

2023

Le Fricoteur

WATTELED Malvina

[RAPPORT ENTREPREUNARIAT]

Création d'un projet solidaire

Table des matières

- I. Présentation du créateur
- II. Le contexte
- III. Les bénéfiques du projet
 - a. Réduction du gaspillage alimentaire
 - b. Lutte contre la précarité étudiante
 - c. Favoriser le lien social
- IV. CANVAS
- V. Présentation de mon projet
 - a. La cantine connectée solidaire
 - b. Comment ça fonctionne ?
 - c. Le brand book
 - d. La stratégie de communication
 - e. L'étude de marché
 - f. Le chiffre d'affaire prévisionnel
- VI. Les statuts
 - a. Le statut juridique
 - b. Le statut fiscal
 - c. La réglementation
 - d. Les normes d'hygiènes alimentaires
 - e. La Règlement général sur la protection des données
- VII. Les chiffres clés du projet
 - a. Plan de financement initial
 - b. Compte de résultat
 - c. Les ressources
- VIII. Les perspectives d'avenir
 - a. L'avenir du créateur au sein du projet
 - b. Les projets futurs pour « Le Fricoteur »
 - c. Les défis à relever pour la pérennité du projet
- IX. Conclusion
- X. Remerciements
- XI. Annexes
- XII. Glossaire : Abréviations
- XIII. Sources : Bibliographie selon APA

I. Présentation du créateur :

Je m'appelle Malvina WATTEBLED, je suis née le 11 février 1986 à Soisy sous Montmorency dans le 95. J'ai vécu à Guyancourt une ville située près de Versailles entourée de mon frère et mes 3 sœurs mais l'envie d'indépendance me pousse à l'âge de 17 ans à partir faire mon BTS « *Négociation Relation Client* » à Royan.

L'indépendance c'est bien mais c'est cher, j'ai ainsi dû travailler en parallèle de mes études, pour payer mon loyer, ma nourriture, mes loisirs... Ce sera pour moi Mc Do, venez comme vous êtes disait-il ! C'est ce que j'ai fait pendant 3 ans. À cette époque, c'était déjà difficile de subvenir à mes besoins en étant étudiante, mais je constate aujourd'hui que cela est plus difficile car à part les salaires, tout a augmenté.

À l'obtention de mon BTS, je suis entrée dans la vie active, d'abord chez VINCI puis chez AXA. C'est seulement en 2017 que j'intègre GROUPAMA, une entreprise aux fortes valeurs mutualistes.

En 2022, une perspective d'évolution, m'oriente vers une reprise d'étude. J'intègre ainsi la licence « *Entreprenariat Management de Projet* » tout en intégrant un nouveau poste de « *responsable d'équipe sur le marché des particuliers* » au sein de GROUPAMA. Cette année a été un vrai défi, j'ai dû faire mes preuves au sein d'une nouvelle direction et obtenir ma licence tout en conciliant avec ma vie de maman.

Je suis une femme dynamique, créative et empathique. Les épreuves de la vie ont fait de moi, une personne engagée dans de nombreuses associations, comme la maison du don, Emmaüs, les Resto du cœur... Aujourd'hui je suis fière de partager cet engagement avec mes enfants. Alors lorsque j'ai dû choisir de réaliser un projet d'entreprenariat, c'est naturellement que j'ai choisi de réaliser un projet solidaire pour les étudiants.

« La solidarité, c'est aider chacun à porter le poids de la vie et à la rendre plus facile. »

Henri-Frédéric Amiel écrivain-philosophe Suisse

II. Le contexte

Connaissez-vous la définition de gaspillage alimentaire¹ ?

« Toute nourriture destinée à la consommation humaine qui, à un endroit de la chaîne alimentaire est perdue, jetée ou dégradée »



Mon constat :

Le gaspillage alimentaire est un problème majeur à l'échelle mondiale et on a tous un rôle à jouer en tant que consommateur, pour le meilleur et pour le pire! Que ce soit à la maison, au restaurant ou à l'épicerie, les mauvaises habitudes qui engendrent du gaspillage alimentaire sont nombreuses et bien souvent inconscientes.

Le saviez-vous?

En 2022, la restauration collective² représente 8% du gaspillage alimentaire total en France. Paradoxalement, 56% des étudiants avouent ne pas manger à leur faim³.

Vous me direz pourquoi ce rapprochement entre les deux constats.

Eh bien, ce rapprochement fait naître mon projet. Installer sur le campus universitaire de Niort une "cantine connectée solidaire". En intégrant les denrées non consommées du restaurant universitaire (*le Crous*) dans la "cantine connectée solidaire". Pour permettre aux étudiants de se nourrir sainement et à moindre coût tout en réduisant le gaspillage alimentaire.

Qu'à cela ne tienne... Changeons nos habitudes ensemble main dans la main !

III. Les bénéfices du projet

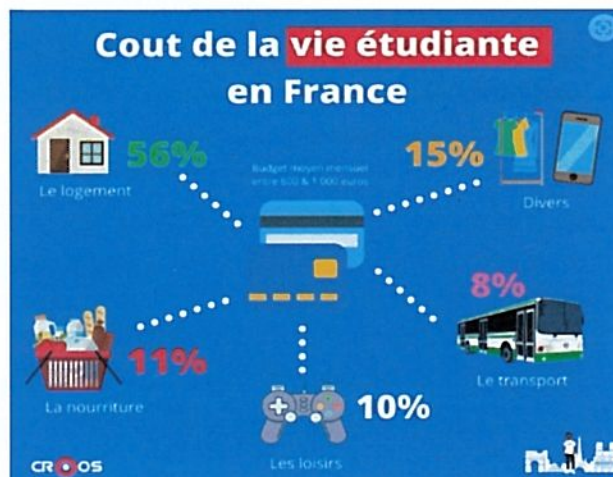
a. La réduction du gaspillage alimentaire :

Mon projet a pour but de réduire le gaspillage alimentaire et permettre aux étudiants de se nourrir sainement. La cantine connectée solidaire réduit le gaspillage alimentaire :

- ↳ En permettant au restaurant collectif (Le CROUS) de donner des aliments encore consommables au lieu de les jeter à la poubelle.
- ↳ En offrant aux personnes en situation de précarité un accès à des aliments frais et sains.
- ↳ En sensibilisant la communauté à la question du gaspillage alimentaire et en encourageant les initiatives locales pour y remédier.
- ↳ En contribuant à la réduction des émissions de gaz à effet de serre en évitant la production de déchets alimentaires qui génèrent du méthane lorsqu'ils se décomposent dans les décharges.
- ↳ En créant un réseau de solidarité

b. La lutte contre la précarité étudiante :

4



Source : [Cout de la vie étudiante en France : quelles charges ? ... \(croos.fr\)](#)

En 2022, la précarité étudiante en France reste un problème important. La crise économique mondiale a eu un impact significatif sur l'emploi, ce qui a rendu difficile pour les étudiants de trouver des emplois à temps partiel pour compléter leurs revenus. De plus, le coût de la vie continue d'augmenter, notamment le loyer et les frais de scolarité, ce qui rend l'accès à l'enseignement supérieur difficile pour certaines personnes.

Les gouvernements successifs ont mis en place des mesures pour aider les étudiants précaires, mais beaucoup considèrent que ces mesures ne sont pas suffisantes.



+15,65% C'est l'augmentation moyenne des prix sur les 10 produits les plus consommés par les étudiants.

635€ c'est le revenu moyen d'un étudiant

170€ c'est le montant mensuel qu'un étudiant accorde à son alimentation

Selon une enquête réalisée par l'Observatoire de la Vie Étudiante en 2022, environ 30% des étudiants français ont des difficultés financières pour boucler leur budget mensuel. De plus, près de 50% des étudiants ont un travail en parallèle de leurs études, mais cela ne suffit souvent pas pour couvrir les frais de loyer, de nourriture et de transport. Le taux de pauvreté chez les étudiants est également en augmentation, avec environ 20% des étudiants vivant sous le seuil de pauvreté.

Le seuil de pauvreté: au seuil de 60 % du niveau de vie médian, sont considérées comme pauvres les personnes ayant un niveau de vie inférieur à 1 102 euros par mois. (en annexe 1)

c. Favoriser le lien social :

Un frigo solidaire peut créer du lien social de plusieurs manières. Tout d'abord, il peut rassembler des personnes de différentes origines et cultures autour d'un intérêt commun : la lutte contre le gaspillage alimentaire et la solidarité avec les personnes dans le besoin. Cela peut encourager les gens à se parler et à échanger des idées, créant ainsi un sentiment de communauté et de camaraderie.

De plus, les utilisateurs du frigo solidaire peuvent se rencontrer régulièrement en allant chercher un plat, ce qui peut faciliter la création de liens plus forts entre les membres de la communauté. Les interactions régulières entre les utilisateurs du frigo solidaire peuvent également encourager la création de nouveaux projets ou initiatives communautaires.

Enfin, le frigo solidaire peut également servir de point de rencontre pour les personnes souhaitant s'engager bénévolement dans d'autres projets ou initiatives sociales, renforçant ainsi les liens sociaux dans la communauté.

IV. CANVAS

1. **Problème à résoudre** : Les étudiants peuvent avoir des difficultés à se nourrir correctement et à moindre coût, ce qui peut impacter leur santé et leur bien-être. Un manque de concentration peut en découler.
2. **Proposition de valeur** : Installer un frigo solidaire à l'IUT qui permettra aux étudiants de prendre des plats équilibrés, adaptés à leur besoin journalier⁴ (*Idéalement un jeune adulte a besoin de 100 à 150 g de protéines, de légumes (200 g) et de féculents (50 à 100 g cuits), d'un laitage et d'un fruit*).
3. **Segments de clientèle** : Les étudiants de l'IUT qui ont besoin d'aide pour se nourrir correctement.
4. **Ressources clés** : Un emplacement adapté à la mobilité réduite, un distributeur frigorifique, des bénévoles pour gérer le frigo et le collectif de nourriture.
5. **Activités clés** : Trouver un emplacement pour le frigo, acheter et faire installer la « cantine connectée solidaire », constituer une association, collecter et trier les aliments.
6. **Partenaires clés** : La direction de la fac, des associations étudiantes, Le CROUS, l'association.
7. **Coûts principaux** : Le coût du distributeur, les coûts d'installation, les coûts de maintenance, les coûts de marketing pour promouvoir le frigo solidaire.
8. **Sources de revenus** : Les mécénats, les ventes des plats, les donations, les subventions locales, régionales et départementales.

Les 4 principes fédérateurs forts de ce projet:

- ↪ La solidarité
- ↪ La non-discrimination et la mixité
- ↪ L'accès à une alimentation de qualité, variée et saine
- ↪ L'implication et le « pouvoir d'agir »

V. Présentation de mon projet

Au commencement de ce projet, mes amis et moi avons brainstormé afin de trouver un nom percutant à celui-ci. À l'aide de post-it nous avons couché plusieurs mots sur le papier et nous avons fini par trouver : « Le Fricoteur ».

a) La cantine connectée solidaire

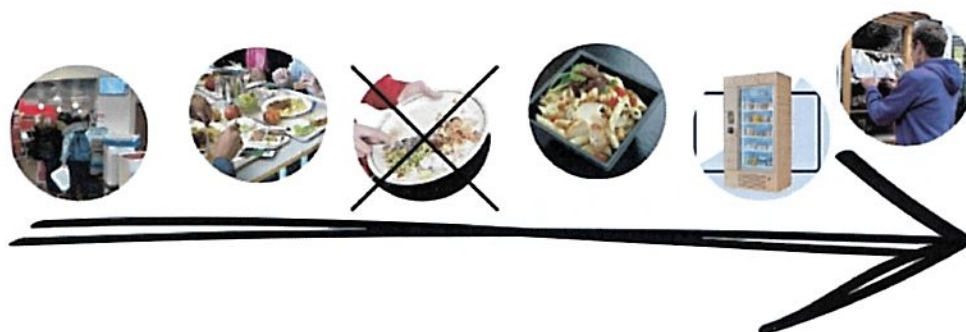


Le fricoteur : Il s'agit d'une cantine connectée solidaire (*frigo solidaire*)

À l'origine le mot fricoter signifiait : Faire cuire, préparer un repas : Fricoter de bons petits plats. Puis avec les années le mot dévie en Manigancer secrètement une affaire : Qu'est-ce qu'il fricote encore dans son coin? Et aujourd'hui, c'est devenu ce

b) Comment ça fonctionne ?

➤ Le processus d'approvisionnement :



L'objectif est de récupérer les denrées alimentaires non consommés au CROUS, de mettre sous vide la portion correspondant à l'apport journalier nécessaire à l'étudiant, de la déposer sur une étagère du frigo et de programmer l'interface avec le nombre de repas disponible. L'étudiant pourra ainsi se servir en dehors des heures d'ouverture du restaurant universitaire (RU) car le but n'est pas de réduire la fréquentation du RU.

9

➤ L'utilisation :



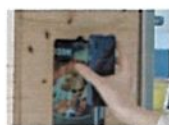
Il faut télécharger l'application "Le fricoteur"

- Enregistrez les données personnelles (nom, prénom, âge, choix de l'établissement...)
- Entrez vos données bancaires ou associez mon compte IZLY



Générer sur l'application le QR code à usage unique

- Un QR code par jour sera délivré pour obtenir votre repas



Scannez et le frigo s'ouvre :

- Les étagères sont équipées d'une « balance ». Elles détectent le poids et la quantité présente, permettant ainsi de savoir combien de repas ont été prélevés



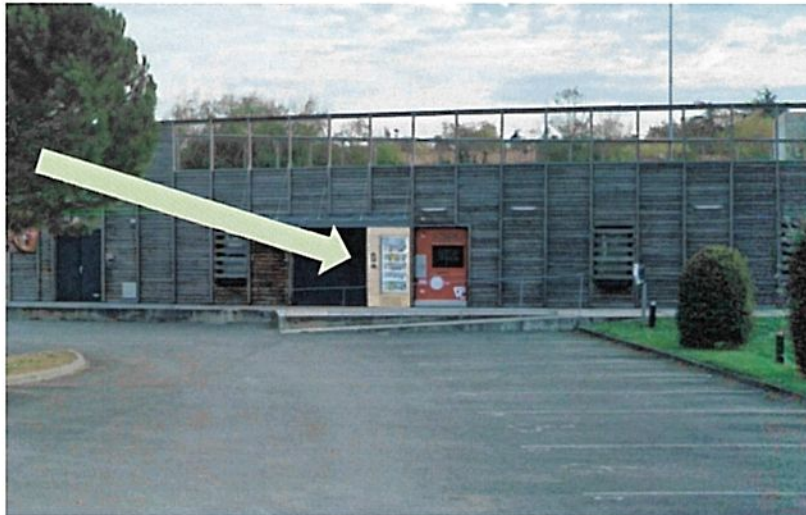
Faites votre choix :

- Soit un plat classique, végétarien et/ou un dessert
- La porte se refermera et vous serez facturé

que nous connaissons soit fricoter amoureusement. Mon projet étant « un peu honteux » pour l'utilisateur, fricoter dans un coin prend tout son sens.



Il sera installé sur le campus du pôle universitaire de Niort. À proximité du Restaurant Universitaire « CROUS » 8 rue Archimède 79000 Niort



A la rentrée 2023



Le contenu du Fricoteur :

- ↗ Plât végétarien (*car 1.6% des étudiants sont végétarien en France*)
- ↗ Plât classique (à base de viande, poisson, œuf)
- ↗ Dessert

c) Le brand book

Avant de réaliser mon Brand Book, (livre de marque) j'ai déposé le nom « Le Fricoteur » sur INPI (en annexe 2)

J'ai également consulté une graphiste webdesigner, *Allison Machepy*, pour la conception du logo, de l'habillage du frigo... (Devis en annexe 3)

Le Brandbook (en annexe 4) est mon document de référence contenant tous les éléments qui définissent ma marque, de ses fondements stratégiques (mission, vision, valeurs, etc.) à son identité visuelle (logos, couleurs, visuels, etc.).

J'ai réalisé mon Brandbook pour :

- Expliquer ce qu'est la marque, sa raison d'être, son fonctionnement et ce qui la représente.
- Assurer une cohérence dans l'usage de la marque sur l'ensemble des supports web ou physiques :
 - Site web
 - Réseaux sociaux
 - Documents commerciaux
 - Cartes de visite, etc
- Harmoniser les projets : commercial, marketing, communication...
- Fédérer les humains autour de la culture et l'esprit de la marque
- Adopter une communication uniforme

10

d) La stratégie de communication

Mon approche de communication:

Dans un 1^{er} temps j'ai créé un site web. Le site web dédié au frigo solidaire à la fac de Niort se devait d'être simple, intuitif et informatif. Le site inclus des informations sur le projet, ses objectifs, les horaires d'accès et les évènements à venir.

(en annexe 5)

www.lefricoteurniort.com



Puis j'ai créé une application mobile. Elle permet aux utilisateurs d'être connectés au « Fricoteur » mais pas seulement. Elle permettra également de le géo-localiser, de suivre l'actualité, de nous contacter, de régler et générer le QR code pour utiliser le Fricoteur. (en annexe 6)

L'expérience utilisateur :

Mon objectif

- Concevoir une interface qui répond aux attentes
- Simplifier l'authentification
- Associer le design et l'ergonomie
- Adopter le borderless UI (en une seule page)
- Optimiser le temps de téléchargement
- Faciliter la transaction financière
- Tenir informer l'utilisateur par des widgets et notifications.

Comment vais-je communiquer ?

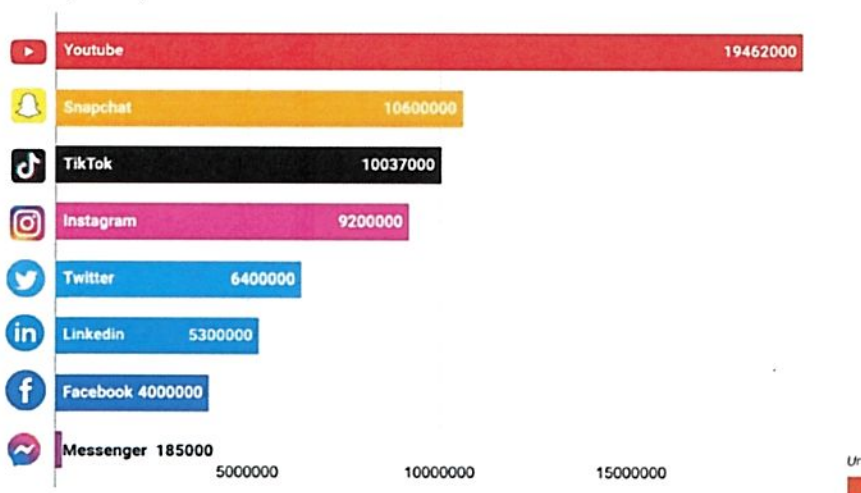
Pour communiquer avec les étudiants je vais utiliser les réseaux sociaux. Facebook, TikTok, LinkedIn, Instagram... Aujourd'hui, les réseaux sociaux sont omniprésents et incontournables pour la stratégie de communication des entreprises vers le jeune public.

11

Si on ne devait mettre en avant qu'une seule raison d'utiliser les réseaux sociaux pour communiquer, ce serait simplement parce que 8 Français sur 10 les utilisent en 2022⁵.

Nombres d'utilisateurs par réseaux sociaux pour les moins de 25ans :

Les utilisateurs de moins de 25 ans sur les réseaux sociaux (2023)



Les avantages des Réseaux sociaux :

Communiquer sur les réseaux sociaux, présente de nombreux avantages pour une entreprise. Les principaux intérêts sont les suivants :

- Améliorer la visibilité
- Fidéliser et acquérir de nouveaux clients
- Générer du trafic vers son site Internet
- Partager du contenu facilement et rapidement
- Fédérer une communauté
- Mieux connaître ses clients et anticiper leurs attentes
- Suivre les tendances de consommation
- Améliorer son service client
- Faire des partenariats avec des influenceurs locaux

J'ai ainsi créé un compte Instagram, TikTok et Facebook pour le Fricoteur, j'envisage de communiquer sur les réseaux sociaux ainsi :

(en annexe 7)

1. Utilisez des hashtags pertinents : Utilisez des hashtags pertinents pour atteindre les étudiants sur les réseaux sociaux. Par exemple, #niortétudiant, #solidarité (674K publications), #frigosolidaire, #campus (3,2 millions publications).

12

2. Créer des visuels attrayants : Publier du contenu vidéo créatif et engageant qui reflète l'image de marque du Fricoteur et qui encourage l'interaction avec les followers. Les sensibiliser au gaspillage alimentaire.

3. Collaborer avec des influenceurs locaux : Identifier des influenceurs locaux qui ont une audience d'étudiants et collaborer avec eux pour promouvoir mon projet.

4. Organiser des concours : Organiser des concours sur les réseaux sociaux pour encourager les étudiants à participer. Par exemple, organiser un concours de la meilleure recette à préparer avec les aliments du frigo solidaire.

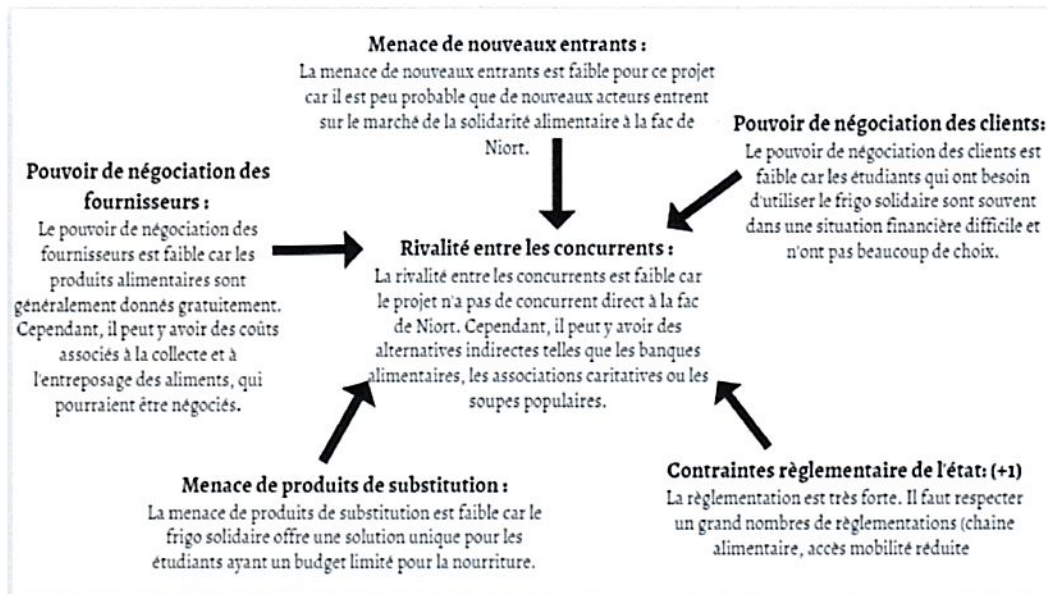
5. Partager des témoignages : Partager des témoignages de personnes qui ont bénéficié du frigo solidaire. Leur demander de partager leur expérience sur les réseaux sociaux pour encourager d'autres étudiants à utiliser le frigo solidaire.

6. Utiliser les stories et réels : Utiliser les stories/réels sur Instagram et Facebook pour partager des mises à jour quotidiennes sur le frigo solidaire. Les stories/réels sont un excellent moyen de partager des mises à jour rapides et interactives avec le public.

e) L'étude de marché

1. **Taille du marché** : Le marché potentiel pour le frigo solidaire à la fac de Niort comprend tous les étudiants inscrits à la fac, soit environ 1100 étudiants.
2. **Segment de marché** : Le segment de marché principal pour le frigo solidaire est constitué d'étudiants ayant un budget limité pour la nourriture. Cela peut inclure les étudiants qui travaillent à temps partiel pour financer leurs études, ceux qui ont des bourses limitées ou qui ont des difficultés financières.
3. **Analyse de la concurrence** : Il n'y a pas de concurrence directe pour le frigo solidaire à la fac de Niort, mais il peut y avoir des alternatives indirectes telles que le panier alimentaire, les associations caritatives ou les soupes populaires, le Crous.
4. **Analyse SWOT** :
 - Les forces du projet sont : les produits à faible couts et l'anonymat du frigo solidaire, la satisfaction d'un besoin réel des étudiants.
 - Les faiblesses peuvent être : la maitrise des quantités des plats fournis par le Crous et la disponibilité des bénévoles.
 - Les opportunités sont : la possibilité de développer un réseau de partenaires locaux et d'associations étudiantes, l'augmentation de la visibilité du projet.
 - Les menaces peuvent être : la concurrence éventuelle d'autres initiatives solidaires, les risques liés à la sécurité alimentaire.
5. **Stratégie de marketing** : La stratégie de marketing pour promouvoir le frigo solidaire pourrait inclure des affiches dans les locaux de la fac, des publications sur les réseaux sociaux pour atteindre les étudiants, et des partenariats avec des associations étudiantes.

Les 5 forces (+1) de Porter :



En conclusion, l'analyse des 5(+1) forces de Porter montre que le projet de frigo solidaire à la fac de Niort a un potentiel élevé pour réussir car il n'y a pas de concurrence directe et les étudiants sont souvent dans une situation de faible pouvoir de négociation. Cependant, il est important de prendre en compte les coûts associés à la collecte et à l'entreposage des aliments pour s'assurer que le projet est viable à long terme et la réglementation.

14

f) Le chiffre d'affaire prévisionnel (en annexe 8)

Le chiffre d'affaires prévisionnel est une estimation. Il correspond à ce que l'entrepreneur prévoit de réaliser comme CA. Généralement, le CA prévisionnel se calcule avant le lancement d'un projet d'entreprise. Ce chiffre fait alors partie du business plan au même titre que l'étude de marché.

J'ai fixé les prix de vente des plats en fonction du coût de revient qui inclut toutes les charges inhérentes à la distribution. J'ai évalué le nombre d'utilisateurs potentiels et mesurer le volume de consommation. Soit, CA prévisionnel = prix de vente unitaire fixé x nombre de ventes prévues.

Lors de ma prise de contact avec Madame Isabelle Barré *la directrice adjointe du Crous*, site La Rochelle/Niort. En 2023, il y'a 1100 étudiants à l'IUT de Niort le CROUS distribue en pleine période 550/570 repas au restaurant universitaire. Il a été estimé en 2022 entre 5 à 15% de repas non distribués par jour en fonction de la fréquentation du RU et des animations (repas créole, repas de Noël...) mais également en fonction de la saison (en période chaude les étudiants déjeunent en extérieur).

Tous ces éléments m'ont ainsi permis de déterminer le CA annuel.

Plat végétarien⁶ : Le végétarisme est un repas sans viande, ni poisson, sans crustacés, ni fruits de mer. Selon *statista*, en 2022, chez les jeunes de moins de 30 ans, soit 5 %, c'est à dire une personne sur 20, se déclarait être végétarienne. De ce fait, il y'aurait à l'IUT, 55 étudiants végétariens. C'est la raison pour laquelle je propose un plat végétarien.

Comment j'ai déterminé mon CA (estimation moyenne) :

- 1100 étudiants
- 550 repas distribués
- 10% de pertes soit environ 55 repas = soit 35 repas classiques + 20 repas végétarien
- 180 jours d'ouverture du CROUS

Prix de vente :

Plat classique (viande) 1€50

Plat végétarien : 1€

Dessert/ fruit : 0€50

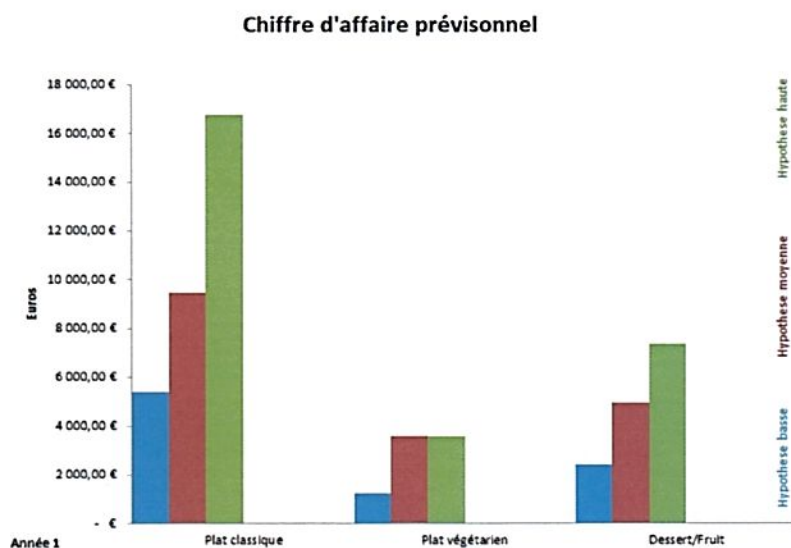
$$35 \times 180 \times 1,50\text{€} = 9450\text{€} / 20 \times 180 \times 1\text{€} = 3600\text{€} / 55 \times 180 \times 0,50 = 4950\text{€}$$

15

Année 1 :

	Plat classique	Plat végétarien	Dessert
Estimation Haute	16740€	3600€	7380€
Estimation moyenne	9450€	3600€	4950€
Estimation basse	5400€	1260€	2430€

Chiffre d'Affaire sur 3 années :



VI. Les statuts

a. Le statut juridique

16

Mon projet a pour but de venir en aide mais également de changer les habitudes, les routines, les mentalités. Il me paraît donc plus opportun de créer une association puisque la création d'une association permet de simplifier la réalisation de projets sportifs, culturels, caritatifs, éducatifs...

L'association est une structure qui permet de venir en aide aux personnes dans le besoin.

De ce fait, j'oriente mon projet sur le statut associatif !

Le statut juridique d'une association loi 1901 permet à l'association de se distinguer d'une société. Il existe différents types d'associations⁷ :

- Association de fait
- Association déclarée
- Association agréée
- Association reconnue d'utilité publique.

Ces différentes associations ont des statuts juridiques distincts.

J'oriente mon projet sur L'association déclarée : a contrario, une association déclarée nécessite l'accomplissement de certaines formalités de création, dont

notamment la publication au Journal Officiel (JO). Cette formalité permet à l'association de devenir une personne morale. L'association déclarée est donc dotée d'une personnalité juridique propre, distincte de celle de ses membres fondateurs.

De ce fait, j'ai rédigé mes statuts (en annexe 9) en respectant des mentions⁸ dont il est vivement conseillé de mentionner.

Les statuts d'une association sont l'acte fondateur qui décrit son objet, ses règles de fonctionnement et les organes qui lui permettent de fonctionner, c'est sa carte d'identité.⁸

Pour rédiger les statuts avec les autres personnes fondatrices, je dois prêter une attention particulière aux points suivants :

ARTICLE PREMIER - NOM
ARTICLE 2 - BUT OBJET
ARTICLE 3 - SIÈGE SOCIAL
ARTICLE 4 - DUREE
ARTICLE 5 - COMPOSITION
ARTICLE 6 - ADMISSION
ARTICLE 7. - RADIATIONS
ARTICLE 8. - RESSOURCES
ARTICLE 9. - ASSEMBLEE GENERALES
ARTICLE 10 - ASSEMBLEE GENERALE ORDINAIRE
ARTICLE 11 - ASSEMBLEE GENERALE EXTRAORDINAIRE
ARTICLE 12 - CONSEIL D'ADMINISTRATION
ARTICLE 13 - LE BUREAU
ARTICLE 14 - MODIFICATION DES STATUTS
ARTICLE - 15 - REGLEMENT INTERIEUR
ARTICLE - 16 - DISSOLUTION
ARTICLE - 17- FORMALITES ADMINISTRATIVES

Une copie des statuts doit être fournie en accompagnement de la déclaration de l'association en préfecture.

b. Le statut fiscal

L'absence de fiscalité :

« Une même association qui exerce une activité commerciale peut être exonérée d'impôt à la condition qu'elle n'effectue pas cette activité dans les mêmes conditions que les entreprises du secteur privé. »⁹

En règle générale, afin qu'une association qui exerce une activité commerciale soit exonérée des impôts commerciaux (IS, TVACET)*, il faut qu'elle réunisse les 2 conditions ci-après :

- Une gestion désintéressée
- Une activité lucrative qui ne concurrence pas les sociétés commerciales du secteur privé.



Afin de savoir si l'association est non concurrente des entreprises du secteur privé, seront pris en considération : les produits concernés, le public visé, les prix pratiqués et les opérations de publicité.

La TVA en association est due dès lors qu'une activité économique est réalisée de manière indépendante. Toutefois, il est possible de bénéficier d'une exonération, sous réserve de satisfaire certaines conditions et notamment d'avoir une gestion désintéressée.

Le principe de la TVA est simple : tous les intermédiaires, de la chaîne de la production à la distribution, ajoutent la taxe au prix de vente.

Le montant perçu sert à rembourser la TVA réglée au préalable et le reste est à verser auprès du Trésor public. Le consommateur final prendra ainsi en charge la totalité de cette taxe.

Il existe plusieurs taux de TVA :

- Un taux normal de 20%
- Un taux intermédiaire de 10%
- Un taux réduit de 5,5%

Malgré l'exercice d'une activité lucrative, une association peut bénéficier d'une exonération fiscale. Dans ce cas, on parle de franchise d'impôt. Cette exonération fiscale est appelée franchise d'impôt.

Pour y prétendre, l'association doit justifier que sa gestion est désintéressée et qu'elle ne concurrence pas le secteur commercial.

Ainsi, les conditions pour être exonérés sont les suivantes :

- Une gestion désintéressée.
- Les activités lucratives relativement accessoires et des activités non lucratives prépondérantes.
- Des recettes annuelles des activités lucratives inférieures à 73 518€ HT.

Pour qualifier une activité lucrative d'accessoire ou une activité non lucrative, l'administration fiscale utilise une méthode particulière : la règle des 4P.

Cette règle prend en compte les éléments suivants :

- Le produit : lorsque l'activité tend à satisfaire un besoin qui n'est pas pris en compte sur le marché.
- Le public : lorsque les activités de l'association sont réalisées au profit d'un public défavorisé. Il s'agit des catégories sociales justifiant l'octroi d'avantages particuliers au regard de leur situation économique et sociale.
- Le prix : une association est jugée d'utilité sociale lorsque le prix proposé favorise l'accès à un large public. Ainsi, le tarif pratiqué par l'association doit être largement inférieur à celui pratiqué par les entreprises commerciales.
- La publicité : même si les activités promotionnelles ne sont pas interdites en association, ces dernières ne doivent pas poursuivre un objectif commercial.

Par conséquent, si une association remplit les 4 critères précédents, elle exerce une activité non lucrative et ne sera donc pas imposable.

Dans le cadre de mon association, je rempli toutes les conditions requises.

c. La réglementation

19



Commençons par les interdictions. Ici, je parle exclusivement de la réglementation en France.

Il faut savoir qu'en France, sont interdits les distributeurs automatiques de :

- Boissons alcoolisées Précision : une boisson est considérée comme alcoolisée avec plus de 1,2° d'alcool.
- Tabac (sous toutes ses formes)
- Tous les distributeurs payants de boissons gazeuses, de confiseries et produits alimentaires dans les établissements scolaires (*loi du 09/08/2004*).

Où peut-on installer un appareil ?

- Les lieux de passage
- Les cafétérias
- Les salles d'attente ou de détente
- Tout lieu de grand passage se trouvant bien éclairé et à l'abri peut convenir

Peut-on installer un distributeur automatique dans la rue ?

Sur le principe général, c'est possible, mais sous conditions. D'abord, il faut obtenir une autorisation de la mairie ou de la préfecture dans le cas d'une artère importante dans une grande ville. Il s'agit d'une AOT* (en annexe 10) obtenue par le biais du formulaire Cerfa 14023-1 Cette autorisation semble naturellement plus facile à décrocher pour un commerçant fixe, désireux de proposer des produits en dehors de ses heures d'ouverture. Il faut tenir compte de la nécessité de la présence d'une prise de courant, voire d'un raccordement en eau. Cependant, souvent en raison des risques de vandalisme et de vol, la mairie refusera ce type d'installation sur la voie publique sans souscription à une assurance dommage aux matériels (Annexe 11).

Une obligation d'accessibilité :

Toutefois, pour obtenir l'autorisation, il faudra se soumettre à certaines obligations. L'accès au distributeur doit être éclairé et dégagé, permettant aux handicapés de s'y présenter.

L'espace situé devant l'appareil doit permettre la rotation et la manœuvre d'un fauteuil roulant. Et bien entendu, le dispositif de commandes doit être situé à une hauteur appropriée.

20

Réglementation sur la distribution de produits alimentaires :

En application de la loi du 9 mai 1995, tout distributeur automatique proposant des produits alimentaires doit répondre à des normes de fabrication hygiéniques. Ceci afin d'éviter tout risque de contamination des denrées mises en vente. Les denrées doivent être conservées à une température inférieure à 4° C, éviter toute détérioration des aliments par des microorganismes ou des toxines, ne jamais dépasser la date limite de consommation.

L'appareil doit respecter la chaîne du froid et pour faciliter le contrôle et les conditions d'entretien, il doit porter le nom, l'adresse et le téléphone de la personne responsable.

Le dépôt d'une déclaration : (en annexe 12)

Pour les produits frais, il faut déposer une déclaration préalable auprès des services vétérinaires (cerfa N° 50-4064 relatif au décret du 21/07/1971 N° 71-636). Ceci dans le mois suivant l'installation de l'appareil.

En outre, tous les produits alimentaires devront être distribués sous un emballage individuel.

Les certifications :

La certification obligatoire est le marquage CE*. Il atteste de la libre circulation des appareils concernés dans l'espace de l'Union Européenne. Il existe d'autres certifications facultatives :

- Les normes ISO, niveau qualité pour l'international,
- La certification QUALICERT

Qui effectue la maintenance du distributeur ?

Il faut respecter les exigences d'assurance et savoir gérer le suivi et la maintenance d'un appareil qui peut générer un beau profit. Attention, le nettoyage, l'entretien et le réassort sont impératifs.

d. Les normes d'hygiènes alimentaires

Pour les denrées alimentaires d'origine végétale alors il faut suivre la réglementation¹⁰ du 9 mai 1995 (abrogé par l'arrêté du 8 octobre 2013).

Pour les denrées d'origine animale, même une infime quantité (comme le beurre par exemple) alors il faut suivre la réglementation¹¹ du 21 décembre 2009.

21

Ok, vous allez me dire... mais que disent ces réglementations !

La réglementation de base du 9 mai 1995 stipule que les machines automatiques doivent être « conçues, construites, installées, nettoyées, entretenues et utilisées de manière à éviter la contamination des denrées alimentaires ».

Pour le 21 décembre 2009, les distributeurs qui proposent des produits d'origine animale doivent respecter :

- Les critères microbiologiques applicables aux denrées alimentaires
- Les procédures nécessaires pour atteindre les objectifs fixés afin que le présent règlement atteigne son but (c'est-à-dire éviter toutes contaminations grâce aux bonnes conditions d'hygiène)
- Les exigences en matière de contrôle des températures applicables aux denrées alimentaires
- Le maintien de la chaîne du froid
- Les prélèvements d'échantillons et analyses.

e. La réglementation RGPD*

Le règlement général sur la protection des données (RGPD), entré en application le 25 mai 2018, reprend les grands principes déjà présents depuis 1978 dans la loi Informatique et Libertés.

Les organismes doivent s'assurer que leurs fichiers et services numériques sont, conformes au RGPD notamment le respect des règles :

- Recenser les fichiers (traitements) et tenir à jour le registre les détaillant.
- Encadrer la sous-traitance des traitements.
- Garantir la sécurité des données.
- Organiser la réponse aux demandes d'exercice des droits venant des personnes dont les données personnelles sont traitées.
- Informer la CNIL*, voire les personnes concernées, des violations éventuelles de sécurité de données personnelles (par exemple la perte de document ou les failles de sécurité).
- Effectuer dans certains cas des analyses d'impact sur la vie privée (AIPD*) pour certains fichiers à risques.

Dans mon cas, les données personnelles collectées via l'application mobile doivent suivre cette réglementation.

VI. Les chiffres clés du projet

a. Le plan de financement initial

Voici les étapes que j'ai suivies pour établir mon plan de financement prévisionnel:

1. J'ai estimé les dépenses liées au frigo : Les coûts d'achat et d'entretien du frigo, ainsi que les coûts liés à l'alimentation en électricité et à la maintenance.
2. J'ai estimé les autres dépenses : Les coûts liés à la gestion de l'association.
3. J'ai estimé les recettes : prévoir les dons, les subventions, les cotisations des membres, les ventes éventuelles, etc.
4. J'ai établi des prévisions de trésorerie : il s'agit de prévoir les entrées et les sorties de trésorerie sur une période donnée (généralement un an).

5. J'ai établi un tableau de financement prévisionnel : Ce tableau permet de visualiser les flux de trésorerie prévus sur une période donnée. Il m'a permis également de déterminer les surplus ou les déficits de trésorerie et d'anticiper les besoins de financement.

6. Je devrais réajuster le plan de financement prévisionnel : En fonction des changements éventuels dans l'environnement économique ou dans les activités de l'association.

En résumé, pour établir mon plan de financement prévisionnel pour l'association, il était nécessaire d'estimer les dépenses liées aux frigos et à la gestion de l'association, ainsi que les recettes prévues.

PLAN DE FINANCEMENT INITIAL

BESOINS		RESSOURCES	
Frais d'établissement	739 €	Apports personnels ou capital social	0 €
Formation HACCP	349 €		
Depot de marque INPI	190 €		
Frais de rédaction des statuts (legaltech)	200 €	Comptes courants d'associés (s'il y a lieu *)	0 €
Immobilisations incorporelles	3 639 €	Emprunts à moyen ou long terme	0 €
Brevet, licences	250 €		
Création d'une identité graphique	980 €		
Création application mobile/page web	2 000 €	Prêt relais TVA	
Nom de domaine	9 €		
Communication/Marketing	400 €		
Immobilisations corporelles	5 622 €	Prêt NACRE	
DISTRIBUTEUR	5 000 €		
Machine sous vide	399 €	Donations	10 000 €
Telephone Portable	223 €	GROUPAMA	
TOTAL	10 000 €	TOTAL	10 000 €

23

b. Le compte de résultat

Le compte de résultat permet de voir le niveau de revenus et de coûts de l'association sur une période déterminée (généralement sur 3ans). Le résultat net représente le solde entre les revenus et les coûts, il peut être positif (bénéfice) ou négatif (perte). Cela permet à l'association de suivre l'évolution de ses finances et de prendre les mesures nécessaires pour maintenir sa viabilité financière.

Si l'association réalise des bénéfices, l'association peut les utiliser de différentes manières, en fonction des statuts et des objectifs de l'association :

- Les réinvestir dans l'association : l'association peut utiliser les bénéfices pour financer de nouveaux projets, améliorer les activités existantes, investir dans du nouveau matériel.
- Les affecter à une réserve : l'association peut décider de mettre une partie des bénéfices de côté, dans une réserve, qui permettra de faire face à d'éventuels coups durs ou de financer des projets à plus long terme.
- Les utiliser pour des actions de solidarité : En fonction de l'objet de l'association et des statuts, l'association peut décider d'utiliser les bénéfices pour financer des actions solidaires, des projets humanitaires ou environnementaux.

Il est important de rappeler que l'utilisation des bénéfices doit être conforme à l'objet de l'association, et que certaines activités peuvent être soumises à des règles fiscales spécifiques.

COMPTE DE RESULTAT PREVISIONNEL

	Année 1	% CA	Année 2	% CA	Année 3	% CA
CHIFFRE D'AFFAIRES NET	18 000 	100,0%	18 000 	100,0%	18 000 	100,0%
Vente de plat classique	9 450	52,5%	9 450	52,5%	9 450	52,5%
Vente de plat végétarien	3 600	20,0%	3 600	20,0%	3 600	20,0%
vente dessert	4 950	27,5%	4 950	27,5%	4 950	27,5%
Subvention d'exploitation						
TOTAL DES PRODUITS D'EXPLOITATION	18 000 		18 000 		18 000 	
- Achat matières prem. ou marchand.						
Vente de plat classique						
Vente de plat végétarien						
vente dessert						
- Autres achats et charges externes	6 898	38,3%	6 459	35,9%	6 565	36,5%
- Emballages	1 821	10,1%	2 005	11,1%	2 074	11,5%
- Fournitures administratives	100	0,6%	100	0,6%	100	0,6%
- Entretien et réparation matériel	2 880	16,0%	2 880	16,0%	2 880	16,0%
- Assurance	76	0,4%	79	0,4%	83	0,5%
- Publicité	1 620	9,0%	994	5,5%	1 027	5,7%
- Frais de téléphone/internet	239	1,3%	239	1,3%	239	1,3%
- Services bancaires et assimilés	162	0,9%	162	0,9%	162	0,9%
- Impôts et taxes						
Total des charges d'exploitation	9 500 	52,8%	9 061 	50,3%	7 167 	39,8%
RESULTAT NET	8 500 	47,2%	8 939 	49,7%	10 833 	60,2%

Le BFR

25

Le Besoin en Fonds de Roulement (BFR) est un indicateur financier qui permet de mesurer la capacité de l'association à financer son activité courante et à faire face à ses besoins de trésorerie à court terme. Il est calculé en soustrayant les dettes à court terme de l'actif circulant.

Dans le cas d'une association frigo solidaire, le BFR peut varier en fonction des activités exercées par l'association, de sa taille et de sa structure financière.

En général, il est recommandé pour toute association d'établir un plan de financement prévisionnel pour anticiper les besoins en trésorerie à court et moyen terme.

En conclusion, il est recommandé pour une association frigo solidaire d'établir un plan de financement prévisionnel qui prend en compte les besoins de trésorerie à court et moyen terme, mais il ne sera pas nécessaire de prévoir un BFR.

c. Les ressources :

Le mécénat

Il désigne un soutien financier, sans contrepartie effectué par une entreprise au profit de l'association.

- Le mécénat en nature : Mise à disposition d'un bien par l'IUT.
- Le mécénat de compétence : Mise à disposition d'un professionnel par le CROUS (formé HACCP*).
- L'apport d'un membre d'honneur : La cantine connectée par GROUPAMA qui investit dans le frigo solidaire et l'offre à l'association.



Reçu fiscal

La réduction d'impôt accordée à l'entreprise vient en soustraction du montant d'impôt dû lors de l'année du don. Peu importe que l'entreprise soit soumise à l'impôt sur les sociétés (IS) ou à l'impôt sur le revenu (IR).

26

Le taux de la réduction varie en fonction de l'organisme bénéficiaire du don.

L'entreprise bénéficie d'une réduction d'impôt égale à l'un des montants suivants :

- 60 % du montant du don pour la fraction inférieure ou égale à 2 000 000 €
- 40 % pour la part du don supérieure à 2 000 000 €

Cependant, le montant des dons retenus pour le calcul de la réduction ne peut pas dépasser, sur un même exercice, un plafond de 20 000 € ou 0,5 % du chiffre d'affaires annuel hors taxe de l'entreprise donatrice si ce dernier montant est plus élevé.

Lorsque le plafond est dépassé au cours d'un exercice, l'excédent du don est étalé au maximum sur les 5 exercices suivants, après la prise en compte d'éventuels nouveaux dons effectués durant ces exercices. Le taux appliqué à cet excédent est le taux appliqué au montant initial.

Exemple :

GROUPAMA réalise un don d'un montant égal à 10 000 € au cours de l'exercice comptable N. Son chiffre d'affaires annuel HT est égal à 5 500 000 €. Le plafond applicable à cet exercice est donc fixé à 0,5 % de son chiffre d'affaires HT (27 500 €).

Pour cet exercice comptable, l'entreprise bénéficie d'une réduction d'impôt égale à 60 % de 27 500 € (le plafond) = 16 500 € de réduction.

Il peut encore effectuer un don de 6500€ sur l'année N.

VIII. Les perspectives d'avenir

a. L'avenir du créateur au sein du projet

J'envisage d'être présente au sein de l'association, ce projet me tient à cœur. Je porterai ce projet jusqu'à sa réalisation. Si la fondation (en annexe 13) de l'IUT met en œuvre mon projet je souhaite faire partie de celui-ci.

b. Les projets futurs pour « Le Fricoteur »

L'association pourrait également chercher à étendre son activité à d'autres campus universitaires ou à d'autres villes pour toucher un public plus large. Enfin, "Le Fricoteur" pourrait également chercher à développer de nouveaux partenariats avec des entreprises et des associations pour renforcer son impact social.

c. Les défis à relever pour la pérennité du projet

Il y a plusieurs défis que l'association "Le Fricoteur" devra relever pour assurer la pérennité de son projet. Tout d'abord, il faudra s'assurer de maintenir un approvisionnement régulier en denrées alimentaires pour répondre à la demande des étudiants. Cela peut impliquer de développer des partenariats avec des fournisseurs locaux et de mettre en place des systèmes de collecte et de distribution efficaces.

Ensuite, "Le Fricoteur" devra également s'assurer de maintenir une gestion financière saine pour assurer la viabilité à long terme du projet. Cela peut impliquer de diversifier les sources de financement et de mettre en place des systèmes de contrôle des coûts pour optimiser les dépenses.

Enfin, "Le Fricoteur" devra continuer à sensibiliser les étudiants et la communauté locale à la lutte contre le gaspillage alimentaire et la précarité étudiante. Cela peut impliquer d'organiser des événements et des campagnes de communication pour promouvoir les valeurs et les objectifs du projet.

IX Conclusion

En conclusion, ce document présente mon projet de création d'une "cantine connectée solidaire" sur le campus universitaire de Niort. Mon objectif est de réduire le gaspillage alimentaire en récupérant les denrées non consommées du restaurant universitaire et en les mettant à disposition des étudiants à moindre coût. En plus de lutter contre le gaspillage alimentaire, mon projet permet également de lutter contre la précarité étudiante et de favoriser le lien social. Mon plan de financement prévisionnel montre que ce projet est viable et peut avoir un impact positif sur la communauté étudiante. En somme, "Le Fricoteur" est un projet solidaire et innovant qui mérite d'être soutenu. Je suis fière d'être une personne engagée dans de nombreuses associations et d'avoir su surmonter les épreuves de la vie pour réaliser mon rêve d'entrepreneuriat social. Ce projet montre que chacun peut faire la différence en agissant localement pour résoudre des problèmes globaux.

X Remerciements

Je tiens à exprimer ma profonde gratitude envers le corps professoral, en particulier Mme Ghyslaine Gauvreau et M. Éric Persais, pour leur soutien et leur encadrement tout au long de ma licence. Je remercie également l'entreprise GROUPAMA, où j'ai effectué cette année un détachement à la DDEV "direction développement". Un grand merci à M. Gildas DUBOIS sans qui cette reprise d'étude n'aurait pas eu lieu. Merci à mon manager M. Stéphane Torset, qui a accepté de me transmettre son savoir et me permettre de grandir au sein du poste de "responsable d'équipe" et je remercie également les responsables d'équipe du 79 qui m'ont accepté au sein de leur collectif, Christophe, Cristelle, Alexandre et Philippe.

Je voudrais également remercier mes enfants pour leur patience et leur compréhension tout au long de cette année. Un grand merci à mon conjoint Peter pour son soutien indéfectible. Je suis également reconnaissante envers Dany pour son aide précieuse lors des épreuves orales.

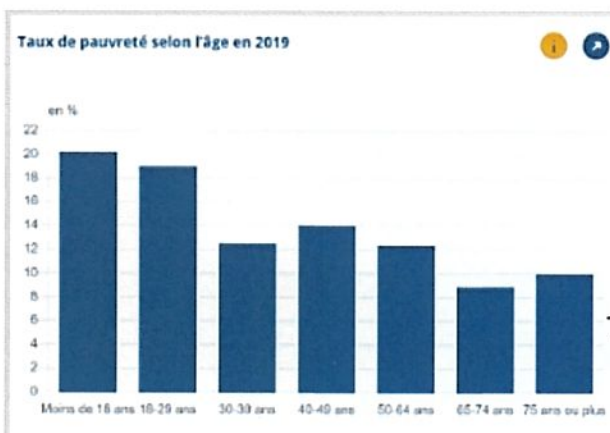
Enfin, je tiens à remercier mes amis Alexis, Alexia, Anne, Allison, Alicia, Cathel, Florentina et Mathilde pour leur bonne humeur et leur amitié qui m'ont aidé à surmonter les moments difficiles.

Merci à mes parents qui ont cru en mes capacités quand moi-même j'avais des doutes.

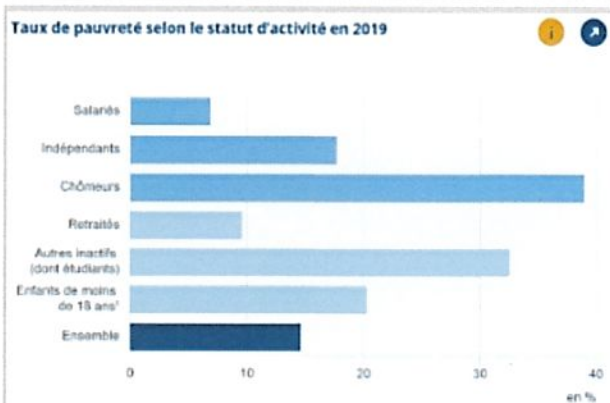
Merci à tous pour votre soutien et votre encouragement.

Annexes

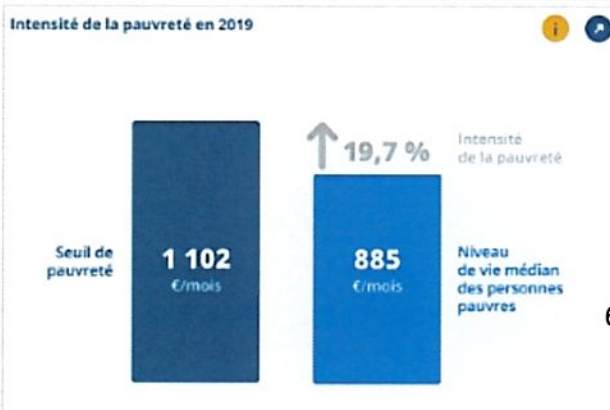
Le seuil de pauvreté: (Selon l'INSEE)



Taux de pauvreté des jeunes de 18-29 ans : 19%



Taux de pauvreté des inactifs (dont étudiants) : 32,5%



635€ c'est les revenus moyens d'un étudiant en 2022

Vérification et dépôt de la marque sur INPI :


 ESPACE OPENDATA OBSERVATOIRE RESSOURCES CONNEXION

Les données du Registre national des entreprises s'enrichissent quotidiennement et un service d'alerte sera prochainement disponible.

Je cherche Le fricoteur RECHERCHER

Accueil > Résultats de recherche Recherche avancée

Entreprises (0) Marques (0) Brevets (0) Dessins et modèles (0)

Aucun résultat n'a été trouvé pour votre recherche. Vous pouvez essayer de la reformuler, ou consulter la page "Aide à la recherche" pour obtenir de l'aide concernant votre recherche.


MARQUE DE PRODUITS OU DE SERVICES
Code de la propriété intellectuelle - Livre VII
RÉCAPITULATIF DE MARQUE VERBALE

Date de dépôt : 09-01-2023
Lieu de dépôt : 92 INPI - Démarche en ligne
Type de demande : Marque française

Rubrique 1 : Déposant(s)
Nom/Prénom : Madame WATTEBLED Malvina
Adresse :
 168 Rue Silas Geay,
 79410 Echiré
 France

Rubrique 2.1 : Mandataire
 Néant

Rubrique 2.2 : Destinataire
Nom/Prénom : Madame WATTEBLED MALVINA
Adresse :
 168 RUE SILAS GEAY,
 79410 ECHIRE
 France

Rubrique 2.3 : Signataire
Nom/Prénom : Madame WATTEBLED Malvina
Qualité : Déposant

Rubrique 3 : Modèle de marque
 Le Fricoteur

Rubrique 4 : Description de la marque
Type de marque : Marque verbale
Traduction : Il s'agit d'un distributeur de repas à moindre coût récupérant la nourriture non consommée d'établissement scolaire, CE, Traiteur, restaurant, producteur. Une application permettra l'utilisation "la communauté les petits fricoteur"

Rubrique 5 : Produits et services auxquels s'appliquera la marque

Classe(s)	Produits et services
7	distributeurs automatiques

Allison MACHEPY
 machepy.allison@gmail.com
 06 81 39 63 93
 n° de siret :
 80300470400018



MALVINA
 n° de siret :

DEVIS N°10 du 15/11/22

<ul style="list-style-type: none"> • Conception identité visuelle "LES FRICOTEURS" - Logotype principal Déclinaison logo (secondaire) - Habillage frigo - Mini brandboard Livraison fichiers (jpg,png,pdf) 	980 € HT
TOTAL HT	980 € HT
TVA = 0% = TVA non applicable, article 293 B du Code général des impots	0€

Onre de devis valable 30 jours à compter du 15/11/22

TOTAL À PAYER	980 € HT
---------------	----------

Condition de règlement : acompte de 30% par chèque / virement bancaire après validation du devis - En votre aimable règlement

A propos de ce devis :

Le présent devis prévoit l'intégralité des prestations que le prestataire s'engage à réaliser pour le Client.

Toute modification et/ou prestation supplémentaire demandée par le Client impliquera une facturation supplémentaire à la rémunération prévue par ce présent contrat.

Le présent devis est valable durant 30 jours a compter de sa date d'émission.

Une fois validé par le Client, le présent devis à valeur de contrat.

Le fricoteur
CHARTRE GRAPHIQUE

Version 1.0

Sommaire

1. STRATEGIE DE MARQUE					
A propos de nous	5				
Notre promesse et Nos croyances	5				
Honnêteté et intégrité	5				
		3. COULEURS		5. DIGITAL	
		Palette de couleurs	9	Photographies	15
				Mobile	17
				Instagram	18
2. LOGO					
Logo principal	6				
Logo & couleurs	7				
		4. TYPOGRAPHIE		6. CONTACT	
		Police Logo	11	Adresse	19
		Polices correspondances	12	Numéro de téléphone	19
		Collection	13	Courriel Site Web	19

Stratégie de la marque

Notre marque est plus que notre nom ou notre logo. C'est la somme de tout ce que nous disons et faisons. "Le Fricoteur", c'est être là avec vous et pour vous! La qualité de nos services reflète notre identité. Nos lignes directrices ont été conçues pour assurer l'uniformité au sein de notre marque, en aidant à créer des communications solides, reconnaissables et novatrices. Les pages suivantes démontrent la flexibilité de l'identité et devraient être utilisées pour inspirer et motiver l'expression créative.

Stratégie de marque

NOTRE HISTOIRE

Notre marque est plus que notre nom ou notre logo. C'est la somme de tout ce que nous disons et faisons. "Le fricoteur" s'engage à être là pour vous et avec vous.

NOTRE VISION

Être une marque de premier plan passionnément connue pour sa qualité, son service et la promotion de la beauté intérieure au monde avec notre identité, nos rêves et nos valeurs..

NOTRE MISSION

Être une marque de premier plan passionnément connue pour sa qualité, son service et la promotion de la beauté intérieure au monde avec notre identité, nos rêves et nos valeurs.

NOS VALEURS

Les consommateurs sont devenus bien plus que des acheteurs et sont désormais des parties prenantes actives qui exigent d'être écoutées. Notre marque défend des valeurs d'entraide, d'écoute et de soutien. Nous souhaitons que tous et toutes puissent prendre part aux changements.

INTÉGRITÉ & HONNÊTÉTÉ

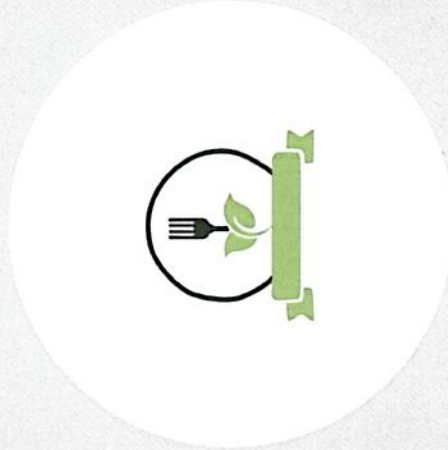
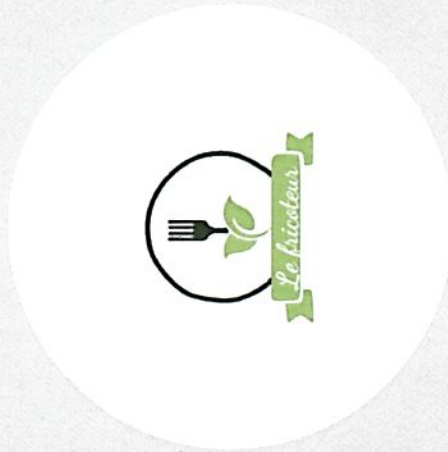
Notre marque souhaite communiquer de façon transparente et mettre en avant par la communauté "des fricoteurs", des échanges entre les utilisateurs. Ainsi ils pourront échanger sur des sujets, des actions qu'ils leur tiennent à coeur.

Logo

L'élément le plus identifiable de notre identité est notre logo. L'utilisation cohérente de notre logo est essentielle pour conserver la force de la marque grâce à une reconnaissance immédiate de qui nous sommes et de ce que nous représentons en tant que marque.

Logo Couleur

Notre logo est simple, propre et élégant. Le graphisme représente une action engagée et tourner vers les autres. Ce logo peut être utilisé avec la marque ou sans. Le logo est disponible pour une utilisation sur fond noir ou fond blanc.
Style général - social et durable.



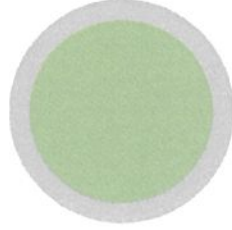
Couleurs

Notre marque est soutenue par une palette de couleurs conçue pour être fraîche, moderne et distinctive. Pour aider à obtenir une plus grande reconnaissance de la marque, il est important que notre palette de couleurs soit appliquée de manière cohérente.

Palette

De couleurs

La palette de couleurs primaires est constante dans toutes les communications. Une hiérarchie de couleurs a été mise en place!



Noir :
#000000

Vert :
#2a3902

Vert :
#b4c761

Vert :
#bccc9a

Gris :
#d9d9d9

Blanc :
#ffffff

Typographie

Dancing script est notre police de caractères de marque, elle doit être utilisée dans tous les cas où la typographie du logo est requise. Il s'agit d'une police décontractée animée où les lettres rebondissent et changent légèrement de taille. Les plafonds sont grands et vont en dessous de la ligne de base. La typographie ne doit pas être négligée en tant qu'élément-clé de notre boîte à outils. Il est important de respecter l'en-tête, le suivi et la disposition du texte spécifiés dans ce document pour assurer la cohérence de la marque dans l'ensemble. La typographie des correspondances est Poppins fait partie de ces polices sans empattements qui jouent la carte de la géométrie : ici tout est ligne droite ou cercle, et il n'y a pas de pleins ou de déliés. Ce parti-pris esthétique donne une écriture élégante, simple, mais à la forte personnalité.

Typographie
Logo

DANCING SCRIPT

ABCDEFGHIJKL
MNOPRSTUVWXYZ

abcdefghijkl

mnpqrstuvwxyz

1234567890!@#%&()+

Aa

Typographie

Correspondance

POPPINS

ABCDEFGHIJKL

MNOPRSTUVWXYZ

abcdefghijkl

mnoprstuvwxyz

1234567890!@#%&()+

A a

Typographie Collection

DANCING SCRIPT

À utiliser pour
les en-têtes
et les titres.
Le logo

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890!@#%&()+

POPPINS

À utiliser pour
le texte
principal et le
corps du texte.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890!@#%&()+

Brittany

A utiliser
principalement
pour les
légendes et les
titres
secondaires

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

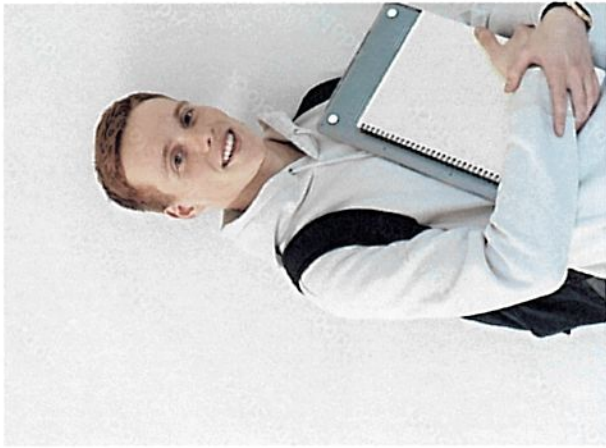
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890!@#%&()+

Imagerie

Notre style de photographies et de tournage capture de vrais moments avec un impact réel. Il transmet une perspective unique sur la nature dynamique de notre communauté, de nos services, de notre action et du monde en constante évolution qui nous entoure.

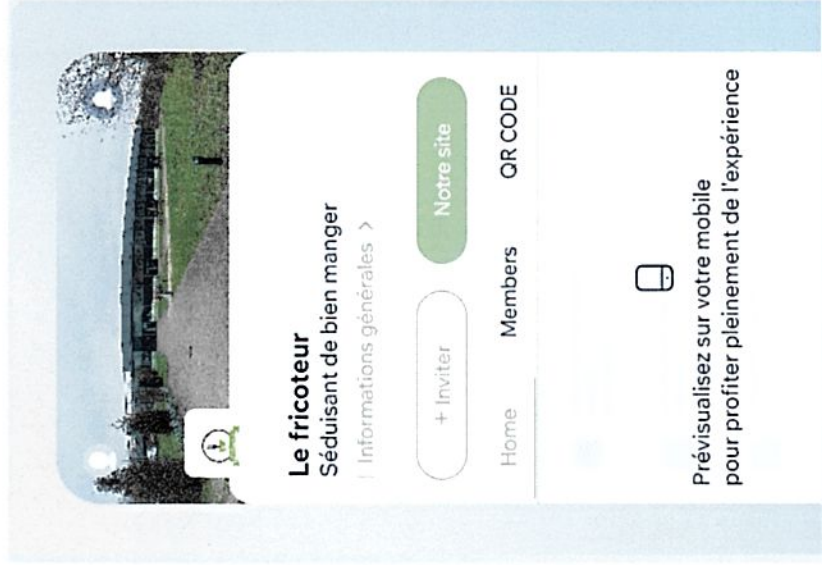
Imagerie Photographie



Imagerie Photographique



Digital



Instagram





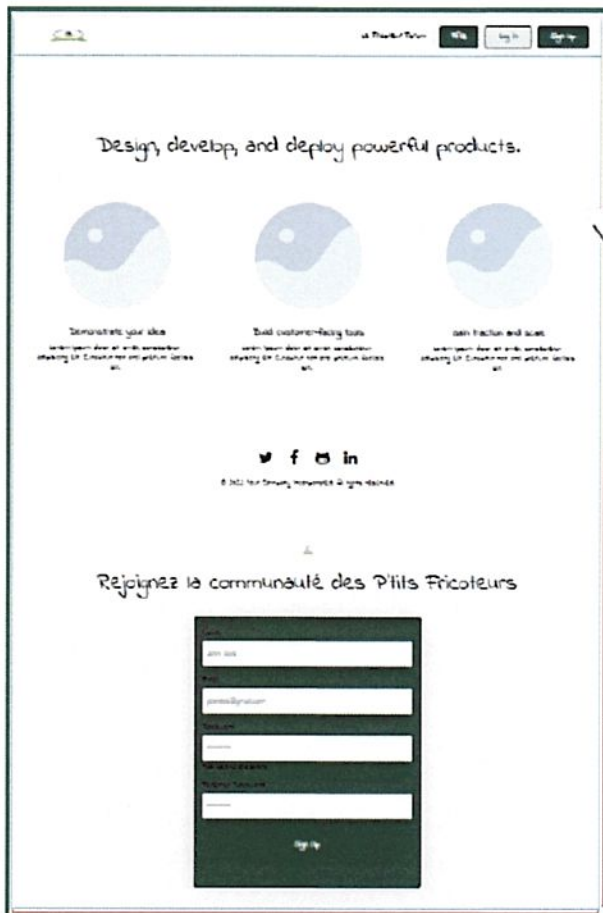
Le Fricoteur

8 Rue Archimède, 79000 Niort

www.lefricoteurniort.com

lefricoteurniort@gmail.com

Wireframe du site :



Le site internet :



L'application mobile :



Compte Instagram :



Compte Facebook : [Le-Fricoteur-Niort 79 | Facebook](#)



Chiffre d'affaire prévisionnel sur 3 exercices :

	Année 1			Année 2			Année 3		
	Plat classique	Plat végétarien	Dessert/Fruit	Plat classique	Plat végétarien	Dessert/Fruit	Plat classique	Plat végétarien	Dessert/Fruit
Estimation basse	5 400,00 €	1 260,00 €	2 430,00 €	5 400,00 €	1 260,00 €	2 430,00 €	5 400,00 €	1 260,00 €	2 430,00 €
Estimation moyenne	9 450,00 €	3 600,00 €	4 950,00 €	9 450,00 €	3 600,00 €	4 950,00 €	9 450,00 €	3 600,00 €	4 950,00 €
Estimation haute	16 740,00 €	3 600,00 €	7 380,00 €	16 740,00 €	3 600,00 €	7 380,00 €	16 740,00 €	3 600,00 €	7 380,00 €
Nombre d'étudiant 2022/2023	1100								
Nombre de repas préparé au CROUS	520/550								
Prix plat classique	1,50 €								
Prix plat végétarien	1,00 €			↑ 1,9% sont végétariens			20,9 élèves		
Dessert/Fruit/ Produit laitier	0,50 €								
Période scolaire	36 semaines	180 jours	Sachant que les statistique estime qu'1 repas sur 4 est sauté						
Boursiers	27%	Estimation de perte : 10%, 5%, 15%							
Non Boursiers	73%								
Capacité Frigo	70	hors dessert/fruit	(CA N - CA N-1) x 100 / CA N-1						

Annexe 9 **Statut de l'association "Le Fricoteur"**

Fondé entre les adhérents aux présents statuts une association régie par l'application de la loi du 1er juillet 1901 ainsi que par le décret du 16 août 1901.

ARTICLE 1ER – NOM

Elle porte le titre suivant: **Le Fricoteur**

ARTICLE 2 – BUT OBJET

Cette association a pour objet de permettre par le biais d'un « frigo solidaire connecté » de distribuer des denrées alimentaires aux étudiants.

ARTICLE 3 – SIÈGE SOCIAL

Le siège social est fixé au 8 Rue Archimède, 79000 Niort.

Il pourra être transféré par simple décision du bureau sous réserve de sa ratification par la plus proche assemblée générale.

Le tribunal compétent pour toute(s) action(s) concernant l'association est celui du domicile de son siège.

Article 4 – DUREE

La durée de l'association est illimitée.

ARTICLE 5 – COMPOSITION

L'association se compose de :

- Membres actifs :

Sont considérés comme tels ceux qui prennent l'engagement de participer au développement de l'association, à ses activités régulières. Ils versent une cotisation annuelle dont le montant est fixé chaque année par l'Assemblée Générale Ordinaire. Ils sont invités aux Assemblées Générales, ils peuvent s'exprimer sur tous les sujets évoqués, ils ont droit de vote.



Le fricoteur



- Membres passifs :

Sont considérés comme tels ceux qui participent ponctuellement aux activités de l'association. Ils prennent l'engagement de verser une cotisation annuelle de soutien dont le montant est fixé par l'Assemblée Générale Ordinaire. Ils sont invités aux Assemblées Générales. Ils peuvent s'exprimer sur tous les sujets évoqués mais ne prennent pas part aux votes.

- Membres associés :

Sont considérés comme tel les associations qui versent une cotisation annuelle dont le montant est fixé chaque année par l'Assemblée Générale Ordinaire. Ils sont invités aux Assemblées Générales. Ils peuvent s'exprimer sur tous les sujets évoqués et bénéficie d'une voix en cas de vote.

- Membres bienfaiteurs :

Sont considérés comme membres bienfaiteurs, ceux qui verse une cotisation annuelle dont le montant est fixé chaque année par l'Assemblée Générale Ordinaire, ils sont invités aux Assemblées Générales. Ils peuvent s'exprimer sur tous les sujets évoqués mais ne prennent part aux votes.

- Membres d'honneurs :

Ceux-ci sont nommés par l'Assemblée Générale délibérant sur proposition du bureau et sont choisis par les membres fondateurs ou les personnes ayant rendu des services à l'association. Ils sont dispensés de toute cotisation. Ils peuvent s'exprimer sur tous les sujets évoqués, mais ne prennent pas part aux votes.



Le fricoteur



ARTICLE 6 - ADMISSION

L'adhésion doit être formulée par écrit et signée par celui qui en fait la demande et pour les mineurs non émancipés par le représentant légal. L'admission des membres est prononcée par le bureau à bulletin secret s'il y a lieu. Chaque membre prend l'engagement de respecter les présents statuts qui lui sont communiqués à son entrée dans l'association.

ARTICLE 7 - RADIATION

La qualité de membre se perd par :

- *La démission;*
- *Le décès;*
- *La radiation prononcée par le bureau pour non-paiement de la cotisation ou pour motif grave (non-respect des statuts ou préjudice aux intérêts de l'association par ses actes, paroles, écrits ou manquements à l'obligation d'entraide entre les adhérents).*

L'intéressé sera invité par lettre recommandée à se présenter devant le bureau pour fournir des explications. Si la personne concernée conteste la décision du bureau, le sujet peut être porté à la connaissance de l'Assemblée Générale Ordinaire qui statuera.

ARTICLE 8 - RESSOURCES DE L'ASSOCIATION

Les ressources de l'association se composent :

- *Des cotisations versées par les membres*
- *Des subventions qui peuvent être accordées par l'Etat, l'Europe, les collectivités territoriales.*
- *Des ressources propres de l'association*
- *Des intérêts ou des revenus des biens et valeurs appartenant à l'association*
- *De toutes sommes perçues en contrepartie des services rendus, des activités proposées par l'association, des ressources autorisées par les textes législatifs et réglementaires en vigueur.*



Le fricotier



ARTICLE 9 – ASSEMBLEES GENERALES

Les assemblées générales se composent de tous les membres de l'association à quel que titre qu'ils y soient affiliés.

Pour toute Assemblée, les convocations doivent être envoyées 15 jours au moins à l'avance, et comporter l'ordre du jour établi par le Bureau.

ARTICLE 10 – ASSEMBLEES GENERALES ORDINAIRES

L'Assemblée Générale Ordinaire a lieu une fois par an, au cours du 1er trimestre de l'année civile ou dans les trois mois qui suivent l'arrêt des comptes.

Elle délibère sur les questions mises à l'ordre du jour, à bulletin secret s'il y a lieu à la majorité absolue des membres présents ou représentés à jour de leur cotisation.

L'Assemblée Générale Ordinaire, entend et vote le rapport moral qui sera fait par le Président, le rapport d'activités par le Secrétaire et le rapport financier par le Trésorier. Elle entend le rapport du vérificateur au compte chargé de la vérification annuelle de la gestion du Trésorier, choisi hors bureau et conseil d'administration. il est élu pour un et il est rééligible.

L'Assemblée Générale Ordinaire, vote le montant de la ou des cotisations annuelles.

Elle entend et vote les projets de l'année suivante ainsi que le(s) budget(s) provisionnel(s).

Elle pourvoit au renouvellement des membres du Conseil d'Administration, sortant(s) ou à remplacer

Elle autorise les actes et engagement dépassant le cadre des pouvoirs propres du Président.

Elle autorise l'adhésion à une ligue, fédération, etc ...

Elle approuve le règlement intérieur s'il y a lieu.



Le fricotier



Il est tenu un procès-verbal des Assemblées Générales Ordinaires, signé par le Président et le Secrétaire.

Les procès-verbaux sont établis, sans blanc, ni rature sur des feuillets numérotés et conservés par le Secrétaire.

Un adhérent âgé de 16 ans, le jour de l'Assemblée Générale Ordinaire, membres depuis plus de 6 mois et à jour de sa cotisation, peut siéger au conseil d'administration.

Pour faire acte de candidature, il devra produire une autorisation parentale ou tutélaire. Il ne pourra pas être élu au poste de Président, Secrétaire ou Trésorier. Un représentant du personnel sera invité aux Assemblées Générales, il pourra s'exprimer sur tous les sujets évoqués, mais ne prendra pas part aux votes.

ARTICLE 11 - ASSEMBLEE GENERALE EXTRAORDINAIRE

Si besoin est, ou sur la demande de la moitié plus un des membres inscrits à jour des cotisations, (ou par exemple à la demande d'un quart des membres) et le président peuvent convoquer une Assemblée Générale Extraordinaire, suivant les modalités prévues aux présents statuts et uniquement pour modification des statuts, la dissolution de l'association ou pour motif grave.

Les modalités de convocation sont les mêmes que pour l'assemblée générale ordinaire.

Les délibérations sont prises à la majorité (ou des deux tiers) des membres présents (ou des suffrages exprimés).



Le fricoteur



ARTICLE 12 – CONSEIL D'ADMINISTRATION

La loi de 1901 n'impose pas l'existence d'un conseil d'administration. Ce n'est qu'un usage, pratique et très répandu. Si cela devient nécessaire, l'association constituera un conseil d'administration.

Les membres seront élus par les membres au bulletin secret en Assemblée Générale Ordinaire, choisi parmi les adhérents ayant cotisé depuis 1an au moins.

La durée de leur mandat sera de 3 ans et composé de 2 membres minimum.

ARTICLE 13 – LE BUREAU

• **Composition et fonctionnement du bureau**

Tout membre à jour de sa cotisation peut être élu membres du bureau s'il siège depuis 2ans au moins au Conseil d'Administration. Les membres du bureau sont élus pour 1an à bulletin secret s'il y a lieu. Ils sont rééligibles.

Le bureau est composée de :

- Un président
- Un secrétaire
- Un trésorier
- Un vice président, s'il y a lieu
- Un secrétaire adjoint s'il y a lieu
- Un trésorier adjoint s'il y'a lieu

Le Bureau se réunit sur convocation du Président ou à la demande de la majorité au moins des membres du Bureau, aussi souvent que l'exigent les circonstances.



Le fricoteur



Fonction :

Le **président** convoque et préside les Assemblées Générales, le conseil administration et le bureau. Il est chargé d'exécuter les décisions des conseils d'administration et assemblées générales.

Il dirige et surveille l'administration générale de l'association. Il est chargé de la correspondance. Il représente l'association dans tous les actes de la vie civile, il est investi de tous les pouvoir à cet effet.

Il a notamment qualité pour ester en justice au nom de l'association tant en demande qu'en défense.

Il peut déléguer certaines de ses attributions dans les conditions définies par le conseil de administration.

Le **Secrétaire** est chargé de la rédaction des procès-verbaux des conseils administration et Assemblées Générales, de la conservation, de la correspondance et des archives.

Le **trésorier** effectue tous paiement et perçoit toutes recettes sous la responsabilité du Président. Il tient une comptabilité de toutes les opérations tant en recettes qu'en dépenses. Il rend compte de sa gestion au conseil administration et Assemblée Générale Ordinaire, il est chargé de la gestion du patrimoine de l'association.

ARTICLE 14 – MODIFICATION DES STATUTS

Les présents statuts ne pourront être modifiés qu'en Assemblée Générale Extraordinaire sur proposition du Bureau ou à la demande de la moitié des adhérents à jour de leur cotisation. Les propositions des modifications sont inscrites à l'ordre du jour de l'Assemblée Générale Extraordinaire, envoyées 15 jours au moins à l'avance à tous les adhérents.



Le fricoteur



ARTICLE 15 – REGLEMENT INTERIEUR

Un règlement intérieur peut-être établi par le Bureau qui le fait alors approuvé par l'Assemblée Générale Ordinaire la plus proche ainsi que ses modifications ultérieures.

Ce règlement éventuel est destiné à fixer les divers points non prévus par les statuts, notamment ceux qui ont un rapport à l'administration et à la vie de l'association.

ARTICLE 16 – DISSOLUTION

En cas de dissolution prononcée selon les modalités prévues à l'article 11, un ou plusieurs liquidateurs sont nommés, et l'actif net, s'il y a lieu, est dévolu à un organisme ayant un but non lucratif conformément aux décisions de l'Assemblée Générale Extraordinaire qui statue sur la dissolution. L'actif net ne peut être dévolu à un membre de l'association, même partiellement, sauf reprise d'un apport.

Article 17 FORMALITES ADMINISTRATIVES :

Le président doit accomplir toutes les formalités de déclaration et de publication prévue par la loi du 1er juillet 1901 et le décret du 16 août 1901, tant au moment de la création de l'association, au cours de son existence ultérieure, notamment lors de la modification des statuts et chaque année lors du renouvellement du Bureau.

En cas d'empêchement, il peut donner délégation à un autre membre du bureau.

Statuts adoptés lors de l'Assemblée Générale Constitutive du

Nom/prénom
du Président
Signature

Nom/prénom
du Secrétaire
Signature

Nom/prénom
du Trésorier
Signature



Le fricoteur





Associations Collectivités Entreprises Bordeaux

16 cours du Général de Gaulle

Gradignan

09 78 97 98 99

Lun 09h-13h et 14h-17h, Mar 09h-13h et 15h30-17h, Mer 09h-13h et 14h-17h, Jeu 09h-13h et 14h-17h, Ven 09h-13h et 14h-17h

Devis délivré le 24/03/2023
et valable jusqu'au 24/06/2023

7901

LE FRICOTEUR
8 RUE ARCHIMEDE

N° de sociétaire 9360196J

79000 NIORT

Votre devis ASSURANCE MULTIRISQUE

RAQVAM Associations et Collectivités

Votre situation A901/

Activité principale de l'association :

autre que sportive

Nombre de participants :

1 à 50 participants

Budget annuel de fonctionnement

moins de 92 000 euros

Occupation de locaux :

non

Valeur des biens mobiliers et matériels :

de 7 700 euros à 16 000 euros

Vos besoins

Vous souhaitez assurer les activités de votre structure et bénéficier au moins d'une de ces garanties :

- Couverture des responsabilités encourues et défense des intérêts
- Couverture des dommages aux biens
- Accompagnement juridique
- Couverture des dommages corporels

Sous réserve de la validité des informations communiquées et de l'acceptation du risque par MAIF.

Nous vous conseillons le contrat d'assurance multirisque RAQVAM qui est adapté à votre situation et aux besoins de couverture exprimés.

Votre cotisation annuelle 2023	76,13	€
Pour la période du 24/03/2023 au	59,03	€

Nos principales garanties :

- Responsabilité civile-Défense
- Recours-protection juridique
- Assistance
- Indemnisation des dommages corporels

Pour Tous

- Bénévoles
- Dirigeants
- Salariés
- Adhérents
- Participants même occasionnels

Raqvam Associations et Collectivités garantit toutes les activités mises en place par l'association (y compris sur les trajets aller et retour), à l'exception notamment :

- des activités aériennes (sauf le parachutisme et le deltaplane qui restent garantis),
- des compétitions avec utilisation de véhicules à moteur.

Raqvam Associations et Collectivités garantit également toutes les activités culturelles, récréatives ou de loisirs organisées par l'association, y compris les sports pratiqués de façon occasionnelle.

Nos pièce(s) jointe(s)

- Tableau de garanties+
- Document d'information
- Fiche d'information sur cotisation et frais

En toute transparence

Nous vous informons que le personnel MAIF intervenant dans le cadre de la distribution de ce contrat d'assurance perçoit une rémunération fixe, sans aucun commissionnement.

Vous avez la faculté de vous opposer à l'utilisation de supports de nature électronique, dès notre entrée en relation et à n'importe quel moment, et de demander qu'un support papier soit utilisé pour la poursuite de

Vos données personnelles sont traitées par MAIF, responsable de traitement et sont utilisées pour :

- La réalisation des opérations précontractuelles ou contractuelles sur la base de l'exécution du contrat. Pour l'appréciation du risque et la tarification, vous pouvez faire l'objet d'une décision automatisée et demander l'intervention d'un conseiller.
- La personnalisation des offres et l'envoi d'informations sur les produits et services distribués par le Groupe MAIF et ses partenaires sur la base de vos choix et de notre intérêt légitime (consentement, que vous pouvez retirer à tout moment, ou opposition).
- La lutte contre le blanchiment d'argent et le financement du terrorisme dans le cadre de la législation.
- La réalisation de statistiques sur la base de l'intérêt légitime. La durée de conservation de vos données est comprise entre 36 mois et la durée du contrat augmentée des prescriptions applicables (en cas de souscription).

Les destinataires de vos données sont la MAIF et ses sous-traitants. Vous disposez d'un droit d'accès, de rectification, de limitation, de portabilité, d'opposition, de suppression, et vous pouvez définir des directives post mortem relatives à vos données. Si vous ne souhaitez pas faire l'objet d'un démarchage téléphonique, vous pouvez vous inscrire sur la liste d'opposition sur le site www.bloctel.gouv.fr, toutefois, sauf opposition, en tant que sociétaire ou adhérent, nous sommes susceptibles de vous adresser de tels appels téléphoniques. Vous pouvez exercer vos droits auprès de MAIF en contactant le Délégué à la protection des données du Groupe MAIF, CS 90000, 79038 Niort cedex 9 ou vosdonnees@maif.fr. Vous pouvez introduire une réclamation auprès de la CNIL, TSA 80715 - 75334 PARIS CEDEX 07. Pour en savoir plus, rendez-vous sur maif.fr rubrique Données personnelles.

Fiche d'information responsabilité civile (conformément à l'article L 112-2 du Code des Assurances)

Définitions

Fait dommageable : ou événement à l'origine des dommages subis par la victime et faisant l'objet d'une réclamation.

Réclamation : Toute demande en réparation amiable ou contentieuse formée par la victime d'un dommage ou ses ayants droit et adressée à l'assuré ou à son assureur. Un même sinistre peut faire l'objet de plusieurs réclamations, soit d'une même victime, soit de plusieurs victimes.

Période de validité de la garantie : Période comprise entre la date de prise d'effet de la garantie et, après d'éventuelles reconductions, sa date de résiliation ou d'expiration.

Votre contrat

La garantie est déclenchée par la réclamation. L'assureur apporte sa garantie lorsqu'une réclamation consécutive à des dommages causés à autrui est formulée et que votre responsabilité civile ou celle des autres personnes garanties par le contrat est engagée, dès lors que le fait à l'origine de ces dommages est antérieur à la date de résiliation ou d'expiration de la garantie, et que la première réclamation est formulée entre la prise d'effet initiale de la garantie et l'expiration d'un délai de 5 ans à compter de la date de résiliation ou d'expiration des garanties, quelle que soit la date des autres éléments constitutifs des sinistres.



ASSURANCE MULTIRISQUE

Raqqam Associations et Collectivités

Contenu et montant maximum des garanties

Les plafonds s'entendent par sinistre, à l'exception du plafond relatif aux dommages liés à toute maladie transmissible, à la responsabilité civile « produits » et des plafonds relatifs aux atteintes à l'environnement, accordés pour une année d'assurance, conformément à l'article 24.4 des conditions générales.

Désignation	Contenu	Plafonds
RESPONSABILITÉ CIVILE - DÉFENSE (art. 20 à 24 des conditions générales)	1 - Responsabilité civile générale - dommages corporels - dommages matériels et immatériels consécutifs - dommages corporels résultant de la responsabilité civile médicale <i>La garantie est toutefois limitée, tous dommages confondus à</i> - dommages immatériels non consécutifs - à l'exception de ceux résultant de la violation du secret médical 2 - Responsabilité civile « atteintes à l'environnement » - dont dommages environnementaux et préjudice écologique 3 - Responsabilité civile des dirigeants et mandataires sociaux 4 - Responsabilité civile du locataire ou de l'occupant à l'égard du propriétaire (y compris la responsabilité locative du fait de la perte de loyers que pourrait subir le propriétaire), responsabilité du propriétaire et/ou du locataire à l'égard des voisins et des tiers, Responsabilité du propriétaire à l'égard du locataire (recours des locataires) 5 - Responsabilité civile « produits » (y compris le risque d'intoxication alimentaire) - dont frais de retrait - dont dommages immatériels non consécutifs 6 - Responsabilité civile « agence de voyages » 7 - Responsabilité civile liée aux maladies transmissibles, tous dommages confondus - à l'exception des dommages immatériels non consécutifs 8 - Défense 9 - Défense des salariés (cf. article 21-2 des conditions générales)	30 000 000 € 15 000 000 € 30 000 000 € 30 000 000 € 50 000 € 155 000 € 5 000 000 € 50 000 € 310 000 € 125 000 000 € (pour les seuls dommages matériels) 5 000 000 € 1 000 000 € 50 000 € 5 000 000 € 2 000 000 € 50 000 € 300 000 € 20 000 €
DOMMAGES AUX BIENS ASSURÉS (art. 25 à 33 des conditions générales)	1 - Mesures d'urgence 2 - Dommages aux biens de la collectivité - meubles meublants et, en matière immobilière, ouvrages, dont le coefficient de vétusté est inférieur à 1/3 - meubles meublants et, en matière immobilière, ouvrages, dont le coefficient de vétusté est supérieur à 1/3 - autres biens dont bateaux avec et sans moteur - espèces, titres et valeurs détenus au titre des activités de la collectivité assurée - vol d'objets dans (ou sur) un véhicule ou un bateau 3 - Garanties des expositions - exposition ne nécessitant pas une déclaration préalable (valeur inférieure ou égale à 77 000 €) - exposition nécessitant une déclaration préalable (valeur supérieure à 77 000 €) 4 - Dommages aux biens des participants - vêtements et biens utilisés à l'occasion de l'activité assurée 5 - Garanties accessoires - frais de déplacement et de remplacement d'objets mobiliers à la suite d'un sinistre garanti ... - frais de déblais et de transport des décombres - frais consécutifs à l'impossibilité d'occuper les bâtiments - frais de mise en conformité des bâtiments - frais de retraitement après échouement ou naufrage du bateau	voir annexe 3B des conditions générales valeur de reconstruction ou de remplacement valeur de reconstruction ou de remise en état, vétusté déduite, dans la limite de la valeur vénale valeur vénale 1 600 € 4 600 € valeur vénale à concurrence de 77 000 € valeur vénale à concurrence de la valeur assurée 600 € à concurrence de leur montant à concurrence de leur montant à concurrence de la valeur locative mensuelle des bâtiments sinistrés dans la limite de 12 mois à concurrence de 10 % du montant de la remise en état à l'identique à concurrence de la valeur vénale du bateau au jour du sinistre
INDEMNISATION DES DOMMAGES CORPORELS (art. 34 à 41 des conditions générales)	1 - Services d'aide à la personne : assistance à domicile 2 - Frais médicaux, pharmaceutiques, chirurgicaux, et de transport des blessés - dont frais de lunetterie - dont frais de rattrapage scolaire, exposés après 15 jours consécutifs d'interruption de la scolarité 3 - Pertes justifiées de revenus des personnes actives pour la période d'incapacité de travail résultant de l'accident 4 - Capital proportionnel au taux d'atteinte permanente à l'intégrité physique et psychique subsistant après consolidation : - jusqu'à 9 % - de 10 à 19 % - de 20 à 34 % - de 35 à 49 % - de 50 à 100 % : - sans tierce personne - avec tierce personne 5 - Capitaux décès : - capital de base (art. 36.1) - capitaux supplémentaires (art. 36.2) - conjoint - chaque enfant à charge 6 - Frais de recherche et de sauvetage de vies humaines	à concurrence de 700 € et dans la limite de 3 semaines 1 400 € 80 € 16 € par jour dans la limite de 310 € à concurrence de 16 € par jour dans la limite de 3 100 € 6 100 € x taux 7 700 € x taux 13 000 € x taux 16 000 € x taux 23 000 € x taux 46 000 € x taux 3 100 € 3 900 € 3 100 € à concurrence des frais engagés et dans la limite de 7 700 € par victime
RECOURS PROTECTION JURIDIQUE (art. 42 à 47 des conditions générales)	À la condition, en ce qui concerne le recours judiciaire, que le montant des dommages visés à l'article 45 des conditions générales soit supérieur à 5 fois la franchise générale.....	sans limitation de somme
ASSISTANCE (art. 54 des conditions générales)	Les participants aux activités de la collectivité assurée souscriptrice du contrat Raqqam bénéficient des garanties d'assistance dans les conditions et selon les plafonds prévus par la convention d'assistance annexée aux conditions générales.	

Franchises

- Franchises contractuelles
- franchises applicables aux indemnités versées au titre de la garantie dommages aux biens :
 - franchise générale : 150 € ;
 - franchise applicable aux dommages subis par les biens assurés en cas d'événements dus à des inondations, ruissellements de boue, glissements ou effondrements de terrain, avalanches, cyclones : franchise alignée sur le montant de la franchise légale catastrophes naturelles ;
 - franchise « vol » : 10 % du montant de l'indemnité, sans pouvoir être inférieure à 360 €. En cas de vol d'objets dans (ou sur) un véhicule ou un bateau, le montant de la franchise est doublé. Si dans les douze mois qui suivent la date d'un premier vol, d'autres sinistres surviennent dans un même lieu de risque, la franchise applicable à l'exercice en cours (ainsi que les bornes dans lesquelles elle se situe) progresse de façon arithmétique à chaque nouvelle déclaration de sinistre : elle est doublée au second, triplée au troisième...
- franchise applicable aux indemnités versées au titre de la garantie responsabilité civile : néant.
- Franchise applicable aux dommages subis par les biens assurés et résultant d'un événement catastrophes naturelles (y compris sécheresse) : franchise légale sous réserve de dispositions particulières en cas d'arrêts successifs concernant la même commune.

Assurance Multirisque professionnelle

Document d'information sur le produit d'assurance
MAIF - Entreprise d'assurance immatriculée en France et régie par le Code
des assurances - 775709702
Raqqam Associations et Collectivités



Ce document d'information présente un résumé des principales garanties et exclusions du produit. Il ne prend pas en compte les besoins et demandes spécifiques. Une information complète sur ce produit est fournie dans la documentation précontractuelle et contractuelle.

De quel type d'assurance s'agit-il ?

Ce produit multirisque est destiné à protéger la collectivité et ses membres (dirigeants, bénévoles, salariés, adhérents, participants), ses activités, les biens (locaux et mobiliers, propriété de la collectivité ou mis à sa disposition, biens des participants), les responsabilités encourues par la collectivité et ses membres dans le cadre des activités ainsi que leurs droits.



Qu'est-ce qui est assuré ?

Les garanties précédées d'une coche ✓ sont systématiquement prévues au contrat

Responsabilité civile (indemnisation des dommages causés aux tiers)

- ✓ Responsabilité civile générale
 - ✓ dommages corporels, matériels et immatériels consécutifs, dans la limite globale de 30 000 000 € tous dommages confondus
 - ✓ dommages immatériels non consécutifs (50 000 €)
- ✓ Responsabilité civile particulière
 - ✓ atteintes à l'environnement (5 000 000 €), dont préjudice écologique
 - ✓ liée à la propriété, à la location ou occupation des bâtiments (dommages matériels 125 000 000 €)
 - ✓ dirigeants et mandataires sociaux (310 000 €)
 - ✓ produits, y compris le risque d'intoxication alimentaire (5 000 000 €)
 - ✓ agence de voyages (5 000 000 €)
 - ✓ liée aux maladies transmissibles (2 000 000 € tous dommages confondus) à l'exception des dommages immatériels non consécutifs (50 000 €)

Défense des intérêts de l'assuré

- ✓ Suite à un accident garanti qui engage sa responsabilité civile (300 000 €)
- ✓ Autres cas de défense du salarié (20 000 €)

Dommages aux biens

Événements garantis :

- ✓ Incendie-explosion, dégât des eaux, vol ou tentative de vol, vandalisme
- ✓ Attentats, événements climatiques, catastrophes naturelles
- ✓ Autres dommages accidentels

Biens garantis :

- ✓ Biens transportés
- ✓ Biens mobiliers et immobiliers de la collectivité : si vétusté ≤ à 1/3, valeur de remplacement ou de reconstruction ; si vétusté > à 1/3, valeur de remise en état ou de reconstruction vétusté déduite, dans la limite de la valeur vénale
- ✓ Autres biens dont bateaux avec et sans moteur (valeur vénale)
- ✓ Espèces, titres et valeurs détenus au titre des activités (1 600 €)
- ✓ Expositions d'une valeur ≤ à 77 000 €
- ✓ Biens des participants utilisés lors de l'activité (600 €)

Frais supplémentaires garantis :

- ✓ Mesures d'urgence (mise en œuvre et prise en charge)
- ✓ Frais de relogement temporaire en cas d'impossibilité d'occuper les locaux sinistrés

Dommages corporels (indemnisation des accidents corporels survenant dans le cadre des activités de la collectivité)

- ✓ Frais médicaux restés à charge (plafond de 1 400 €)
- ✓ Services d'aide à la personne : assistance à domicile (plafond de 700 €) et service d'accompagnement
- ✓ Pertes justifiées de revenus pour la période d'incapacité de travail résultant de l'accident, dans la limite de 3 100 €
- ✓ Incapacité permanente : dès le premier point d'incapacité
- ✓ Capitaux décès : capital de base (3 100 €), capitaux supplémentaires (conjoint 3 900 €, chaque enfant à charge 3 100 €)
- ✓ Frais de recherche et de sauvetage de vies humaines (plafond de 7 700 €)
- ✓ Assistance en cas de déplacement et rapatriement sanitaire

Recours-protection juridique

- ✓ Recours amiable ou judiciaire contre le tiers responsable
- ✓ Honoraires d'avocats et de conseils pris en charge (sans limitation de somme)
- ✓ Service d'information juridique personnalisée par téléphone

Garanties optionnelles

Annulation spectacles, Annulation voyages/locations, Expositions d'une valeur > à 77 000 €, Chevaux et poneys, Pertes d'exploitation, Transports et conservation de fonds, Tous risques informatiques, Protection renforcée des dirigeants, Responsabilité du constructeur, Responsabilité civile garagiste, Responsabilité tutéaire, Garanties de subsistance/Financière/Hors centre destinées aux structures d'accueil pour personnes handicapées



Qu'est-ce qui n'est pas assuré ?

- ✗ Les véhicules terrestres à moteur, leurs remorques et accessoires
- ✗ Les expositions se déroulant à l'extérieur des locaux (sur la voie publique ou sur un terrain privé)
- ✗ Les aéronefs (engins de toute nature, y compris les deltaplanes, ailes delta, ailes volantes), à l'exception des parachutes, parapentes non tractés, et des aéromodèles de catégorie A (notamment les drones) déclarés au contrat < à 25 kg
- ✗ Les recherches impliquant la personne humaine
- ✗ Les animaux et les végétaux
- ✗ La perte



Y a-t-il des exclusions à la couverture ?

Principales exclusions

Les dommages

- ! Résultant de l'exercice d'activités non assurées au titre du contrat
- ! Résultant de travaux de construction relevant de la loi du 4 janvier 1978, pendant leur réalisation
- ! Résultant de la faute intentionnelle ou dolosive de l'assuré
- ! Résultant de la participation active de l'assuré à un acte illicite constituant un crime ou un délit intentionnel
- ! Résultant de maladies transmissibles dont les épidémies, pandémies, maladies contagieuses et épizooties (sauf conséquences pécuniaires de la responsabilité civile liée, et prestations d'assistance) et des mesures prises par les autorités publiques qui en résultent
- ! Survenus aux biens immobiliers et bateaux non déclarés
- ! Résultant de la seule vétusté

Principales restrictions

- ! En cas de dommages subis par les biens, l'assuré conserve à sa charge une somme (franchise) de 150 €
- ! En cas de sinistre consécutif à un événement climatique ou une catastrophe naturelle, application de la franchise légale
- ! Pour la garantie recours-protection juridique, une intervention judiciaire ne sera pas exercée si les intérêts en jeu sont ≤ à 750 € ou si l'événement à l'origine du dommage est survenu en dehors de la France métropolitaine, Guadeloupe, Martinique, Réunion, Saint-Barthélemy et Saint-Martin (partie française) et de Monaco



Où suis-je couvert ?

Sous réserve des dispositions propres à certaines garanties (assistance en cas de déplacement, recours et protection juridique) :

- ✓ En France métropolitaine, Guadeloupe, Martinique, Réunion, Saint-Barthélemy, Saint-Martin pour sa partie française uniquement et à Monaco, sans limitation de durée.
- ✓ Dans tous les autres pays du monde ou territoires (sauf biens immobiliers et recours-protection juridique), dès lors que le voyage ou séjour n'excède pas un an.



Quelles sont mes obligations ?

• **Lors de la souscription du contrat :**

Répondre exactement aux questions posées par l'assureur pour lui permettre de connaître et d'apprécier le risque à assurer.

Fournir tous documents justificatifs demandés par l'assureur.

Régler la cotisation (ou fraction de cotisation) indiquée au contrat.

• **En cours de contrat :**

Déclarer dans un délai de 15 jours toutes circonstances nouvelles qui modifient les éléments de réponse apportés aux questions de l'assureur lors de la souscription.

• **En cas de sinistre :**

Déclarer tout événement susceptible de mettre en jeu l'une des garanties souscrite dans les 5 jours ouvrés de la date à laquelle l'assuré en a eu connaissance ; en cas de catastrophe naturelle, dans les 30 jours ouvrés à partir de la publication de l'arrêté constatant cet état. En cas de vol ou tentative de vol, déposer plainte auprès des autorités compétentes et fournir le récépissé délivré.



Quand et comment effectuer le paiement ?

La cotisation est exigible au 1^{er} janvier. Le règlement peut être effectué en une fois, en deux fois ou mensuellement. Les paiements peuvent être effectués par chèque ou prélèvement automatique.



Quand commence la couverture et quand prend-elle fin ?

L'année de la souscription, de la date de prise d'effet au 31 décembre suivant. Le contrat est ensuite reconduit automatiquement pour une année à chaque 1^{er} janvier, sauf résiliation par l'une des parties dans les cas et conditions fixés au contrat.



Comment puis-je résilier mon contrat ?

Chaque année au 31 décembre, moyennant un préavis de deux mois. La résiliation doit être demandée, soit par lettre, soit par envoi électronique à l'assureur.



MAIF
Société d'assurance mutuelle à cotisations variables
Entreprise régie par le Code des assurances
CS 90000 - 79038 Niort cedex 9

Barème de frais applicables à compter du 01/01/2023 pour les Associations et les Collectivités

Les montants TTC indiqués incluent les taxes sur les conventions d'assurance (lorsqu'elles s'appliquent).

Pourquoi ce document ? Il répertorie l'ensemble des frais applicables en fonction des contrats détenus.

Droit d'adhésion ou d'admission et frais de réadmission recouvrables une seule fois à la souscription du premier contrat

Intitulé des sommes mises en recouvrement	Montant HT	Montant TTC	Taux de taxes
Droit d'adhésion*	5,00 €	5,00 €	0 %
Frais de réadmission	4,59 €	5,00 €	9 %

* Les écoles maternelles et primaires sont exemptées du paiement du droit d'adhésion.

Frais de paiement applicables en cas de fractionnement de la cotisation annuelle

Modalité de paiement	Contrat(s) détenu(s)	Frais HT	Frais TTC ¹	Taux de taxes
2 X	Vam seul ou Raqvam + Vam ou Auto-mission	1 %	1,33 %	33 %
	Raqvam uniquement	1 %	1,09 %	9 %

Pour le paiement en 2 fois, le montant des frais est calculé à partir de la cotisation annuelle HT.

Modalité de paiement	Contrat(s) détenu(s)	Frais HT	Frais TTC ¹	Taux de taxes ²
12 X	Quel que soit le contrat	1,80 %	2,39 %	33 %

Pour le paiement en 12 fois, le montant des frais est calculé à partir de la cotisation annuelle TTC.

Frais d'échéance

Contrats et garanties	Montant HT	Montant TTC	Taux de taxes
Souscripteur des garanties Raqvam relevant des domaines suivants : école maternelle, école primaire, collège, lycée, établissement d'enseignement supérieur, Greta, formation continue et éducation permanente du secteur public	6,71 €	7,31 €	9 %
Souscripteurs uniquement des garanties Vam ou souscripteurs relevant des secteurs autres que ci-dessus avec ou sans garantie Vam et payant une cotisation annuelle H.T :			
• Inférieure à 765 € Vam ou Raqvam + Vam ou Auto-mission	6,71 €	8,92 €	33 %
Raqvam uniquement	6,71 €	7,31 €	9 %
• Comprise entre 765 € et 3 050 € Vam ou Raqvam + Vam ou Auto-mission	20,12 €	26,76 €	33 %
Raqvam uniquement	20,12 €	21,93 €	9 %
• Supérieure à 3 050 € Vam seul ou Raqvam + Vam ou Auto-mission	40,25 €	53,53 €	33 %
Raqvam uniquement	40,25 €	43,87 €	9 %

Les frais d'échéance sont destinés à couvrir les frais qu'entraîne l'opération de recouvrement de la cotisation annuelle indépendamment des opérations réalisées. Le montant de ces frais varie en fonction de la nature des contrats souscrits et du montant de la cotisation annuelle HT. Ils s'appliquent à chaque échéance annuelle, dont la date est fixée à la MAIF au 1^{er} janvier.

Frais d'impayés applicables en cas de défaut de paiement de la cotisation

Intitulé des sommes mises en recouvrement	Montant HT	Montant TTC	Taux de taxes ²
Frais d'impayés	5,34 €	7,10 €	33 %

La contribution « solidarité victimes terrorisme infractions » est fixée à 5,90 €. Elle est perçue à la souscription puis une fois par an, à l'échéance, au profit du Fonds de garantie des victimes d'actes de terrorisme et d'autres infractions (FGTI), pour chaque contrat comportant une garantie dommages. Elle n'est ni fractionnable lors de la souscription, ni remboursable en cas de suppression ou de résiliation en cours d'année.

1. Frais HT x taux de taxes applicable.

2. Taux spécifiques appliqués à Saint-Martin 10 %, à Monaco 7 % et à Saint-Barthélemy 0 %.

SE REPORTER DIRECTEMENT A LA OU LES SECTIONS VOUS CONCERNANT

Section 1 – ACTIVITÉS DE RESTAURATION	
<input type="checkbox"/> RESTAURATION COMMERCIALE <input type="checkbox"/> Traditionnelle <input type="checkbox"/> Rapide	Nombre de places assises
Particularités le cas échéant : <input type="checkbox"/> Livraison de repas à domicile <input type="checkbox"/> Vente de repas à distance <input type="checkbox"/> Véhicule boutique (foodtruck) <input type="checkbox"/> Restaurant caritatif <input type="checkbox"/> Cuisine à domicile <input type="checkbox"/> Mise à mort de grenouilles <input type="checkbox"/> Mise à mort d'escargots <input type="checkbox"/> Viande hachée à l'avance	
<input type="checkbox"/> RESTAURATION COLLECTIVE <i>Dans le cas où l'activité de restauration est sous-traitée à une société de restauration collective, alors deux déclarations sont nécessaires ; une par le propriétaire des locaux et une par le prestataire.</i>	
Nombre de repas par semaine	
Statut de l'établissement déclarant : <input type="checkbox"/> Propriétaire <input type="checkbox"/> Prestataire indiquer le numéro de SIRET du bénéficiaire de la prestation de service (ne pas remplir les rubriques suivantes et joindre la déclaration du propriétaire): indiquer le numéro de SIRET du prestataire le cas échéant : 	
Public sensible : <input type="checkbox"/> Jeunes enfants <input type="checkbox"/> Enfants <input type="checkbox"/> Personnes hospitalisées <input type="checkbox"/> Personnes âgées / maison de retraite	
Lieu de distribution : <input type="checkbox"/> Centre aéré, accueil de loisirs <input type="checkbox"/> Établissement pénitentiaire <input type="checkbox"/> Crèche (dont micro-crèche) <input type="checkbox"/> Établissement médico-social <input type="checkbox"/> Crèche parentale <input type="checkbox"/> Établissement d'enseignement <input type="checkbox"/> Centre de vacances permanent <input type="checkbox"/> Restaurant d'entreprise / administration <input type="checkbox"/> Centre de vacances occasionnel <input type="checkbox"/> Cuisine pédagogique <input type="checkbox"/> Portage à domicile	Fonctionnement : <input type="checkbox"/> Cuisine centrale Attention, l'agrément sanitaire peut être requis Nombre de cuisines satellites sur le site de la cuisine centrale : <input type="checkbox"/> Cuisine sur place (fabrication et distribution de repas sur place) <input type="checkbox"/> Cuisine satellite (consommation de repas sur place) Indiquer le n°SIRET de la cuisine centrale qui vous livre <input type="checkbox"/> Liaison chaude <input type="checkbox"/> Liaison froide

Section 2 – ACTIVITÉS DE COMMERCE OU DE PRODUCTION FERMIÈRE																
Type d'activité	<input type="checkbox"/> Producteur fermier <input type="checkbox"/> Métier de bouche (ex : je tiens une poissonnerie) <input type="checkbox"/> Commerce alimentaire (ex : je possède un laboratoire de transformation dans un supermarché) <input type="checkbox"/> Déclaration d'un atelier collectif <input type="checkbox"/> Déclaration d'un point de vente collectif (producteurs fermiers uniquement)															
Type de denrée	<table style="width:100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 33%;"><input type="checkbox"/> Chocolats</td> <td style="width: 33%;"><input type="checkbox"/> Glaces</td> <td style="width: 33%;"><input type="checkbox"/> Poissons, coquillages, produits de la pêche</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Découpe, piéçage de viande fraîche (dont hachage)</td> <td><input type="checkbox"/> Lait cru</td> <td><input type="checkbox"/> Œufs frais</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Transformation de viande, produits de charcuterie</td> <td><input type="checkbox"/> Miel</td> <td><input type="checkbox"/> Escargots (entiers, préparés ou transformés)</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Fromages, yaourts, beurre</td> <td><input type="checkbox"/> Pain / pâtisseries</td> <td><input type="checkbox"/> Cuisses de grenouilles</td> </tr> <tr> <td colspan="3">Autre (à préciser dans le champ libre)</td> </tr> </table>	<input type="checkbox"/> Chocolats	<input type="checkbox"/> Glaces	<input type="checkbox"/> Poissons, coquillages, produits de la pêche	<input type="checkbox"/> Découpe, piéçage de viande fraîche (dont hachage)	<input type="checkbox"/> Lait cru	<input type="checkbox"/> Œufs frais	<input type="checkbox"/> Transformation de viande, produits de charcuterie	<input type="checkbox"/> Miel	<input type="checkbox"/> Escargots (entiers, préparés ou transformés)	<input type="checkbox"/> Fromages, yaourts, beurre	<input type="checkbox"/> Pain / pâtisseries	<input type="checkbox"/> Cuisses de grenouilles	Autre (à préciser dans le champ libre)		
<input type="checkbox"/> Chocolats	<input type="checkbox"/> Glaces	<input type="checkbox"/> Poissons, coquillages, produits de la pêche														
<input type="checkbox"/> Découpe, piéçage de viande fraîche (dont hachage)	<input type="checkbox"/> Lait cru	<input type="checkbox"/> Œufs frais														
<input type="checkbox"/> Transformation de viande, produits de charcuterie	<input type="checkbox"/> Miel	<input type="checkbox"/> Escargots (entiers, préparés ou transformés)														
<input type="checkbox"/> Fromages, yaourts, beurre	<input type="checkbox"/> Pain / pâtisseries	<input type="checkbox"/> Cuisses de grenouilles														
Autre (à préciser dans le champ libre)																
Fonctionnement	<input type="checkbox"/> Préparation / fabrication de denrées sur place <input type="checkbox"/> Mise à mort de grenouilles <input type="checkbox"/> Mise à mort d'escargots <input type="checkbox"/> Vente de denrées sur place (boutique, ferme...) <input type="checkbox"/> Vente de denrées à distance, e-commerce															
Lieu de distribution	Pour tous, le cas échéant : <input type="checkbox"/> Distribution automatique <input type="checkbox"/> Véhicule boutique <input type="checkbox"/> Étal(s) de marché, le cas échéant, préciser le(s)quel(s) : Pour les commerces alimentaires uniquement : <input type="checkbox"/> Alimentation générale, supérette, épicerie <input type="checkbox"/> Grande et moyenne surface : supermarché, hypermarché <input type="checkbox"/> Magasin de surgelés Pour les producteurs fermiers uniquement, le cas échéant : <input type="checkbox"/> Point de vente collectif, préciser le SIRET 															
Volume de	Litres de lait transformés par an, ou volume de produits affinés ou mis en vente, tonnes par an :															

Section 7 – ACTIVITÉS DE COLLECTE

Œufs (collecteur uniquement)

Gibier sauvage (en peau uniquement)

Miel

Section 8 – ACTIVITÉS DE NÉGOCE, DES SIÈGES SOCIAUX

Négoce (activité de négoce, courtier, trader)

Sièges sociaux (gestion administrative)

Remise directe

Restauration collective

Transformation

¹ Si l'entrepôt n'est pas exploité par un grossiste ou une plate-forme de distribution et qu'il entrepose à température dirigée, il doit effectuer une demande d'agrément sanitaire (article 4 du règlement (CE) n°853/2004). Utiliser le formulaire CERFA n°13983 et non le CERFA n°13984.

MENTIONS LÉGALES : VOS DROITS

La loi n°78-17 du 6 janvier 1978 relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés s'applique aux réponses faites sur ce formulaire. Elle garantit un droit d'accès et de rectifications pour les données à caractère personnel vous concernant auprès de l'organisme qui traite votre demande.

ENGAGEMENTS ET SIGNATURE

Je soussigné(e) (nom et prénom) :

certifie pouvoir représenter le demandeur dans le cadre de la présente formalité ;

certifie l'exactitude de l'ensemble des informations fournies dans le présent formulaire et dossier ci-joint ;

m'engage à mettre en place le plan de maîtrise sanitaire (bonnes pratiques d'hygiène et procédures fondées sur les principes HACCP ; une instruction du ministère en charge de l'agriculture précise les mesures d'assouplissement permises pour ce plan de maîtrise sanitaire) ;

m'engage à faire une actualisation des informations fournies à chaque changement d'adresse ou d'activité.

Dans le cadre d'une déclaration d'activité de prestation de service en restauration collective, avoir joint à ce courrier une copie du Cerfa n°13984 du propriétaire de l'établissement où la prestation de service est réalisée. (ne pas cocher le cas échéant)

Fait le

Format jj/mm/aaaa

Signature :

RÉSERVÉ À L'ADMINISTRATION

À L'USAGE DU MINISTÈRE EN CHARGE DE L'AGRICULTURE – NE RIEN INSCRIRE DANS CETTE SECTION

RÉCÉPISSÉ DE DÉCLARATION

Demande reçue le |_|_|/|_|_|/|_|_|_|_|

Signature :

Numéro d'identification pour* :

- Les établissements d'abattage non agréés : _____

- Les centres de collecte de gibiers : _____

*Les autres établissements sont identifiés par leur numéro SIRET uniquement.

La Fondation Poitiers Université

La fondation dont elle s'est dotée, en 2009, en vue de soutenir de grands projets et de faciliter la synergie et la coopération sur le territoire, constitue un outil remarquable d'adaptation aux nouveaux enjeux sociétaux. Entreprises, particuliers, collectivités territoriales et organisations professionnelles, aujourd'hui plus de 60 partenaires ont rejoint la Fondation Poitiers Université.

Les fondateurs

Les partenaires

XI. Glossaire : Abreviation

INPI : Institut national de la propriété industrielle

RU : Restaurant universitaire

IS : impôt société

TVA : Taxe sur la valeur ajoutée

CET : contribution économique territoriale

AOT : Occupation du domaine public par un commerce

CE : Conformité Européenne

RGPD : Règlement général sur la protection des données

CNIL : Commission nationale de l'informatique et des libertés

AIPD : Analyse d'impact relative à la protection des données

BFR : Besoins en fonds de roulement

HACCP : Hazard Analysis Critical Control Point. En français, cela se traduit par système d'analyse des dangers et points critiques pour leur maîtrise.

XI. Bibliographie

Info sur mise en page des annexes :

1. *Comment faire les Annexes dans un mémoire ? - Astuces*. Scribbr. Consulté le 16 mai 2023, de <https://www.scribbr.fr/plan-memoire/annexes-memoire/>
2. Définition du gaspillage alimentaire : Anonyme. (2023). Gaspillage alimentaire. *Ministères Écologie Énergie Territoires*. <https://www.ecologie.gouv.fr/gaspillage-alimentaire>
3. *Restauration collective : la réservation de repas expérimentée pour lutter contre le gaspillage alimentaire*. (s. d.). Ministère de l'Agriculture et de la Souveraineté alimentaire. <https://agriculture.gouv.fr/restauration-collective-la-reservation-de-repas-experimentee-pour-lutter-contre-le-gaspillage>
4. *Chiffres sur la précarité alimentaire des étudiants*. (2019). La fage. https://www.google.fr/url?sa=i&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=0CAIQw7AJahcKEwiwhtPRsoH_AhUAAAAAHQAAAAQAw&url=https%3A%2F%2Fwww.fage.org%2Fressources%2Fdocuments%2F2%2F533%2CKit-de-mobilisation_Bien-dans-ton-as.pdf&psig=A0vVaw3fMci7fliZaAxFFSWTLu0K&ust=1684586096933939
5. Besoin journalier d'un jeune adulte : *Santé magazine*. (2021) <https://www.santemagazine.fr/alimentation/acheter-et-cuisiner/repas-equilibre/comment-equilibrer-son-alimentation-172338#:~:text=Le%20d%C3%A9jeuner%20et%20le%20d%C3%A9jeuner,laitage%20et%20d%27un%20fruit.>
6. Utiliser les réseaux sociaux pour communiquer / *Bpifrance Création*. <https://bpifrance-creation.fr/encyclopedie/developper-lactivite-son-entreprise/vendre-grace-au-digital/utiliser-reseaux-sociaux-0>
7. *Tableau chiffres des Réseaux Sociaux en France 2023 : Usages, Chiffres clés, Tendances*. awitec. <https://www.awitec.fr/blog/reseaux-sociaux-en-france-en-usages-chiffres-cles-et-tendances/>
8. Nombres d'étudiants végétariens en France (2023, 31 mars). *Chiffres clefs - Végécantines*. <https://www.vegecantines.fr/influenceurs-cantines-agir-militer-comprendre-chiffres-ressources-journalistes/chiffres-clefs-menus-vege-a-la-cantine/>

9. Statut juridique d'une association : (2021) ce que vous devez savoir. *LegalPlace*.
<https://www.legalplace.fr/guides/statut-juridique-association/>
10. *Exemple de statuts d'une association loi 1901 (Modèle de lettre)*. (s. d.). Service-public.fr.
<https://www.service-public.fr/particuliers/vosdroits/R2631>
11. Fiscalité d'une association : (2023) *LegalPlace*. <https://www.legalplace.fr/guides/fiscalite-association/#:~:text=sur%20l%27association-Quelle%20est%20la%20fiscalit%C3%A9%20d%27une%20association%20%3F,TVA%20et%20%C3%A0%20la%20CET.>
12. *Hygiène alimentaire - Présentation générale*. (s. d.). economie.gouv.fr.
[https://www.economie.gouv.fr/dgccrf/hygiene-alimentaire-presentation-generale#:~:text=Le%20r%C3%A8glement%20\(CE\)%20n%C2%B0,de%20l%27utilisation%20pr%C3%A9vue%20%C2%BB.](https://www.economie.gouv.fr/dgccrf/hygiene-alimentaire-presentation-generale#:~:text=Le%20r%C3%A8glement%20(CE)%20n%C2%B0,de%20l%27utilisation%20pr%C3%A9vue%20%C2%BB.)
13. *Réglementation du 21 décembre 2009*. (s. d.). Arrêté du 21 décembre 2009 relatif aux règles sanitaires applicables aux activités de commerce de détail, d'entreposage et de transport de produits d'origine animale et denrées alimentaires en contenant.
<https://www.legifrance.gouv.fr/loda/id/JORFTEXT000021573483>
14. *Le mécénat : avantage fiscal*. (s. d.). Ministère de l'intérieur.
<https://www.demarches.interieur.gouv.fr/professionnels/mecenat-entreprise-dons-faveur-organismes-but-lucratif#:~:text=L%27entreprise%20b%C3%A9n%C3%A9ficiaire%20d%27une%20r%C3%A9duction%20d%27imp%C3%B4ts%20de,dernier%20montant%20est%20plus%20%C3%A9lev%C3%A9.>

