fr.calameo.com/read/000333701bd5aadbb5a08>

 [https://www.google.fr/search?q=code+des+usages+glaces&ie=utf-8&oe=utf-8&client=firefox-b&qfe\\_rd=cr&ei=w4OEWdyeJ9jEaKu4qMAC](https://www.google.fr/search?q=code+des+usages+glaces&ie=utf-8&oe=utf-8&client=firefox-b&qfe_rd=cr&ei=w4OEWdyeJ9jEaKu4qMAC)

## Promotion de la RSE dans la chaîne de valeur

 <http://www.chocolatiers.fr/economie-inclusive/>



# Annexe 6 : Les questions relatives aux consommateurs

---

## Loyauté de commercialisation, d'information et de contrats

Recommandations sur les règles éthiques applicables en France en matière de communication :

👉 <http://www.arpp.org/nous-consulter/regles/regles-de-deontologie/>

Mentions obligatoires à indiquer dans les conditions générales de vente :

👉 <https://www.economie.gouv.fr/dgccrf/Publications/Vie-pratique/Fiches-pratiques/Conditions-generales-de-vente>

Mentions obligatoires à indiquer dans les conditions générales de vente :

👉 <https://www.economie.gouv.fr/dgccrf/Publications/Vie-pratique/Fiches-pratiques/E-commerce-regles-applicables-au-commerce-electronique>

## Protection de la santé et de la sécurité des consommateurs

Les accords collectifs du Programme national pour l'alimentation (PNA) pour une amélioration de la composition nutritionnelle de l'offre alimentaire :

👉 <http://agriculture.gouv.fr/alimentation/accords-collectifs-pour-lamelioration-de-loffre-alimentaire>

Informations pour une utilisation responsable des colorants, édulcorants et additifs alimentaires :

👉 <https://www.economie.gouv.fr/particuliers/colorants-edulcorants-additifs-alimentaires>

Nutri Info un logiciel destiné aux artisans du sucré pour faire évoluer leurs recettes et éditer des informations notamment nutritionnelles sur leurs fabrications :

👉 <http://nutri-info.ctmp.org/>

## Consommation durable

Bonnes pratiques en matière de consommation responsable :

👉 <https://e-rse.net/definitions/consommation-responsable-definition-enjeux/#gs.F9AONPE>

👉 <https://www.ecologique-solidaire.gouv.fr/hotels-sengagent-dans-laffichage-environnemental>

👉 <http://www.ecotourisme.info/> et <http://www.ecotourismepaca.fr/notre-demarche/>

👉 <https://pro.parisinfo.com/developpez-votre-activite/tourisme-durable>

👉 <http://www.biocoop.fr/Biocoop/Histoire-et-valeurs/ethique-et-charte>

## Résolution des réclamations et litiges pour les consommateurs


Médiateur proposé par la CGAD :

 <http://www.medicys.fr/>

## Protection des données et de la vie privée des consommateurs

Obligations en matière de protection des données personnelles :

 <https://www.service-public.fr/professionnels-entreprises/vosdroits/F24270>

 <https://www.cnil.fr/fr/la-cnil-et-bpifrance-sassocient-pour-accompagner-les-tpe-et-pme-dans-leur-appropriation-du-reglement>

# Annexe 7 : La communauté et le développement local

---

## Implication auprès des communautés

### Projets solidaires :

- 👉 <http://www.boulangerie.org/partenariats/operation-pieces-jaunes>
- 👉 <https://fr-fr.facebook.com/baguetteenattenteparisienne/>
- 👉 <https://ekip.com/fonds-de-dotation-ekip/>

### Projet local – Marque Région Ile-de-France :

- 👉 <http://www.mangeonslocal-en-idf.com/>

## Education et promotion des métiers

La mise en avant de jeunes dans les métiers de l'alimentation de proximité par la CGAD :

- 👉 <http://www.les-rabelais-des-jeunes-talents.fr/>
- 👉 <https://www.youtube.com/channel/UC3yMBFeoZ6sbJILUt1sPzZw>
- 👉 <http://jedeviensboucher.com/>

La mise en avant des métiers par les Organisations Professionnelles de la CGAD :

- 👉 <http://fetedupain.com/>
- 👉 <https://fr-fr.facebook.com/Les-bouchers-bouchers-charcutiers-de-France-740238859427667/>
- 👉 <http://www.la-viande.fr/made-in-viande>
- 👉 <http://www.monprimeur.com/>
- 👉 <https://www.economie.gouv.fr/fete-gastronomie/accueil>

## Développement des technologies et accès à la technologie

Les professionnels des métiers de l'alimentation disposent de quatre Pôles d'Innovation pour l'Artisanat :

- 👉 <http://www.entreprises.gouv.fr/secteurs-professionnels/poles-d-innovation-pour-artisanat>
- 👉 <http://www.ctmp.org/>
- 👉 [http://www.boucherie-france.org/ardat\\_accueil](http://www.boucherie-france.org/ardat_accueil)
- 👉 <https://www.ceproc.com/fr/innovation/>
- 👉 <http://www.inbpinnov.com/edito/>

## Annexe 8 : Des entreprises engagées

**LA RECOLTE**

<http://www.la-recolte.net/>

18 boulevard des Batignolles

75017 Paris

Mathieu MULLIEZ

« La Récolte est aujourd'hui un nouveau concept de magasin de produits frais, de saison et en direct de producteurs qui cultivent à minima en bio. La mission de cette entreprise est de faciliter au quotidien à ses clients une alimentation à partir de ces produits frais et de saison. Le concept intègre une cuisine ouverte pour proposer des plats cuisinés et un service traiteur à partir des produits du magasin ».



**LES DEUX GOURMANDS**  
Terroirs d'Île-de-France

<https://www.lesdeuxgourmands.fr/>

Ferme Neuve RD 307, 78121 Crespières

01.30.57.07.73

[contact@lesdeuxgourmands.fr](mailto:contact@lesdeuxgourmands.fr)

Louis BATAILLE et Guillaume CAFFIN

« Louis et Guillaume, les deux fondateurs, veulent faire redécouvrir les richesses de leurs terroirs à travers leurs produits aux saveurs d'exception. Ce projet résulte d'un constat simple : l'Île-de-France regorge de terroirs de grande qualité pourtant parfois oubliés ou méconnus.

En plus de cela, nous croyons profondément au respect de la nature et de nos terroirs. C'est pourquoi nous allons chercher nos ingrédients auprès de producteurs locaux et engagés dans une démarche durable.

Les Deux Gourmands est aussi l'histoire d'une équipe forte et soudée. Notre volonté est de rassembler des savoir-faire complémentaires, l'expertise des uns associée à celle des autres faisant la force de notre groupe. »



<http://www.farinez-vous.com>

### **Boulangerie artisanale et solidaire**

19 rue du Château des Rentiers  
75013 Paris  
7h30-19h

9 bis rue Villiot  
75012 Paris  
7h30-18h30  
Domitille FLICHY

« Pourquoi ne pas imaginer une boulangerie qui proposerait **une autre manière de consommer**, attentive aux conséquences sociales et écologiques de ses activités... en faire un lieu convivial, alliant qualité et innovation.

Farinez' vous a pour objectif de démontrer qu'une boulangerie, commerce de proximité par excellence, peut aussi être **un lieu propice à la solidarité et au développement durable.** »



<http://www.on-mobileburger.fr/>

Retrouver ces emplacements :

<http://www.on-mobileburger.fr/#on-est-ou>

Olivier LIGNON

### **« Nos ingrédients sont frais... meilleurs et plus sains !**

La viande est hachée sur place par nos soins juste avant le service et nous découpons nos pommes de terre pour vous proposer de vraies frites maisons. Notre salade au poulet fermier est préparée minute.

### **Tous nos produits sont faits maison**

Nous fabriquons même nos buns et nos pâtisseries ! Parce qu'il n'y a rien de meilleur qu'un gâteau qui sort du four et mangé dans la journée.

### **Notre approvisionnement est d'origine française avec une sélection de produits bio**

Du bio, oui mais pas au détriment de la qualité gustative ! Nous privilégions avant tout le goût, mais n'oublions pas la santé avec moins de conservateurs, un

approvisionnement local, une farine, des yaourts, des fruits et légumes bio. Nous sommes labélisés par le CERVIA dans le cadre du programme "Mangeons local en Ile de France".

### **Nous respectons les normes d'hygiène de la restauration**

Nous ne transigeons pas plus sur l'hygiène que sur la qualité de nos produits. Ça tourne même parfois à l'obsession que ce soit dans le camion ou dans notre laboratoire de cuisine ! Nous sommes également titulaires de la charte de qualité délivrée par la Chambre de Métiers et de l'Artisanat.

Nous savons d'où viennent nos produits et connaissons tous nos fournisseurs. Ils sont engagés dans la même démarche de qualité que nous.

Notre viande est sélectionnée et travaillée à Cassagnes-Bégonhès dans l'Aveyron par Thierry et Frédéric. Elle est issue de vaches de races Aubrac qui est gage de son origine 100% française et de sa qualité.

Pour nos buns et pâtes, la farine bio provient du moulin des Gauthiers en Seine-et-Marne. Le blé y est transformé grâce au savoir-faire de Gilles, dernier artisan meunier de la région. Il est la quatrième génération de meunier et sélectionne ses grains auprès d'agriculteurs qu'il connaît situés dans un rayon de 20 km autour du moulin.

Nos yaourts bios sont préparés par Geoffroy qui possède un petit élevage de vaches jersiaises dans une exploitation à taille humaine en Seine-et-Marne. Cette race laitière est réputée pour donner un lait de grande qualité qui confère aux yaourts un goût et une texture remarquable. Geoffroy a la certification AB. Il nous livre nos yaourts toutes les semaines et fournit également quelques amap. ».



<http://www.epidupin.com/>

11 rue Dupin

75006 Paris

François PASTEAU

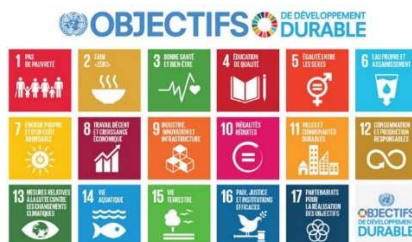
« Depuis 1995, François Pasteau et son équipe s'attachent à vous servir une cuisine soucieuse de l'environnement. En vous proposant :

- Des produits locaux et de saisons : [www.bonpourleclimat.org](http://www.bonpourleclimat.org)
- Des poissons issus de la pêche durable : [www.seaweb-europe.org](http://www.seaweb-europe.org)
- Des eaux du réseau micro filtrées : [www.castalie.com](http://www.castalie.com)

### **A travers des gestes écocitoyens :**

- Tri des biodéchets : [www.moulinot.fr](http://www.moulinot.fr)
- Récupérations des huiles »

# Annexe 9 : Feuille de route de l'ONU



## **1 Pas de pauvreté**

Ex. : participation à des projets solidaires, achat au juste prix

## **2 Faim « zéro »**

Ex. : dons alimentaires

## **3 Bonne santé et bien-être**

Ex. : lutte contre la pollution de l'air (véhicules « propres »), amélioration de la qualité nutritionnelle des aliments, sécurité routière, mutuelle

## **4 Education de qualité**

Ex. : apprentissage, formation continue, insertion professionnelle

## **5 Egalité entre les sexes**

Ex. : lutte contre la discrimination, égalité homme/femme (rémunération, ...)

## **6 Eau propre et assainissement**

Ex. : économie d'eau et installation de système de prétraitement des eaux usées (ex. : bac à graisse)

## **7 Energie propre et d'un coût abordable**

Ex. : économie d'énergie et recours à des énergies renouvelables

## **8 Travail décent et croissance économique**

Ex. : apprentissage, insertion professionnelle, Qualité de vie au travail (QVT)

## **9 Industrie, innovation et infrastructure**

Ex. : rôle des pôles d'innovation ([ARDAtmv](#), [Ceproc](#), [CTMP](#), [INBP](#))

## **10 Inégalités réduites**

Ex. : emploi de personnes en réinsertion

## **11 Villes et communautés durables**

Ex. : participation à des projets locaux durables

## **12 Consommation et production durables**

Ex. : approvisionnement en aliments produits durablement (bio, ...), lutte contre le gaspillage alimentaire, limitation des impacts environnementaux

## **13 Mesures relatives à la lutte contre les changements climatiques**

Ex. : logistique « propre » (véhicule électrique, ...)

## **14 Vie aquatique**

Ex. : approvisionnement en produits de la pêche durable, interdiction de certains sacs en plastique

## **15 Vie terrestre**

Ex. : approvisionnement en aliments produits durablement, actions de préservation de la biodiversité locale

## **16 Paix, justice et institutions efficaces**

Ex. : choix des approvisionnements dans les pays en voie de développement en fonction des conditions de travail (absence du travail des enfants, ...)

## **17 Partenariats pour la réalisation des objectifs**

Ex. : travail avec les ONG ou associations locales, travail de coopération Nord-Sud (apport de compétences, commerce équitable, ...)