

TABLE DES MATIERES

Partie statutaire

- Compte-rendu de l'Assemblée générale du 6 février 2007..... p. 2
- Rapport moral pour l'année 2006 p. 3
Frère Jean-Claude, Cîteaux
- Présentation des comptes p. 6
Soeur Madeleine, Belval

Rapports des commissions de Monastic

- Commission Monastique Administrative p. 8
Frère Mathias, La Pierre-qui-Vire
- Commission commerciale..... p. 13
Père Raphaël, Le Barroux
- Fromagers p. 16
Frère Nathanaël, Tamié
- Hosties..... p. 17
S. Marceline, Saint Germain en Laye
- Ornaments p. 20
S. Marie-Christine, Dourgne

Associations invitées

- LMC p. 21
Père Samuel, Bellefontaine
- Théophile p. 22
Père Colomban, Maylis
- Fondation des Monastères et communication p. 25
Mme Maréchal

Intervenants

Les normes pour l'étiquetage

- Conditions générales de vente p. 27
- Garanties et responsabilité liées à la vente de produits..... p. 28
- Réglementation de l'étiquetage des produits p. 31
Madame Delphine DOISNE, service juridique de la centrale System U
- Réponses aux questions p. 39
- LISTE DES LABELS OU AUTRES QUALIFICATIONS p. 42
- Modèle de Conditions générales de vente p. 46
Monsieur Loïc Dorange, de la centrale System U

En pages centrales numérotées de I à III, sur un papier de couleur, la liste des adresses utiles.

Compte-rendu de l'Assemblée Générale de l'Association Monastic Paris, Maison des Lazaristes, 6 février 2007

L'Assemblée Générale de Monastic a pu se tenir à nouveau dans la salle de conférences des Lazaristes, ce mardi 6 février 2006, de 9 h 30 à 16 h 30 environ. La journée a débuté par la récitation de l'heure de tierce. Le programme prévu était assez dense, il a pu être respecté, mais sans pouvoir toujours laisser une place suffisante pour les questions.

Se sont donc succédés : le rapport moral du Président (voir p. 2), la présentation des comptes par Sœur Madeleine, de Belval, trésorière de Monastic (voir p. 5), leur approbation ainsi que celle du compte rendu de l'Assemblée Générale 2006. L'assemblée a également ratifié à l'unanimité moins une voix la cooptation de Sœur Anne-Marie, du Carmel de Montmartre, comme membre du Conseil d'administration. Conformément aux statuts, cette cooptation est intervenue dans le courant de l'année 2006 et restait à valider par l'Assemblée. Etant donné qu'elle remplace Sœur Marie Dominique, carmélite de Saint Germain en Laye, elle achève le mandat en cours, qui va, semble-t-il, jusqu'en 2009.

Puis ont suivi le compte-rendu de la CMA (Commission Monastique Administrative, par Frère Mathias, de la Pierre-qui-Vire, voir p. 7), de la commission commerciale, par Père Raphaël, du Barroux (voir p. 11), du groupe des monastères qui fabriquent des hosties, par Sœur Marceline, du Carmel de Saint Germain en Laye (voir p. 15), du groupe des ornements, par Sœur Marie-Christine, de Dourgne (voir p. 18).

Ensuite, il a semblé utile de présenter à nouveau deux associations proches, mais totalement indépendantes de Monastic, LMC (lien des monastères pour le commerce), par Père Samuel, de Bellefontaine (voir p. 18), et la Boutique de Théophile, par Père Colombar, de Maylis, au

nom de Renauld de Mazières, son Président, qui n'a pas pu venir (voir p. 20). Ces deux entités concernent un certain nombre de monastères. LMC avait déjà fait l'objet d'une présentation en 2003, et la Boutique de Théophile en 2001 ; d'autres présentations ont lieu régulièrement lors des AG, par exemple Le Club de référencement « Le Cèdre », ou l'association Vivier, au simple titre d'information.

Madame Maréchal, qui s'occupe de la communication pour la Fondation des Monastères, a lancé un appel pour une plus grande « réactivité » de la part des monastères (voir p. 22).

Avant que ceux qui le souhaitent participent à la messe présidée par Frère Jean-Claude, un très court temps d'échanges en petits groupes a permis d'établir une liste de sujets possibles pour les prochaines rencontres – journée de formation de novembre et Assemblée Générale 2008 – liste utilisée lors du conseil d'administration qui s'est tenu le lendemain.

L'après-midi, la reprise a eu lieu comme prévu vers 14 h 15 par la récitation de l'heure de none. Ensuite, tout le temps restant a été consacré à la présentation des normes pour l'étiquetage des produits alimentaires, par Madame Delphine Doisne, du service juridique de la centrale System U. Elle était accompagnée de Monsieur Loïc Dorange, et ils ont ensuite répondu aux nombreuses questions.

Leur prestation ne s'est pas terminée là : vous trouverez dans ce document un important travail de réponse aux questions et de précisions qu'ils ont cherchées pour nous après la réunion, ce dont nous leur sommes très reconnaissants.

La journée a, semble-t-il, donné toute satisfaction aux participants.

RAPPORT MORAL POUR L'ANNÉE 2006 ASSEMBLÉE GÉNÉRALE DE MONASTIC

Mardi 6 février 2007

Inscrits : 101 personnes + 15 autres.
Communautés représentées : 114 dont 40 pouvoirs

Amis ou invités : 15 (Membres d'honneur, Fondation des Monastères, ATC)

J'ai le plaisir de vous dire que notre Association est bien vivante ! Les Conseils et Commissions se réunissent régulièrement ; les groupes formés par les communautés concernées par une même activité (fromagers, fabricantes d'hosties, ornements) travaillent, les communications entre membres sont fréquentes.

Composition du Conseil d'Administration :

Président : Frère Jean-Claude, Abbaye Notre Dame de Cîteaux

Vice-Présidente : Sœur Jean-Baptiste, Abbaye de Pradines.

Vice-Président : Père Martin-Marie, Abbaye de Flavigny

Trésorière : Sœur Madeleine, Abbaye Notre Dame de Belval

Secrétaire : Frère Nathanaël, Abbaye de Tamié

• Autres administrateurs :

Sœur Marie Reine, Monastère de la Visitation, de l'avenue Denfert-Rochereau, à Paris

Sœur Dominique Emmanuel, Monastère des Dominicaines de Chalais

• Modification au Conseil d'Administration :

Sœur Marie-Dominique, du Carmel de Saint Germain en Laye, est devenue Prieure de sa communauté et a donné sa démission. Nous avons coopté, pour la remplacer, Sœur Anne-Marie, du Carmel de Montmartre. L'Assemblée Générale aura tout à l'heure à ratifier ce choix.

Frère Mathias notre ancien Président arrête également. Il n'est plus président, il n'est plus membre du Conseil d'Administration, mais il reste un excellent Frère !

Le travail de la comptabilité de Monastic est sous-traité par Sœur Françoise Thérèse du Carmel de Saint Sever sur Adour, et rémunéré par valeur d'entretien.

Sœur Myriam, également du Carmel de Saint-Sever sur Adour, est notre infatigable secrétaire. C'est elle qui fait les Infonet, les comptes-rendus et les innombrables coups de téléphone aux communautés.

Réunions du CA

Nous nous sommes réunis en février, juillet et octobre 2006, chaque fois à la Fondation des Monastères où nous sommes toujours bien reçus. J'en profite pour dire que la collaboration entre la Fondation des Monastères et notre Association est parfaite. C'est l'occasion pour nous ici de remercier toute l'équipe de la Fondation pour sa compétence, son esprit de service et les relations agréables que nous entretenons. Bien des communautés qui font appel à elle peuvent dire la même chose.

Au cours des réunions du CA, nous traitons de bien des questions et de la vie de l'Association. Nous nous sommes penchés sur son fonctionnement : comment être efficace sans que la charge des réunions soit trop abondante ? Nous souhaitons alléger au maximum le travail requis pour la marche de l'Association sans en réduire l'efficacité.

Ainsi nous avons pensé que la Commission d'Ethique, qui a beaucoup travaillé au début de MONASTIC, n'a plus actuellement de raison d'être. Non pas que les questions éthiques ne se posent plus mais elles peuvent être confiées à la Commission Commerciale ou traitées en Assemblée Générale. La Commission Commerciale elle-même doit-elle être maintenue ? On a un peu l'impression qu'elle fait double emploi avec le Conseil d'Administration. Peut-être y aurait-il moyen de fusionner les deux ? Nous en reparlerons.

Les groupes de travail sont, pour certains actifs (fromagers, fabricantes d'hosties, ornements) pour d'autres moins. Vous en aurez des échos tout à l'heure.

Le groupe des hôteliers, qui s'est réuni récemment à Landévennec, a accepté de faire le relais des mises en garde, relativement nombreuses, qui encombraient les Infonet.

Une demande s'est manifestée de la part de **plusieurs libraires** : établir une liste des livres qui constitueraient en quelque sorte un fond de librairie catholique, les incontournables d'une librairie de monastère. Cela rendrait grand service à ceux d'entre eux qui ne sont pas très à l'aise avec leur emploi.

Cette liste pourrait facilement être ajoutée à la dernière « page » du site Internet, ce qui permettrait aussi bien aux libraires qu'aux visiteurs du site de la consulter.

Demande d'adhésion et d'attribution de la marque

En France : Abbaye du Pesquié. En Suisse : Carmel de Develier

D'autres monastères situés hors de France continuent à s'intéresser à Monastic. Cette année, demande de renseignements de la part des Cisterciens de Novy Dvur en Tchéquie, et des Cisterciennes de Valserena, en Italie.

La participation à Monastic pour les monastères situés hors de France pose question pour deux raisons : d'une part les législations sont différentes et d'autre part il y a difficulté à contrôler la réalité du travail monastique (par exemple la Chartreuse de Pleterje en Slovénie).

- Nous avons refusé la demande d'adhésion du Monastère orthodoxe roumain des Saints Elie et Elisée.

- De divers côtés, on nous a demandé des renseignements sur des Moniales orthodoxes de Biélorussie qui sollicitent les monastères pour vendre leurs produits : icônes, clochettes, etc... Renseignements pris, ce sont bien d'authentiques moniales orthodoxes qui ont l'agrément canonique de leur Eglise. Elles vivent dans un pays qui a

une situation économique déplorable. Leurs méthodes « orientales » ont assez souvent désorienté les monastères où elles sont passées. Mais l'écho de la hiérarchie orthodoxe est favorable, et les monastères sont plutôt encouragés à les aider.

Journée de formation

Elle a eu lieu le 14 novembre dernier et je crois pouvoir dire que les nombreux participants ont été très satisfaits de la journée. Le thème était : « Les supports juridiques des activités lucratives des monastères. » Les aspects canoniques de la gestion temporelle des biens dans les monastères ont d'abord été présentés avec grande clarté par le Père Achille Mestre. Citons en particulier les points suivants : pauvreté individuelle et pauvreté collective, l'invitation au partage et la diversité des réponses, structures économiques et incidence sur le vœu de pauvreté, l'interdiction du négoce et sa levée, les biens temporels de l'Eglise. L'assemblée



était ensuite prête à redécouvrir, guidée par Maître Delsol, les divers supports juridiques possibles pour les activités économiques des monastères et les critères de choix.

RELIGIO

Nous avons participé au Salon RELIGIO. Pourquoi ? Il nous a semblé que cela pouvait être utile pour faire connaître les monastères qui fabriquent des ornements et également pour ceux qui font des hosties. En effet, ceux-ci (Sœur Marceline du Carmel de St Germain en Laye vous en parlera) sont soumis à une redoutable

concurrence. Le message à faire passer est donc : *achetez les hosties dans les monastères.*

Ceci dit, nous avons hésité. Est-ce bien notre place de moines ou moniales de participer à un salon, même s'il est de très bonne tenue ? Un couple d'artistes, amis de La Pierre qui Vire a conçu le stand et assuré la permanence pendant 3 jours. Mais il a semblé qu'il était nécessaire d'avoir une présence qui a été assurée le 1^{er} jour par le Carmel de Montmartre, le second par le Carmel de St Germain et le 3^{ème} par F. Mathias de la Pierre qui Vire.

Quelles seront les retombées ? Faut-il recommencer ? Nous nous posons la question. Un autre aspect non négligeable de la question étant que ce salon coûte très cher : le salon lui-même + la rémunération du couple nous amène à environ 10 000 Euros. Seule l'aide de la Fondation des Monastères nous a permis de faire face.

Difficultés

Le tableau que j'ai donné de la vie de l'Association vous fait peut-être penser que tout est pour le mieux dans le meilleur des mondes. Ce n'est pas tout à fait exact. Comme vous pouvez le penser, notre Logo a une bonne réputation et par conséquent il donne des tentations à un certain nombre d'escrocs aux dents longues qui veulent l'utiliser à leur profit. Il nous faut donc être extrêmement vigilants sur l'utilisation de la marque MONASTIC qui risque d'avoir des utilisations frauduleuses. Nous avons dû intervenir à plusieurs reprises pour faire cesser l'utilisation de notre marque. N'hésitez pas à nous signaler des faits qui seraient répréhensibles.

Une autre situation regrettable : Nous déplorons vivement que, sans aucune concertation avec MONASTIC, la vente par correspondance animée par Sœur Gaby de Chambarand change de mains. Une trentaine de monastères qui travaillent avec le « Panier Gourmand » ont appris tout récemment, par une lettre circulaire, ce changement. La VPC va continuer reprise

par un laïc. On peut le déplorer à l'heure où des monastères recherchent du travail. Plusieurs communautés sont en recherche : là aussi, n'hésitez pas à nous contacter si vous envisagez d'arrêter un travail qui pourrait éventuellement être repris par une autre communauté ou si vous-même êtes en recherche de travail. Pour s'entraider efficacement, il faut que nous soyons au courant de ce qui se fait ici ou là.

Rapports avec les Associations

voisines

Notre Association, comme le disent ses statuts, n'a pas de fonction commerciale, mais elle est bien sûr en relation avec les Associations voisines : Les Boutiques de Théophile et LMC Lien des Monastères pour le Commerce. Il a semblé intéressant qu'une communication soit donnée sur ces deux Associations.

On peut dire, me semble-t-il, qu'une question de plus en plus pressante se pose : de nombreux monastères ont ouvert un magasin de vente, dans lequel ils ont commencé par vendre leurs propres produits, puis d'autres produits monastiques. Ces magasins sont souvent devenus une part importante de leurs ressources. Mais en même temps, les monastères produisent de moins en moins, soit à cause du vieillissement des communautés, soit parce qu'ils ont arrêté des activités qui exigeaient des mises aux normes extrêmement coûteuses. D'où la question : que vendre ? Ne pas vendre n'importe quoi et à n'importe quel prix sous prétexte que c'est dans un magasin monastique ; ne pas faire passer pour des produits monastiques des produits qui n'en sont pas, au risque de tromper la clientèle, etc. Il y a là des questions éthiques sur lesquelles il conviendra de réfléchir sérieusement. Et ces questions concernent non seulement les économes, cellériers ou gestionnaires de magasins, mais également nos Supérieurs. Il serait souhaitable que les Supérieurs puissent mettre cela au programme d'une de leur prochaine réunion.

PRÉSENTATION DES COMPTES

Sœur Madeleine, Cistercienne, Abbaye de Belval, Trésorière de Monastic

BILAN AU 31/12/2005

ACTIF		PASSIF	
Stocks	1735,41	Report à nouveau	17565,98
Livret A	11239,82	déficit de l'exercice	2602,38
CCP	2353,84	charges à payer	495,47
Caisse	50,00	(chèque tiré en janv 06)	
Produits à recevoir	80,00		
	15459,07		15459,07

COMPTES D'EXPLOITATION ANNÉE 2006

CLASSE 6

Edition du catalogue	39841,16
Dossiers verts	1877,84
Frais de secrétariat	1007,94
Logos	467,22
Mutuelle St Christophe	133,91
Internet	4893,24
Publicités diverses	
RELIGIO 2007	5056,14
Frais de réunions	3104,37
Frais de voyages	4828,09
Frais de téléphone	417,67
Frais postaux	4721,50
Valeur d'entretien	10025,28
Charges financières	43,15
Frais exceptionnels	42,79
Partage	1000,00

TOTAL DES CHARGES **77460,30**

CLASSE 7

Vente de logos	537,00
Prestation service/Catalogues	3500,00
Cotisations	20940,00
Revenus financiers (livret A)	507,72
DONS	50360,00
Produits exceptionnels	0,00
Transfert de charges: timbres	91,25
Transfert de charges: repas	820,00
Transfert de charges diverses	

TOTAL DES PRODUITS **76755,97**

Déficit de l'année **77,460,30-76755,33 = 704,33**

BILAN AU 31/12/2006

ACTIF		PASSIF	
Stocks	2334,51	Report à nouveau	14963,60
Livret A	10747,54	Déficit de l'exercice	704,33
CCP	1054,22		
Caisse	123,00		
	14259,27		14259,27

**BUDGET PRÉVISIONNEL
ANNÉE 2007**

CLASSE 6

Dossiers verts	1900,00
Frais de secrétariat	300,00
Logos	467,00
Mutuelle St Christophe	134,00
Internet	4800,00
Publicités diverses RELIGIO 2007 fin	5000,00
Frais de réunions	3100,00
Frais de voyages	4800,00
Frais de téléphone	420,00
Frais postaux	1000,00
Valeur d'entretien	9000,00
Charges financières	10,00
Frais exceptionnels	40,00
Partage	1000,00
TOTAL DES CHARGES	31971,00

CLASSE 7

Vente de logos	537,00
Cotisations	20900,00
Revenus financiers (livret A)	508,00
DON Fondation des Monastères	50000,00
TOTAL DES PRODUITS	71945,00

CMA
COMMISSION MONASTIQUE ADMINISTRATIVE

Participants :

Mesdames Marie-Laure Beauchesne, Madeleine Tantardini, (juristes, Fondation des Monastères)

Mesdames Félicité Gasztowtt, Anne-Violaine Hardel, (juristes, CEF)

Messieurs Pierre Avignon, Jean Congourdeau, (fiscalistes)

Messieurs Bernard Landouzy, Patrice Magnier (anciens préfets, anciens Conseillers d'État)

Sœurs Marie-Christine Gillier (Limon), Benoît Garret (Jouarre),

Pères Achille Mestre (Docteur en droit civil et canonique), Jean-Claude de Metz (Président de Monastic, Cîteaux)

Frères Philippe Hémon (Tamié), Mathias Gravier (Pierre-qui-Vire).

Dates des cinq réunions en 2006 : 9 février, 6 avril, 1er juin, 14 septembre, 15 novembre.

EXTRAITS DES DIFFÉRENTS COMPTES RENDUS DE RÉUNION

1 – ACCEPTATION D'UN NOUVEAU MEMBRE.

À notre réunion de novembre nous avons reçu très volontiers l'acceptation de Frère Martin-Marie COLIN de VERDIÈRE, du monastère de Flavigny en Côte d'Or, d'être membre de la CMA

2 – LES GUIDES

2 – 1 – LE GUIDE FISCAL

Sa parution avait été retardée pour pouvoir tenir compte des nouveaux projets de taxation des revenus mobiliers et immobiliers pour les associations. Aucun décret n'a été publié.

Il est décidé de sortir la nouvelle édition pour la rentrée de septembre. La fiscalité étant en perpétuelle évolution, il y aura toujours un décret en attente.

2 – 2 – LE GUIDE SUR LA RECONNAISSANCE LÉGALE

Il était prévu d'attendre le décret concernant les legs faits aux communautés reconnues ou aux Fondations. En vertu de l'ordonnance du 28 juillet 2005, depuis le 1^{er} janvier 2006 ces legs ne sont plus soumis à l'obligation de demander l'autorisation administrative. Celle-ci serait remplacée par une possibilité d'opposition dans un délai de quatre mois. Bien que le décret d'application ne soit pas encore publié, il est décidé de sortir le guide.

3 – ESCROQUERIES

Depuis des mois, tant Monastic que la Fondation sont sollicitées pour aider des communautés abusées par diverses sociétés de référencement en ligne (Guide pour la ville, Net.com etc....). Les manœuvres tendant à faire croire à la gratuité ont entraîné un grand nombre de communautés à signer par fax des ordres d'insertion payants. Au moment de l'arrivée des factures, beaucoup paient, d'autres résistent, malgré le harcèlement dont elles sont l'objet.

Consulté, l'avocat de la Fondation avait mis en doute les chances de voir aboutir une action en justice. La Fondation a alors misé sur la prévention : Elle a alerté les communautés à deux reprises dans la revue les *Amis des Monastères*, et ces mises en garde ont été relayées par certains journaux *La Croix*, et *La Vie* en particulier. Faut-il faire davantage ?

Dans ces cas d'escroquerie, Messieurs Landouzy et Magnier estiment que la Fondation des Monastères serait tout à fait dans son rôle en alertant également le Ministère de l'Intérieur par le commissaire du gouvernement.

4 – QUESTIONS CONCERNANT L'IMMOBILIER

4 - 1 - Sœur M. S. demande s'il est possible d'aménager des petites maisons pour accueillir des groupes, familles et amis, sans être classé ERP (établissement recevant du public), pour échapper aux exigences de la commission de sécurité.

Nous ne pouvons que les encourager à faire les démarches nécessaires pour respecter les règles de sécurité.

4 - 2 - IMMEUBLES DE RAPPORT - COMMUNAUTÉ RECONNUE

Sœur M.-C. a entrepris les démarches pour que l'abbaye obtienne la reconnaissance légale. Actuellement les bâtiments appartiennent à une SCI. En plus des bâtiments communautaires il y a plusieurs maisons très proches du monastère qui ont été acquises pour éviter un voisinage gênant. Ces maisons sont louées. Or une communauté reconnue ne peut avoir des immeubles de rapport.

Nous conseillons de laisser les maisons louées dans la SCI et de ne transférer à la communauté que la propriété des bâtiments utiles pour la réalisation de son objet, bâtiments conventuels et hôtellerie.

4 - 3 - Les clarisses de V. sont une communauté non reconnue, les bâtiments appartiennent à une association dans laquelle les sœurs ne sont pas majoritaires, mais la Mère Abbessse a un droit de veto.

La communauté entretient les bâtiments, l'association paie les impôts fonciers.

Une nouvelle présidente de l'association aimerait clarifier la situation. Elle propose un commodat, ce que refuse le notaire parce que la communauté n'est pas reconnue. Le notaire propose que le commodat soit passé avec l'association diocésaine ou la Fondation des Monastères. Cette proposition ne semble pas judicieuse.

Nous suggérons que les statuts soient modifiés en précisant que les bâtiments sont mis à disposition à condition que ce soit la communauté qui prenne en charge leur entretien.

4 - 4 - Les Soeurs de D. sont affrontées à un problème de non-conformité de leurs bâtiments où elles tiennent, par le biais d'une association, une maison de retraite.

Elles ont de gros travaux à faire pour pouvoir continuer leur activité. Le Conseil Général sollicité pour des subventions veut bien participer à condition que le nombre de lits soit augmenté (de 60 à 100). Mais le CG ne veut pas faire de convention de subvention avec une association à caractère « culturel ». La solution proposée par un des conseillers de l'évêque, est de faire un bail emphytéotique à 60 ans avec l'association gérante, laïque, sur le terrain entourant le bâtiment actuel (jardin parking). Ceci permettrait que ce soit l'association qui fasse construire l'extension indispensable. Les sœurs financeraient une partie de la construction. Le CG accepterait de subventionner l'association gérante.

Nous pensons que cette proposition de bail à 60 ans est une bonne solution pour faire droit au désir des sœurs de ne pas perdre la propriété de leur bien.

4 - 5 - Les Sœurs de R. font de leur accueil une activité délibérément lucrative et voudraient la développer après avoir fait des travaux importants de réhabilitation et de mise aux normes. Les investissements sont évalués à 840.000 € HT. Le chiffre d'affaires actuel est d'environ 70.000 €.

Les sœurs comptent donc fiscaliser cette activité d'accueil et demandent quelle serait la structure commerciale la plus adaptée, EURL ? SARL ? SAS ?

Nous soulignons que cette question concernant la structure commerciale la plus en cohérence avec ce qu'est une communauté monastique reconnue est le thème de la journée de novembre organisée conjointement par la Fondation et Monastic. Cependant les sœurs aimeraient avoir une réponse plus tôt.

- En ce qui concerne la fiscalisation, nous ne pouvons que donner un avis favorable. Leur situation sera claire vis-à-vis du fisc et vis-à-vis des hôtelleries monastiques éventuelles de leur entourage.

La TVA récupérable sur les aménagements sera à 5.5 % puisqu'il s'agit de travaux dans un bâtiment d'habitation. Elle sera donc d'environ 42.000 € ce qui n'est pas incohérent avec le CA.

- Pour le choix de la société commerciale, il semble que la forme la plus adaptée est celle où la communauté est seul apporteur de part. En effet, une société où des membres d'une communauté sont apporteurs de part est en incohérence avec leur engagement à n'être propriétaire de rien. Civilement ils le deviennent même si, bien sûr, les bénéficiaires ne leur sont pas versés directement mais à la communauté. Cette possession peut aussi poser des problèmes en cas de décès car si leurs parents sont encore vivants, ou si éventuellement ils ont des enfants, la part réservataire de leur patrimoine deviendra propriété de ces héritiers en ligne directe. D'autre part en cas de conflit entre un membre et sa communauté, il est en droit, civilement, de réclamer sa part dans la société, ou au moins qu'on lui reverse les dividendes.

Il semble donc qu'il vaut mieux choisir une société unipersonnelle, avec la communauté apporteur de part.

L'EURL (Entreprise Unipersonnelle à Responsabilité Limitée) a le même statut que la SARL (Société A Responsabilité Limitée). Des statuts types existent et relèvent du droit commun des sociétés. Les associés nomment un gérant qui assure le fonctionnement de l'entreprise.

La SAS (Société par Actions Simplifiée) peut être unipersonnelle. Son fonctionnement est statutaire. Elle comprend un gérant, un directeur général et un conseil de surveillance. Ce sont les statuts qui déterminent les responsabilités de ces trois niveaux.

La mise en place de l'EURL est plus simple, l'élaboration des statuts de la SAS demande plus de réflexion. De plus la SAS doit avoir un commissaire aux comptes, indépendant du comptable, qui garantit la bonne tenue de la comptabilité et la bonne marche de l'entreprise.

Malgré cela il semble que la SAS unipersonnelle (appelée aussi SASU) est la forme de société qui convienne le mieux à l'entité et au fonctionnement d'une

communauté. Si l'on précise que le gérant, le directeur général, les membres du conseil de surveillance sont nommés par l'associé unique, c'est-à-dire par la communauté, si l'on détermine bien dans les statuts les décisions qui nécessitent l'accord de tel ou tel responsable, on se garantit de toute déviance qui pourrait être éventuellement la tentation d'un seul responsable, le gérant d'une EURL par exemple.

Notons que dans la SAS on retrouve les différents niveaux de décisions que l'on a en communauté entre le supérieur, le conseil des doyens, le conseil économique et le chapitre conventuel.

4 – 6 - Les Sœurs de J. ont fondé R. qui est actuellement indépendant. Aucune des deux communautés ne veut demander la reconnaissance légale.

Les bâtiments des deux communautés appartiennent à une seule association, "L'Association de P de la D". R. voudrait être propriétaire de ses bâtiments.

Quelle solution proposer ?

- Première étape quasi indispensable : demander la reconnaissance légale.

- Sinon laisser les choses ainsi et instaurer un règlement de copropriété.

- ou dissoudre l'association et créer deux autres associations avec apport des bâtiments à chacune d'elle.

4 – 7 - Les Soeurs de C. refont leur cuisine et les services vétérinaires imposent des exigences très lourdes pour elles qui ne reçoivent que 8 hôtes au maximum.

Nous leur conseillons de faire une lettre pour préciser que leur accueil n'est pas collectif, mais que les remarques faites seront prises en comptes au maximum.

4 – 8 - Les frères de M. ont le projet d'acheter une maison, proche de leur monastère, mise en vente par sa propriétaire qui voudrait en garder l'usufruit. Les frères ne comptent pas garder cette maison, mais l'achat les intéresse car ils voudraient être maîtres du choix du propriétaire définitif.

Il est important de préciser :

- L'entretien courant de la maison est à la charge de l'usufruitier, mais les gros travaux à la charge du nu-propriétaire.

- L'usufruit s'éteint au décès de l'usufruitier.

- En cas de non-occupation de la maison par l'usufruitier, il aurait la possibilité de la louer, nous conseillons donc de faire une vente avec droit d'usage.

- Après la mort de l'usufruitier si le nu-propriétaire revend la maison, les règles de plus values s'appliquent, comme pour tout autre vente, pendant 20 ans.

5 – AMIANTE

La Fondation a été interrogée par plusieurs communautés à propos de l'obligation de faire faire un diagnostic amiante dans les bâtiments afin de constituer un Dossier Technique Amiante (DTA).

Le Cèdre, club de référencement, a insisté fortement auprès de leurs adhérents pour faire faire ce diagnostic. Il a sélectionné, avec des prix préférentiels, deux entreprises habilitées. Dans les documents fournis le Cèdre précise bien que selon le décret 2001-840 du 13 septembre 2001, complétant le décret 96-97 du 7 février 1996, tous les bâtiments ERP sont concernés, ainsi que les autres bâtiments, à l'exclusion de ceux réservés à l'usage strict d'habitation.

Monastic, par le biais de l'infonet a aussi attiré l'attention sur cette obligation.

Madame Madeleine Tantardini expose le contenu des textes et nous débattons sur la nécessité d'insister sur le fait que les monastères ne sont pas des habitations collectives. En d'autres termes, les communautés ne sont pas obligées de faire faire ce diagnostic dans leurs bâtiments d'habitation. Ce qui veut dire que tous les autres bâtiments, ateliers, églises ou chapelles ouvertes au public et bien sûr hôtelleries doivent faire l'objet de ce diagnostic.

D'autre part, même non concernés à priori par le DTA, d'autres locaux sont de fait soumis au contrôle amiante, dès lors qu'ils sont susceptibles d'être visités pour les prestations d'entretien ou de maintenance

(chaufferies, ascenseurs) les entreprises demandant avant l'intervention, le rapport du diagnostic.

Frère Philippe souligne alors que l'amiante est un problème grave de santé publique. Et qu'il revient à chaque supérieur de s'interroger sur l'étendue de ses obligations à l'égard des membres de la communauté, au-delà du strict respect des textes, et pour tenir compte du principe de précaution.

Nous suggérons donc de rappeler aux communautés :

- l'obligation du diagnostic dans les ERP et les locaux de travail,

- la non-obligation de se soumettre au décret pour ce qui concerne la partie habitation de la communauté,

- l'obligation morale de tenir compte des risques dus à l'amiante vis-à-vis des entreprises extérieures et des membres de la communauté.

6 – JOURNÉE DE FORMATION DE NOVEMBRE 2006

Plusieurs réunions, dont l'une avec Maître Xavier DELSOL, ont été consacrées à la préparation de cette journée.

7 – SUBVENTIONS POUR CHAUFFERIE BOIS

7 – 1 – REUNION DU 09 FEVRIER 2006

Frère Mathias évoque une nouvelle fois le refus par le juriste de l'ADEME d'attribuer une subvention à Flavigny pour l'installation d'une chaufferie bois sous le seul prétexte qu'il s'agit d'une structure d'Eglise.

Il est suggéré d'écrire au Préfet de Région.

7 – 2 – REUNION DU 1^{ER} JUIN 2006

Sœur Eliane Bouvet de l'abbaye de Bonneval nous signale qu'elle s'est vu refuser une subvention par l'ADEME (Agence De l'Environnement et de la Maîtrise de l'Energie) pour l'installation d'une chaufferie bois. La raison invoquée par le juriste de l'ADEME est que l'État ne subventionne aucun culte, se référant à l'article 2 de la loi du 9 décembre 1905.

L'Abbaye d'En Calcat a essayé le même refus pour une demande identique.

Nous retrouvons le même problème évoqué dans nos réunions précédentes à propos de l'Abbaye de Flavigny. La note rédigée par f. Mathias, mentionnant entre autres les avis du Conseil d'État spécifiant que les congrégations reconnues ne relevaient pas de la loi de 1905 mais du titre III de la loi de 1901, a été communiquée à l'ADEME, mais est restée sans effet.

Il semble opportun d'intervenir par un courrier demandant les justifications de ce refus.

Un débat s'engage sur le destinataire du courrier. Le Bureau des Cultes ? Le cabinet du Ministre de l'Environnement ? La Sous Direction des Affaires Juridiques ?

Dans un premier temps, il semble préférable de l'adresser au Président de l'ADEME en évoquant l'avis du Conseil d'État, n° 346.040 du 14 novembre 1989. (Cf. *Liberté religieuse et régimes des cultes en droit français*, Cerf édition 2005 page 886, édition 1996 page 47.)

Père Achille Mestre fera un projet de lettre diffusé à chacun pour avis.

7 - 3 - REUNION DU 14 SEPTEMBRE 2006

Père Achille Mestre confirme qu'il a envoyé un courrier à l'ADEME et une copie au bureau des cultes. Ce dernier a envoyé un courrier à l'ADEME affirmant qu'il n'y avait pas de raison que les communautés reconnues ne reçoivent pas de subventions. Elles ne sont pas des associations culturelles et ne sont pas concernées par l'article 2 de la loi du 9 décembre 1905.

En effet sont classées comme culturelles seulement les associations qui n'ont pour objet que le culte.

En cas de refus quelle position adopter ?

- Saisir le Ministère de l'Industrie qui est l'autorité de tutelle de l'ADEME. Mais quelle est l'autonomie de l'agence, y a-t-il un recours hiérarchique ?

- Faire un recours juridictionnel au tribunal administratif pour abus de pouvoir, en informant l'ADEME et la Région.

- Depuis cette réunion, le Frère Martin de l'abbaye de Flavigny (Bourgogne) a eu la confirmation écrite du Conseil Régional de

Bourgogne du refus de subvention pour le motif de la mention de culte dans les statuts de la Communauté reconnue.

L'abbaye de Flavigny est décidée à faire un recours. Il se fera aider par l'avocat de la Fondation.

7 - 4 - REUNION DU 15 NOVEMBRE 2006

Comme annoncé dans le compte-rendu précédent, l'abbaye de Flavigny a reçu un courrier de la Région Bourgogne précisant que la subvention demandée était refusée au motif que l'article 1 des statuts de la communauté mentionnait une activité culturelle ; ce refus était fait en référence à l'article 2 de la loi du 1^{er} décembre 1905.

Père Achille Mestre nous propose de donner notre avis sur le projet de requête que l'abbaye de Flavigny déposera au tribunal administratif de Dijon. Ce texte a été élaboré par Maître VUITTON avocat au Conseil d'État.

Les échanges font ressortir quelques précisions.

- La subvention demandée ne concerne que l'étude de faisabilité d'une chaufferie sur le site de l'abbaye de Flavigny. En l'occurrence, vu la petitesse de la somme engagée, cette subvention n'est prise en charge que par l'un des deux organismes qui subventionnera les travaux eux-mêmes, à savoir : la Région et l'ADEME. La Région a donc signifié son refus au nom du PREMED qui regroupe l'ADEME et la Région Bourgogne.

- Après avoir précisé qu'une communauté reconnue relève du titre III de la loi du 1^{er} juillet 1901 et non de l'article 2 de la loi de 1905, le texte s'appuie beaucoup sur le fait que les associations culturelles reçoivent régulièrement des subventions, en particulier pour les travaux de restauration des églises. Il nous semble donc qu'il y ait une contradiction entre l'affirmation qu'une association n'est pas culturelle et la mise en avant que les culturelles reçoivent aussi des subventions.

- L'article 1 des statuts de la communauté mentionne uniquement : « ...*vaquent à la prière liturgique, et à l'oraison* » alors que la lettre de la Région Bourgogne cite le texte

de l'article 2 de la loi de 1905. Les termes en sont très différents.

- Nous apprenons que deux autres communautés désirant installer une chaufferie bois ont essuyé le même refus de la part de l'ADEME.

Frère Mathias, Bénédictin, Abbaye de La-Pierre-qui-Vire

COMMISSION COMMERCIALE

1) À titre plutôt anecdotique tout d'abord : nous avons été amenés à nous occuper de publicités mensongères envoyées à des personnes âgées par un certain « Monastère Source de Marie ». Les publicités proposent force « remèdes miracles » (le mot lui-même est employé), présentés par des moines dont on ne saurait dire à quel Ordre ils appartiennent puisqu'aucun ne porte le même habit... Il y a toujours des cadeaux à gagner évidemment, et même plus : des rentes complémentaires de retraite, par exemple 275 euros par mois pendant 5 ans...

Tout cela peut nous paraître un peu ridicule, mais il est manifeste que des personnes âgées doivent se laisser prendre au jeu et ces manières de faire peuvent nuire à l'image des monastères en général. Comme un des premiers buts de notre association était bien de clarifier aux yeux du public ce qui vient de véritables monastères, nous avons décidé de déposer une plainte auprès de la Direction des Fraudes par le concours de l'avocat déjà intervenu dans l'affaire des fromages, cela n'entraînant par ailleurs pas de frais pour l'association.

Pour l'instant on a seulement pu obtenir le renseignement que l'adresse à Charleville-Mézières ne sert que de boîte de renvoi vers une adresse en Belgique (sans compter que la plupart des produits vendus ont un emballage en allemand...). Et cette adresse à Charleville-Mézières est la même que celle d'une entreprise vendant des produits similaires, « Bela Vita », sans l'appui de « moines » cette fois.

2) Dans un tout autre domaine, nous avons été sollicités par le Groupe des Hosties qui nous demandait quelques

conseils sur l'attitude à avoir face à certains distributeurs qui s'ingénient à mettre les monastères en concurrence ; technique très classique et légitime en soi, mais qui peut être lourde de conséquences pour certaines communautés, et en tout cas créer des relations peu fraternelles entre Sœurs... Il nous était par ailleurs demandé notre avis sur un texte que le Groupe souhaitait faire paraître dans les bulletins diocésains afin de sensibiliser les paroisses au fait que la fabrication des hosties fait vivre des communautés. Nous avons tâché de donner quelques suggestions avec l'aide avisée de Philippe Mignotte.

3) Les demandes d'attribution de la marque ont été fort peu nombreuses cette année : seuls deux monastères en ont fait la demande.

Notre souhait est évidemment de pouvoir accorder l'usage du logo à un maximum de produits venant de nos communautés, mais en tenant compte d'un certain nombre de critères, ce qui est objet de discussion depuis longtemps. Rappelons qu'actuellement il est nécessaire que les produits (ou services) soient réalisés dans l'enceinte du monastère, sous le contrôle de la communauté et qu'il y ait un véritable travail de transformation, la fameuse « ouvraison substantielle » du vocabulaire douanier. Nous réfléchissons à la possibilité d'exceptions pour certains produits qui nous semblent mériter l'usage du logo mais qui ne rentrent pas actuellement dans ce cadre ; il s'agit en particulier de produits agricoles pour la transformation desquels (distillation, pressage, etc.) un matériel très important est nécessaire. L'usage de la majorité des agriculteurs est de faire appel

à un prestataire extérieur pour cette transformation, le produit fini restant malgré tout leur produit spécifique (par exemple huiles essentielles, huiles végétales, etc.).

En tout cas l'idée émise parfois d'attribuer le logo à tout produit commercialisé par un monastère sous son nom, et donc qui contribue à le faire vivre, ne peut être retenue. D'une part la Direction des Fraudes ne l'accepterait pas car elle est très sensible à tout ce qui peut provoquer une déception chez le consommateur ; d'autre part ce serait la porte ouverte à certains abus, malgré notre sagesse à tous. Savez-vous qu'il y a au moins deux monastères qui vendent sous leur nom un produit importé de Chine ? Ce genre de pratiques ne nous semble pas très recommandable et nous ne pouvons qu'inciter les communautés à un maximum d'honnêteté dans les étiquetages en énonçant clairement si le produit est seulement « mis en pot par », « conditionné par » ou même seulement « sélectionné par » ou « commercialisé par ».

4) Il est temps d'en venir à la question principale qui nous a occupés cette année, celles des ATC (Aide au Travail des Cloîtres ou magasins d'Artisanat Monastique).

Il s'agissait principalement de répondre à la question posée ici-même par Monsieur Poquin, Président de l'ATC, lors de la journée de formation de novembre 2005 au cours de laquelle il avait fait une intervention sur les bénévoles travaillant dans les ATC. Il souhaitait particulièrement savoir si les monastères donnaient de l'importance au travail des ATC et dans quelle mesure, surtout afin de pouvoir le répercuter auprès des bénévoles et les motiver dans leur travail.

Concomitamment un certain nombre de monastères se posaient des questions sur la baisse de chiffre d'affaires réalisé avec la plupart des ATC.

Il a donc été décidé d'adresser un questionnaire aux monastères. Il a été envoyé en mars 2006 et 68 communautés y ont répondu. Le plus gros du travail a été réalisé par Philippe Mignotte qui a procédé au dépouillement et au classement des

réponses, et par Sœur Myriam qui a procédé à des interrogations supplémentaires par téléphone pour obtenir des compléments ou des précisions chiffrées. Le tout a été ensuite analysé par la Commission.

Il a alors été jugé utile d'interroger les ATC eux-mêmes. Le questionnaire a été envoyé en septembre mais n'a obtenu que quatre réponses sur les huit magasins. Le 17 octobre la Commission a rencontré le Conseil d'Administration des ATC pour faire un premier point. (Précisons que la structure ATC proprement dite ne regroupe que six magasins, Lille et Bordeaux étant pour le moment indépendants.)

Un premier point à souligner fortement est la grande reconnaissance des communautés pour le travail accompli et les remerciements pour le dévouement des bénévoles.

Cela dit, il faut bien noter que, par rapport à l'époque de la création des ATC, les choses ont beaucoup évolué pour ce qui concerne la commercialisation des produits monastiques. Beaucoup de monastères ont ouvert un magasin, la vente par correspondance s'est développée, avec maintenant l'aide d'internet en plus. Cela ne signifie pas forcément un déplacement de la clientèle mais en tout cas que, pour nombre de communautés, les ATC ne sont plus, comme ils pouvaient l'être à l'origine, le seul débouché des produits de nos monastères. Pour un certain nombre les ventes dans les ATC ne sont plus primordiales et les magasins d'Artisanat Monastique ne sont plus qu'un revendeur parmi d'autres.

Mais attention, il n'en reste pas moins vrai que pour un certain nombre de petites communautés, en général de sœurs, l'existence des ATC reste vitale. Ce sont en général des monastères qui n'ont pas d'autre possibilité de vendre, n'ayant pas de magasin propre, travaillant sur commande pour des demandes bien spécifiques ou bien proposant des articles qui peuvent se vendre bien en ville mais qui trouveraient mal leur place dans les magasins des monastères (par exemple de la layette ou des robes pour petites filles

qui seraient difficilement commercialisées dans les magasins de monastères de moines).

D'autres services spécifiques rendus par les ATC semblent irremplaçables : par exemples les achats groupés de tissus dans les salons spécialisés, les ventes de dentelles ou videgreniers, le rôle d'intermédiaire pour les ateliers de reliure ou l'impression de faire-part, les ventes extérieures qui permettent d'aller au devant d'une clientèle nouvelle...

Malgré tout il faut bien reconnaître que le chiffre d'affaire est en baisse dans la plupart des magasins. On peut certes invoquer la morosité certaine de l'activité économique ces derniers temps ; mais il y a aussi certainement des causes internes plus spécifiques.

Un problème qui est souligné souvent - et dont Monsieur Poquin avait fait état lui-même lors de sa conférence - est celui du professionnalisme. La bonne volonté des bénévoles est évidente mais elle n'est plus suffisante. Les magasins des monastères se sont équipés et se sont formés, alors que les ATC ont peut-être pris un peu de retard. Professionnalisme dans les techniques de vente, les équipements, l'accueil des clients, mais aussi dans la manière de passer les commandes, dans la gestion des stocks, etc.

Concernant le magasin de Paris, il semble clair pour tout le monde qu'il est mal placé (rue pas commerçante et excentrée) et de configuration difficile (série de caves auxquelles on accède par un petit escalier). Nous avons pu constater que l'équipe dirigeante de Paris partageait cette analyse et nous savons que la recherche d'un local plus adapté est à l'ordre du jour.

Quelques autres points en vrac :

- Un rapprochement des magasins de Lille et Bordeaux de la structure ATC ne serait-elle pas bénéfique pour tous, d'après le principe « L'union fait la force » ?

- Le souhait a été émis que les différents magasins aient une politique commune des prix de vente ; et, sur un autre plan, un même équipement informatique permettant de centraliser les informations.

- Une meilleure communication entre les ATC et les monastères est souhaitable. Elle a déjà commencé par les différents échos ou demandes des ATC transmis via les « infonets ». Et la présence de plusieurs représentants des magasins parmi nous aujourd'hui est une très bonne chose.

- Une meilleure connaissance les uns des autres aussi. Il a été suggéré de réaliser une vidéo présentant les différents ATC et qui pourrait être vue dans les communautés. Et les visites du personnel des ATC dans les monastères sont toujours bien venues.

- Du côté des monastères un effort de professionnalisme est parfois nécessaire aussi. Un exemple tout récent transmis par « infonet » il y a trois jours : des monastères qui demandent aux ATC de noter sur l'emballage les frais de port à rembourser et de les reporter eux-mêmes sur la facture... Cela ne se fait plus trop chez les professionnels !

- Un effort de sérieux aussi, en ne demandant pas aux ATC de vendre des produits invendables, soit parce que de qualité insuffisante soit parce que ne répondant pas du tout aux attentes de la clientèle.

- Enfin il est manifeste que les ATC ressentent le contrecoup de l'état général des communautés, la plupart vieillissantes et ayant de moins en moins de produits à proposer, ou bien ayant des difficultés à livrer la quantité voulue dans les délais voulus.

En conclusion, notre travail s'est contenté de faire un constat, un état des lieux, et de proposer quelques solutions ou simples suggestions.

Pour aller plus loin - et c'est encore une suggestion - peut-être serait-il bon que soit réalisé un audit professionnel à proprement parler, comme cela se fait dans beaucoup d'entreprises quand il y a une situation délicate à redresser, afin que les ATC puissent continuer longtemps et toujours mieux leur mission d'aider les communautés à vivre du travail de leurs mains.

21° RENCONTRE du GROUPE DES FROMAGERS

Nous publions le compte rendu des fromagers, qui n'a pas été lu à l'AG.

En 2006 le groupe s'est réuni à l'Abbaye de Tamié du 10 au 14 mai

Participants : Srs Madeleine (Belval), Jeanne d'Arc (Echourgnac).

Frs Henri (Prieuré St Jean-Baptiste à Plaisance), Gilles (Mont des Cats), Yvon et Michel (Timadeuc), Jean-Claude (Cîteaux), Matthieu (Belloc), Nathanaël (Tamié).

Philippe MIGNOTTE

Excusés : Sr Cécile (Laval)

Les Comptes

Comme chaque année l'analyse des comptes rassemblés et étudiés par Philippe Mignotte révèle encore la bonne santé des secteurs d'activité fromagère.

Monts des Cats, Cîteaux et Tamié assurent la fabrication et l'affinage : 410 T de fromages pour 3 800 K€ de Chiffre d'affaires et un enrichissement (Valeur d'entretien + Résultat net + Loyer) de 30 % soit 1 210 K€

Belval, Echourgnac, Timadeuc, Belloc, assurent l'affinage à partir de l'achat de fromage en blanc : 350 T de fromages pour 3 800 K€ de CA et un enrichissement de 15 % soit 640 K€

Tour de Table

Occasion de partages fraternels et fructueux sur la vie des fromageries et des communautés.

Paquet hygiène

Vincent BERTIN-CONTE Qualiticien Fromagerie de Tamié

Bruxelles a révisé toute la réglementation hygiène pour les fromages.

Analyse sensorielle

Nous nous sommes rendus à l'Ecole Nationale d'Industrie laitière de La Roche sur Foron près d'Annecy.

Après une présentation de L'ENIL et un partage de ses soucis de recrutement, nous avons vécu une petite formation à l'analyse sensorielle par Mme Marie-Odile PLAISANTE.

Il ne suffit plus de proposer un produit sain pour qu'il soit acheté : la dimension

organoleptique doit être satisfaisante d'où la naissance d'une nouvelle discipline scientifique. Des tests pratiques sont proposés au groupe : dégustation (!) et analyse d'un sirop de fraise (arôme de synthèse et colorant ... vert) puis identification d'odeurs diverses. Une clarification du vocabulaire employé par les techniciens de cette discipline selon les sensations perçues par nos organes.

Chacun est plus ou moins sensible à ces différents types de saveur.

Assurance

Pierre Alain VIELLARD Ami de Cîteaux qui est aussi intervenu dans un groupe de cellériers Il y a un droit spécial pour les assurances. Les compagnies d'assurance sont, en quasi-totalité, honnêtes, mais leur agent local peut-être plus ou moins compétent dans un domaine particulier de l'assurance.

Les contrats qui « couvrent tout » sont mal adaptés à la complexité d'un monastère.

Deux grands secteurs du monde de l'assurance : la responsabilité civile qui est du droit pur et l'assurance dommages qui relève de l'économie.

Il faut avoir un contact annuel avec son assureur pour vérifier que les modalités du risque n'ont pas évolué d'une manière telle que le contrat doive être revu.

Tenir à jour un tableau sur lequel on note chaque année le montant de la prime de chacun des contrats pour surveiller la variation des primes ... et demander éventuellement des explications à son assureur.

Prochaine rencontre

À Cîteaux du mercredi 9 mai dans l'après-midi au lundi 14 matin.

Thème technique : l'affinage avec intervention d'un théoricien (M. Millet ?)

Thème économique : le résultat des fromageries avec une valeur d'entretien égale pour tous, correction des ajustements dans une optique « tableau de bord » (mise en commun des pratiques actuelles).

Frère Nathanaël, Cistercien, Abbaye de Tamié

GRUPE DES MONASTÈRES FABRICANTS D'HOSTIES

L'année 2005/6 a été beaucoup plus calme que la précédente au niveau du travail du bureau du Groupe.

Les principaux problèmes qui nous ont occupés ont été au niveau des revendeurs.

Grâce à un récit détaillé et concret, on a pu voir comment un revendeur qui cherchait à faire baisser les prix a été mis en échec par la communication fraternelle entre les fabricants d'hosties.

Nous avons pu aboutir à des conclusions qui nous ont permis de dégager quelques constats et résolutions

A/ Concernant les revendeurs :

Quand un revendeur cherche à changer de fournisseur à cause du prix.

1. Nous ne voulons pas prendre le gros client d'un autre monastère.
2. Nous n'avons pas le droit de refuser de vendre. Nous pouvons répondre : nous ne pouvons pas vous fournir - pas assez de produits disponibles...
3. Contacter directement d'autres monastères de la région pour informer et élargir aussi notre point de vue sur le problème qui se pose.
4. Contacter l'animatrice du bureau qui diffuse à tout le bureau pour élargir les infos et les perspectives.

B/ Au sujet de la communauté de l'Arche à Pernes ou Moulin de l'Auro

À plusieurs reprises, Le Moulin de l'Auro, Pernes, a manifesté sa bonne volonté par rapport aux options du Groupe ce qui nous permet de les considérer comme faisant partie du Groupe à titre d'exception (n'étant pas un monastère). Il reste que leur prix aux revendeurs est beaucoup trop bas. Le groupe souhaite qu'il rejoigne nos fourchettes de prix le plus rapidement possible, sinon, ils vont générer quelques problèmes. *Sur ce point, les responsables de l'Atelier de Pernes ont répondu qu'ils s'alignaient et feraient la remise de 15 % aux revendeurs comme les Monastères. (Au lieu de 50 %)*

C/ Questions sur le marché des Hosties

En plusieurs endroits, on constate une régression du marché. Des monastères vendent 15 % à 20 % de moins que l'année précédente. Il y a lieu de se demander si les revendeurs vont se servir ailleurs qu'en France, ou si c'est la pratique de la communion qui diminue à ce point. Si des Paroisses s'approvisionnent autrement que dans le passé immédiat, par exemple en utilisant les VPC qui se multiplient. *À ce sujet, nous savons maintenant qu'un petit producteur laïc en Pologne cherche à développer son atelier.* En même temps Il faut se poser la question : les monastères pourront-ils continuer à fabriquer autant d'Hosties dans les années à venir, vu la diminution de la main d'œuvre disponible ? Question qui peut être cruciale pour certains monastères qui n'ont pas d'autre gagne-pain.

Et le déséquilibre de celui-ci peut remettre aussi en question la survie de la communauté. La réponse est oui pour ceux qui peuvent adapter le fonctionnement de leurs ateliers, et de la solidarité entre les monastères. Les monastères de la Région Est qui forment un groupe plus dynamique au sein de notre Groupe, se sont réunis sur ces questions avec M. Jean Chalet. De ce groupe a jailli l'idée d'une sorte de bourse d'échange des commandes ou des productions dans un esprit de solidarité fraternel, mais toujours en gardant l'œil sur le droit commercial en France. « L'idée » a amorcé toute une réflexion sur les possibilités d'une solidarité respectueuse des droits de chacun et du droit commercial. Le Groupe des Hosties a donc posé la question à Monastic et obtenu plusieurs réactions qui font avancer notre réflexion. Le Père Jean Claude, Pdt de Monastic, le Père Martin Vice-Pdt, Le Père Mathias, (Pdt de Monastic jusqu'à l'année dernière) le Père Raphaël et Philippe Mignotte de la Commission Commerciale etc

« La solidarité entre Monastères est possible, mais il ne faut pas parler de "partage, du marché" car les vendeurs n'ont pas le droit de se concerter... ».

« Ne pas préciser que “vous ne voulez pas prendre le client d'un autre Monastère” (ce serait concertation entre vendeurs). Mais trouver un autre argument pour répondre au client que vous ne pouvez pas lui vendre... pas assez de produits en stock... »

« On pourra suggérer une fourchette de prix. Mais pas d'accord sur un prix fixe ! »

D/ Comment faire quand on ne peut pas honorer une commande ?

Eviter de la refuser purement et simplement. En attendant que l'ensemble des Monastères soit suffisamment à l'aise avec Internet et avec les mails collectifs, on peut passer par St Germain en Laye qui se chargera de faire circuler la commande par mail ou par fax d'abord dans la Région du client, puis plus largement à tous les fabricants d'Hosties. Ceux qui sont intéressés s'adressent au Monastère demandeur qui fera la facture selon son habitude. Mais le **Monastère fournisseur** enverra les Hosties directement au Client (Il garde son client). S'il y a plusieurs réponses de divers Monastères, **le Monastère responsable de la fourniture** (et de la facture) choisira celui dont les produits sont les plus semblables aux siens. *Dans le commerce on voit beaucoup de produits facturés en un lieu et expédiés d'un autre.*

E/ Une Charte

Ceci nous a amenés à souhaiter un commencement de « Charte » (feuille1) de notre Groupe, un tableau des fourchettes de prix (voir feuille n°1bis).

De même nous nous sommes mises d'accord sur la constitution du bureau. Toutes les sœurs présentes ont voté à main levée (pour : S. Alix d'Ubexy, S. Elisabeth de Blauvac, S. Agnès Marie d'Angers, S. Marie Pascale de Millau, S. Nathanaëlle de Valognes, S. Marceline de

St Germain. Voir feuille n°2). Ensuite, le Bureau se choisit une animatrice : S. Marceline de St Germain en Laye

E/mail : carmelmarceline@club-internet.fr

Tel. : 01 39 73 48 59

F/ Visite et Photos de l'atelier d'Ubexy.

Nous avons beaucoup visité et discuté sur place ! Ce fut la moitié de notre session quelques photos de l'atelier d'Ubexy avec des conseils de S. Léontine.

G/ M Le Galloudec (Coremat – feuille n°4)

Par une lettre adressée à notre assemblée du Groupe, il nous tient au courant de ses recherches et est toujours prêt à nous aider. Nous le remercions beaucoup !

En Janvier 2007, il nous a demandé notre accord pour vendre une machine à des laïcs en Pologne.

Il nous tient au courant des machines qu'il déplace etc. Nous lui confions les anciennes machines à remettre à jour pour l'Afrique en attendant qu'elles aient la destination que nous indiquerons.

H/ Pour se faire connaître

Nous avons souhaité une **lettre type** qui puisse servir de base aux Monastères qui veulent diffuser l'information auprès des prêtres et Evêques et dans les Paroisses de leur diocèse, ou à leurs clients ou même à l'occasion dans le bulletin diocésain si c'est opportun.

L'enjeu est que, dans le diocèse, les chrétiens prennent conscience que ce gagne-pain des Monastères jusqu'à présent risque d'être à la merci des aléas commerciaux

Nous avons souhaité une **carte de France** des monastères fabricants d'Hosties.

Diffusée en particulier au Salon Religio, nous vous en donnons une copie ci-dessous, une carte plus complète, avec également les monastères qui ne sont que revendeurs, est en projet.

Sœur Marceline, Carmélite, Saint Germain en Laye

10 10 06

Les monastères fabriquant des Hosties



Alsace :	1 : Reichen (17) - 2 : Lander (14)
Aquitaine :	3 : Talmac (11) - 4 : Das (10)
Arvergne :	5 : Chamblanc (17)
Bas et Hic Normandie :	6 : Le Blanc (14) - 7 : Valognes (14)
Bourgogne :	8 : Nevers (14) - 9 : Auxon (71) - 10 : Sens (19)
Bretagne :	11 : Marais (29) - 12 : Vivin la Couper (17)
Centre :	13 : Millac (11) - 14 : St Pnyé St Martin (17)
Champagne Ardenne :	15 : Cormouy (1)
Franche Comté :	16 : St Marc (1)
Île de France :	17 : St Gervais en l'île (7)
Languedoc Roussillon :	19 : Camblanary (11) - 19 : Mende (10)
Limousin :	28 : Limoges (17)
Loire :	21 : Verdun (1) - 22 : Pignepville (17) - 23 : Uberg (14)
Midi Pyrénées :	24 : Millas (12) - 25 : Rodez (12) - 26 : Villafraiche / R (11) - 27 : Lacaune (12) - 28 : Figac (16)
Nord Pas de Calais :	29 : Lourdes (17) - 30 : Albi (11)
Pays de Loire :	31 : Roubaix (14)
Poitou Charente :	32 : Nantes (14) - 33 : Angers (19) - 34 : Laval (13) - 35 : Charagnes (11) - 36 : Lenois (11)
Provence Alpes... :	37 : St Babel (16)
Rhône-Alpes :	38 : Basans (17) - 39 : Toulon (17) - 40 : Blauzac (16)
	41 : Ars Farnan (1) - 42 : Annery (7)

GRUPE « ORNEMENTS »

L'année a été essentiellement marquée pour notre groupe par la préparation et la participation au salon RELIGIO.

Reprenons la chronologie : l'an dernier j'avais insisté sur la nécessité de faire connaître notre activité. Il est fréquent de rencontrer des paroisses qui vous disent ignorer complètement le travail des communautés religieuses de leurs diocèses, à peine croyable mais vrai. Cet appel a été entendu. Merci.

Dès le mois de juin 2006, S. Myriam a pris son bâton de pèlerin, c'est-à-dire son téléphone et a contacté toutes les communautés inscrites dans cette rubrique reprenant une idée évoquée ici même l'an dernier : avoir un clé USB montrant les styles propres de chaque communauté, clé qui pourrait être fournie à des magasins (ATC ou monastères). Nous avons rencontré des difficultés techniques : il nous a été dit que certaines personnes ne savent pas se servir d'un ordinateur. Il fallait donc continuer à chercher.

En octobre, les choses ont pris un nouveau tournant puisque MONASTIC a décidé de participer à RELIGIO avec la perspective de présenter notamment les ornements. Plus de temps à perdre il fallait rapidement trouver les personnes qui assureraient une présence et leur fournir les documents. Ce sont Diana Kimoto et Gregorio Cuartas, connus de la Pierre-Qui-Vire, qui ont été retenus. Lors de la réunion de novembre, nous avons rencontré Diana pour voir l'ébauche de son travail qu'elle a également présenté au CA.

L'infonet n° 151 de décembre vous donnait les principales informations :

- Un montage diapos montrant le travail des communautés en général (pas seulement les ornements et les hosties).
- Un accent sur les ornements avec des chasubles exposées et un classeur donnant des détails techniques et montrant des réalisations.(Ce dernier est

consultable aujourd'hui). 13 monastères étaient ainsi représentés : Bénédictines, Carmels, Clarisses, Visitation.

Le salon :

Nos « représentants », étant des artistes, ont donc mis tout leur art dans la présentation du stand, du classeur et du diaporama. Ils n'ont pas oublié, m'a-t-on dit, de distribuer des catalogues MONASTIC à toute personne s'intéressant au stand.

Suite ? Il est certain qu'il ne faut pas en rester là. Je développe deux points :

➤ D'abord le classeur, où allons-nous le mettre ?

➤ Ensuite, avec les photos fournies par les communautés pour réaliser le classeur, des CD ont été gravés. Là, 28 communautés faisant des vêtements liturgiques donc les 13 qui ont participé à RELIGIO plus 15 autres souhaitent en avoir un exemplaire. Cela ouvre nettement à un début de collaboration entre nous. Je redis ma conviction : je pense que faire connaître les produits des autres, même dans notre secteur d'activité, ne peut pas nous nuire ; je dirai plus, cela ne peut que nous être favorable. Si nous aidons un client à trouver ce qu'il cherche, il s'en souvient... Alors encore un pas pour cette année, et ce sera le dernier, je dis bien pour cette année, si les ATC, si d'autres monastères, avaient eux aussi ce CD dans leur magasin, s'ils ont un ordinateur dans un coin, ils pourraient eux aussi répondre à d'éventuelles demandes.

Il me reste à remercier et S. Myriam de tout son travail et la FDM de son importante aide financière ; sans cette aide, je ne pense pas que nous serions allées à RELIGIO pour un grand nombre d'entre nous. Vous allez me dire et l'efficacité ? Nous en reparlerons l'an prochain, car l'achat d'ornements reste occasionnel ; l'essentiel c'est que nous soyons gravées dans leur mémoire.

Sœur Marie-Christine, Bénédictine, Abbaye de Dourgne

LMC – Lien des Monastères pour le Commerce.

L'association LMC (Lien des Monastères pour le Commerce) a tenu sa 4^e Assemblée Générale les 25 et 26 avril 2006 à Pradines. Sa prochaine Assemblée aura lieu à Bellefontaine les 17 et 18 avril prochain.

Elle doit compter, à ce jour, parmi ses membres actifs, 32 communautés monastiques, essentiellement cisterciennes et bénédictines, 3 magasins du Chemin Neuf, 3 ATC, la librairie Daniel Brottier des OAA de Paris, et un magasin près de Luchon (Adonaïs) qui vend des produits monastiques.

Créée en 2001, l'objet de cette association était le suivant, selon l'article 2 de ses statuts :

« Aider les membres dans leurs démarches commerciales, en particulier dans la vente de produits que l'association voudrait promouvoir et dans tout autre secteur lié à l'activité commerciale des monastères ».

Quant à ses moyens d'actions, ils sont précisés à l'art. 3 :

- Concertation sur les produits en vente.
- Recherche de nouveaux produits.
- Réalisation de contrat avec un producteur pour que les membres aient l'exclusivité.

Après un premier contrat de ce type avec le groupe Thiomed dont fait partie le laboratoire LPH, portant sur une gamme de compléments alimentaires, et qui, dans les faits, a été à l'origine de l'association LMC, celle-ci prend conscience, depuis 2 ou 3 ans, de la difficulté, pour certains ateliers monastiques, à faire face aux demandes des magasins. Cela vient du fait que les points de vente se sont bien développés depuis 15 ans en nombre et en surface de vente, mais plus encore, sans doute, du manque de personnel ou de leur défaillance temporaire dans les ateliers.

Notre association voudrait donc chercher comment suppléer, mais de manière réfléchie et concertée, à la possible insuffisance à venir des produits

monastiques, afin de permettre, éventuellement, à nos magasins de continuer à faire vivre nos communautés.

L'an dernier, la réflexion a porté d'abord sur la prise en compte de la nouvelle législation en matière de distribution de compléments alimentaires. Celle-ci semble davantage en notre faveur depuis que les normes européennes sont applicables en France.

Ces ventes nous semblent un créneau intéressant à maintenir, voire à développer, tant pour sa rentabilité (forte marge bénéficiaire), que pour la qualité des produits que nous proposons et l'intérêt que leur portent nos clients. Il est clair que si l'exclusivité est un grand avantage, un certain volume est nécessaire pour le maintien de cette exclusivité. Nous aurions besoin d'être plus nombreux à distribuer ces produits. Notre Chiffre d'Affaires était de 106 000 Euros en 2006. Il serait souhaitable qu'il atteigne 150 000 Euros.

Nous avons cherché aussi, ensemble, quels genres de nouveaux produits nous pourrions proposer à la vente dans nos magasins sans que cela fasse concurrence aux produits monastiques.

Trois types de produits ont pu ainsi être définis :

- Des produits nouveaux mis au point par nous et élaborés par nous, (éventuellement fabriqués par d'autres que nous, si nécessaire, mais avec un cahier des charges bien précis).

C'est comme cela que nos sœurs du Rivet se sont mises à fabriquer des biscuits salés.

- Des produits non élaborés par nous, mais dont nous aimerions avoir l'exclusivité ou tout au moins dont le réseau de distribution serait restreint et en harmonie avec le nôtre.

C'est ainsi que nous essayons de travailler avec Escofine, société liée au laboratoire Piléje, qui élabore des produits diététiques et aliments santé de grande qualité. Cette maison sera présente à notre prochaine AG.

- Des produits qui seraient le fruit d'une collaboration avec des associations liées au commerce équitable.

Cette année, à Bellefontaine, nous rencontrerons Artisanat Sel, organisme avec lequel 2 ou 3 communautés travaillent déjà.

Il n'est pas impossible, non plus, que l'association, quand elle grandira, puisse trouver des accords commerciaux avec certains fournisseurs. Cela a été évoqué pour des fournisseurs de carterie. Un

fournisseur d'objets religieux, par exemple, propose une mise en place dans nos magasins avec droit de retour des invendus, ce qui pourrait présenter un vrai avantage. Il s'agit de Sodarec que nous rencontrerons aussi lors de notre prochaine AG.

L'association LMC invite donc toutes les communautés sensibles à notre réflexion, à nous faire part de leurs idées ou même à nous rejoindre au sein de l'association, pour, ensemble, aller plus loin. Si quelques-uns voulaient participer à notre AG du mois d'avril, ils seraient les bienvenus.

Des contacts peuvent être pris avec le président de LMC :
Père Samuel, Abbaye de Bellefontaine, 49122 Bégrolles en Mauges.
tél 02 41 75 96 48,
E-mail : p.samuel@bellefontaine-abbaye.com.

Père Samuel, Cistercien, Abbaye de Bellefontaine, Président de LMC

LE POINT SUR LA BOUTIQUE DE THEOPHILE

La Boutique de Théophile a été créée en 1999 par Sœur Catherine Sesboué, religieuse de l'Assomption, responsable du site Croire.com, avec différents mouvements d'église et associations tels que le Jour du Seigneur, Voir et Dire, la Société de Saint Vincent de Paul, nos Petits Frères et Sœurs, et avec l'appui de Bruno Dardelet alors responsable de BD Consultant. Le but était d'avoir une présence chrétienne sur la Toile.

Dés le départ elle a désiré associer au projet le monde monastique et a rencontré intérêt et soutien chez le Père Gérard Joyau, de Bellefontaine, alors président de Monastic.

Assez vite, ces différents mouvements se sont retirés (même si certains sont restés partenaires), et ne sont restés actifs sur le site que des Monastères : Actuellement 12 communautés qui offrent les produits d'une trentaine de monastères.

Le but en effet est de proposer **des « produits monastiques et chrétiens de qualité. »**

Il faut reconnaître que les débuts ont été un peu laborieux : bénévolat du webmaster, manque d'intérêt des communautés, recherche d'une identité claire.

En 2003 un tournant important a été pris avec la collaboration d'une société de services spécialisée, W3 Factorie, qui assure toute la partie technique et permet un meilleur fonctionnement. Cette étape correspond aussi au développement de l'informatique chez les particuliers et à l'explosion du commerce en ligne.

Le nom officiel devient « les Boutiques de théophile.com », une véritable galerie marchande.

En janvier 2006, Bruno Dardelet ayant demandé à ne pas être réélu pour raisons personnelles, Renaud de Mazières, jeune père de famille et assez bon connaisseur du milieu monastique du fait de son travail chez Meschaert Lyon, a accepté la présidence de l'Association, avec le désir très net de nous aider à développer la Boutique.

Le fonctionnement est le suivant :

Les clients passent commande à W3 Factorie et lui envoient leur règlement. Une fois le règlement perçu, W3 transmet la commande par courriel (à défaut par fax) au « marchand » concerné qui l'expédie.

À la fin du mois, ou plutôt au début du mois suivant, W3 envoie la liste des ventes à chaque boutique qui lui fait une facture du montant des achats moins 15 % qui sont retenus par W3 Factorie pour sa prestation de service.

Chaque boutique est libre de mettre en ligne ses produits, de faire des offres promotionnelles, d'ajouter de nouveaux produits, d'en mettre d'autres en vitrine, etc.

Il est bien évident que les boutiques qui marchent le mieux sont celles qui sont les plus vivantes et qui ont le plus de produits à offrir.

Quelques chiffres

Seront plus éloquentes que de longs discours pour vous montrer l'évolution très positive de la Boutique :

- - C.A. total en 2003 : 11 269 €
- - C.A. total en 2004 : 59 300 €
- - C.A. total en 2005 : 89 820 €
- - C.A. total en 2006 : 110 270 €

Pour notre Boutique de Maylis voici quelques chiffres :

- 2003 C.A. : 900 €
(sur 4 mois)
- 2004 C.A. : 6 000 €

(dont 3000 € en 2 mois suite à une émission sur nos cires sur TF1 : les 4/5 des commandes nous sont venues par la boutique, ce qui montre bien l'intérêt des gens pour Internet que l'émission avait mentionné sans s'appesantir)

- 2005 C.A. : 5 000 €
- 2006 C.A. : 11 000 €
- 2007 C.A. : 15 000 €
(prévisionnel...)

Sachant que nos plus gros points de vente extérieurs atteignent péniblement 3000 € par an de C.A. avec une remise de plus de 30% , ces 11000 € pour lesquels la remise (déjà déduite) n'est que de 15 % vous montrent l'intérêt pour nous de la boutique...

Et donc pourquoi pas, l'intérêt pour vous !

Car plus l'offre sera importante, plus le site sera attractif ; plus nous serons nombreux, plus nous aurons de moyens pour faire connaître les boutiques de Théophile.

N'hésitez donc pas à vous renseigner, d'autant que la Fondation des Monastères avait dégagé un budget pour acquitter les droits d'entrée et que Monastic est prêt à prendre le relais.

Il y a aussi certainement des possibilités de regroupement de communautés pour faire une boutique sur la galerie marchande.

Par exemple en entendant S. Marie Christine parler du travail des ateliers d'ornement et des classeurs qui regroupent les photos, il me semble ~~uniquement avec W3 Factorie~~ (sur 4 mois) ~~uniquement avec W3 Factorie~~ ces photos était sur les boutiques de Théophile. Pourquoi les communautés concernées ne s'entendraient-elles pas pour faire une boutique d'ornement ? Il serait dommage que seuls Houssard, Slabbinck et consorts soient présents sur la toile. Et pour toutes les paroisses et les prêtres, ce serait vraiment commode d'avoir une offre très variée !

À noter aussi que si certaines communautés ont déjà leur propre site de vente, rien ne les empêche d'adhérer quand même à Théophile : cela ne fait pas double emploi mais 2 magasins et donc plus de visibilité ! (c'est d'ailleurs ce que vient de faire Flavigny).

Liste des communautés adhérentes à ce jour :

Abbaye de Blauvac
Abbaye de Chantelle
Abbaye de Maylis
Abbaye de Valognes

Abbaye de Dourgne
Abbaye de Rouen
Abbaye de Flavigny
Abbaye d'Ermeton
Abbaye d'En Calcat
Bernardines d'Esquermes
Abbaye de La Pierre Qui Vire (mars 2007)
Carmel de St Sever sur Adour
Carmel de Verdun

CAT de La Rebellerie - Communauté de l'Arche
CAT de la Sandale du Pèlerin (dans les mois qui viennent)

Père Colombar, Bénédictin, Abbaye de Maylis

Fondation des monastères et communication

Aidez-nous à vous aider ! La communication de la Fondation sert à la faire connaître dans le public afin de lui donner une image, donc une notoriété, nous oeuvrons pour que, avec le temps, la Fondation des Monastères vienne spontanément à l'esprit des personnes qui veulent faire un don, un legs, se rapprocher des monastères, les connaître, les rencontrer. Son but est de SERVIR, d'être utile, de fédérer, en quelque sorte, de donner un visage à TOUS les monastères et communautés.

Nous avons plusieurs moyens pour cela.

Les annonces presse : j'établis un plan média presse professionnelle/presse grand public. Merci aux religieux et religieuses qui nous ont confié et permis d'utiliser les photos ; J'ai rassemblé une importante photothèque qui a servi à Monastic, que j'utilise pour la communication, j'ai fait le « book » des monastères qui fait à chaque fois « un tabac » dans les manifestations extérieures. Ainsi les gens peuvent rechercher et visualiser le monastère proche de chez eux, posent des questions : un dialogue s'ouvre devant les photos. Je signale au passage qu'une bonne centaine de communautés ne m'a pas toujours adressé ses photos... Au passage...

Le site internet : je le tiens comme un journal en veillant à ce qu'il soit d'actualité. C'est à ce propos que je vous demande de m'adresser TOUTES les nouvelles, petites et grandes qui concernent votre communauté. L'agrandissement de l'hôtellerie, une grande fête, la prise d'habit d'un frère ou d'une sœur... Notre site est une porte d'entrée dans le monde monastique pour les nombreuses personnes qui le visitent chaque jour ainsi que pour les moines et moniales qui aiment aussi avoir des nouvelles des uns et des autres. Un petit mail, un mot un coup de téléphone : je veux faire VIVRE le site pour montrer à

l'extérieur qu'il y a de la vie à l'intérieur des communautés. Chaque mois je mets en ouverture « gros plan sur... » et j'examine actuellement avec Frère Bernard-Marie comment mettre PLUSIEURS appels de dons en même temps.

Relations presse. Hélas, malgré mes efforts et mes contacts, la presse ne s'intéresse pas assez à la Fondation : les gens heureux ne font pas recette !! Et nous ne remplissons jamais la rubrique « faits divers » !!! Mais, nous apprenons, par hasard et souvent longtemps après, que des télévisions, radios ou journaux sont venus faire un reportage dans tel monastère ! Si vous avez le réflexe de m'en informer avant l'événement, je passerai l'information dans l'actualité du site et surtout j'essayerai de rentrer en contact avec le media afin de raccrocher la Fondation.

La documentation. Nous en tenons toujours à votre disposition : marque-page en petit cadeau, dépliants à distribuer ; affiches ... à afficher, guides de la fondation à donner aux visiteurs plus intéressés. Vos magasins, hôtellerie et églises doivent en être abondamment pourvus ! Surtout n'en manquez jamais, sur simple demande je vous en fais parvenir autant que vous le souhaitez.

L'annuaire pratique des lieux d'accueil monastique. Nous sommes quotidiennement approchés (mail, téléphone, lettre) par des gens qui nous considèrent comme la centrale de réservation et l'office de tourisme des monastères. Malgré nos efforts nombreux et anciens, nous n'avons jamais pu établir des relations correctes avec la direction du guide Horay. Il existe d'autres guides, mais ils sont soit anciens et non réactualisés, soit généralistes (guide St Christophe) ou consacrés uniquement à un ordre. Un beau jour, un vent de révolte s'est levé à la Fondation et nous avons décidé de ne plus être le faire-valoir du Guide Horay, qui ne le mérite vraiment pas. Nous sommes

donc en train de réaliser un annuaire, fait totalement avec vous, qui sera distribué aux gens qui veulent faire une retraite ou rencontrer un(e) religieux(se), visiter l'endroit, séjourner dans votre hôtellerie etc... Nous l'offrirons aux communautés, aux notaires, aux demandeurs, à la presse, dans les manifestations extérieures où nous avons énormément de demandes dans ce sens... Il sera simple, beau (ce n'est pas plus cher) et pratique. Nous-même nous en avons besoin

quotidiennement à la Fondation pour travailler. Merci de bien vouloir me retourner le questionnaire. Nous le faisons avec vous, pour vous, rajoutez ce que vous voulez préciser.

Ainsi, d'ici quelques années la Fondation des Monastères sera devenue incontournable dans le paysage des Fondations. C'est un travail long et laborieux, mais avec des moyens raisonnables et du travail nous y parviendrons.

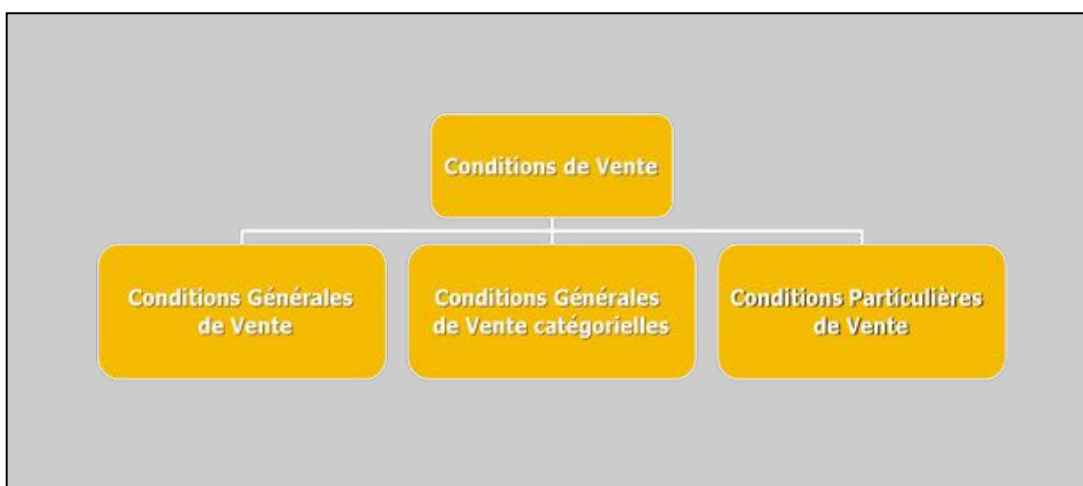
Madame Françoise Maréchal

NB L'appellation de l'annuaire a été modifiée, vous pouvez vous reporter à l'infonet n°164 du 13 mars 2007, dont voici l'essentiel :

« Rappelons qu'il ne s'agit pas d'un énième annuaire commercial, dont nous serions simplement l'éditeur. Non, il s'agit de constituer avec vous, un annuaire le plus complet possible, l'annuaire de toutes les communautés, dans la diversité que nous leur connaissons, et qui fait la richesse du monde monastique. Il s'agit aussi d'y inclure une information précieuse pour les amis des monastères qui veulent les soutenir, notamment par des legs : la situation juridique (reconnaissance légale ou non), indispensable à connaître pour ne pas se tromper en rédigeant son testament. Pour répondre au souci des communautés ne disposant pas d'une véritable hôtellerie, nous avons modifié le titre du futur annuaire, qui devient 'L'annuaire des lieux monastiques' au lieu de 'L'annuaire des lieux d'accueil'. Nous espérons ainsi convaincre toutes les communautés d'y figurer, même celles qui, n'ayant pas de possibilité d'accueil, ne l'envisageaient pas. »

CONDITIONS GENERALES DE VENTE

- ◆ Définition :
 - Ensemble des stipulations qui constituent l'offre émise par un vendeur professionnel.
 - Les CGV constituent « *le socle de la négociation commerciale* ».On ne peut pas vous imposer des conditions d'achat.
- ◆ Types de Conditions Générales de Vente
 - Conditions générales de vente
 - Conditions générales de vente catégorielles
- ◆ Les CGV peuvent être complétées par des Conditions Particulières de Vente (CPV).



Conditions générales de vente

- ◆ Obligation de communication
Obligation pour tout producteur de communiquer à tout acheteur son barème de prix et ses conditions de vente. (Article L 441-6 du code de commerce)
- ◆ Limite
 - Pas d'obligation légale d'établir des CGV
 - Mais rédaction recommandée car l'absence de CGV peut constituer une présomption de discrimination.
- ◆ Mentions obligatoires des CGV :
 - Les conditions de vente
 - Le barème des prix unitaires
 - Les réductions de prix
 - Les conditions de règlement

Conditions générales de vente catégorielles

- ◆ Possibilité d'établir plusieurs barèmes pour plusieurs catégories d'acheteurs.
Clientèles qui ne sont pas concurrentes entre elles.
Ex: grossistes/détaillants
- ◆ Les catégories doivent être définies objectivement
- ◆ Attente de la parution d'un décret

Conditions particulières de vente

- ◆ convenues entre producteur et acheteur

- ◆ justifiées par la spécificité des services rendus qui ne sont pas détachable de l'opération d'achat vente
 - ◆ tout acheteur peut en bénéficier s'il présente les mêmes spécificités
- Ex : modalités de livraison, services logistiques particulier, conditions liées au stockage, délais de règlement différenciés.
- ◆ Les CPV ne sont pas soumises à l'obligation de communication.

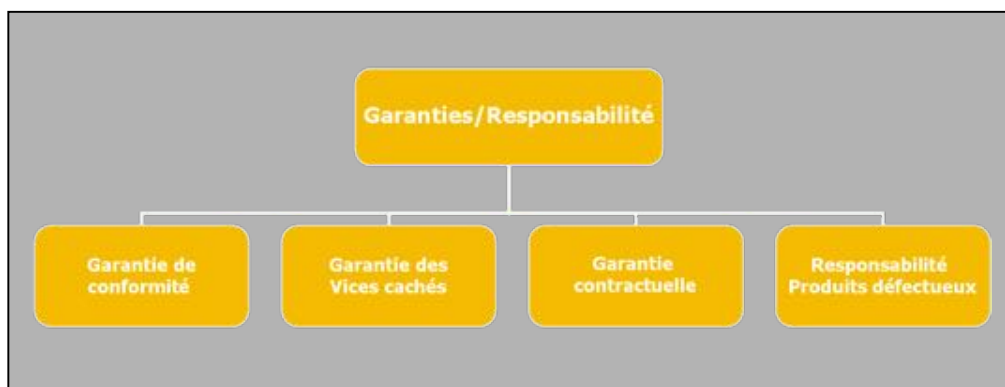
Facturation

Mentions obligatoires de la facture

- Nom des 2 parties/adresses
- Date de la vente
- Dénomination précise du produit
- Quantité
- Prix unitaire HT
- Taux de TVA
- Échéance de paiement
- Taux des pénalités exigibles le jour suivant la date de règlement inscrite sur la facture
- Conditions d'escompte applicables en cas de paiement anticipé

GARANTIES ET RESPONSABILITE LIEES A LA VENTE DE PRODUITS

- ◆ But :
 - Action des acheteurs envers un fournisseur
 - Connaître les risques liés à la vente de produits
- ◆ Pas norme NF/ CE



Garantie de la conformité

- ◆ Définition de la conformité
- Le produit ne présente pas les éléments tels que convenus entre l'acquéreur et le vendeur.
Exemple : Voiture commandée équipée et qui ne l'est pas
- ◆ Conditions de mise en œuvre :
 - ❖ Parties à la vente :
 - Vente entre professionnel et consommateur
- Est considéré comme un consommateur un non professionnel du domaine concerné

Ex: plombier qui achète une voiture

❖ Non-conformité:

- Bien livré non conforme à l'usage habituel d'un bien semblable
- Bien ne présentant pas les caractéristiques définies d'un commun accord par les parties

❖ Délai pour agir :

- Délai de 2 ans à compter de délivrance du bien

C'est au consommateur de prouver la non-conformité.

- Délai de 6 mois à compter de la délivrance du bien

Présomption de non-conformité au profit du consommateur. C'est au vendeur de rapporter la preuve contraire.

◆ Effets de la garantie de non-conformité :

L'acheteur a le choix entre :

- le remplacement du bien
- la réparation du bien
- si impossibilité pour le vendeur de remplacer/réparer, le consommateur au-delà d'un délai d'un mois suivant sa demande, peut demander la résolution de la vente ou la réduction du prix.

La garantie des vices cachés

◆ Définition de vice caché (Art.)

Le bien n'est pas apte à un usage normal

Exemple : Voiture dont le moteur ne fonctionne pas

◆ Conditions de mise en œuvre:

❖ Un vice :

- Un défaut qui empêche ou diminue significativement l'usage du bien
- Un défaut entraînant uniquement une diminution d'agrément ne permet pas de bénéficier de la garantie des vices cachés.

❖ Un vice **caché** :

- Le vendeur n'est pas tenu des vices **apparents** que l'acheteur aurait dû découvrir.

Les tribunaux adoptent une position favorable au consommateur.

Ils n'exigent de lui que des vérifications élémentaires.

- Preuve du vice :

Le consommateur doit prouver que le vice caché existait avant la vente.

Pb : difficile à prouver, mais les tribunaux ne sont pas toujours très exigeants et se fondent souvent sur des indices (défaut survenu rapidement après la vente; défaut de fonctionnement dans des conditions normales d'utilisation)

◆ Délai pour agir :

- Le consommateur doit agir dans un délai de deux ans à compter de la découverte du vice.
- Attention : la recherche d'un accord amiable avec le vendeur retarde le point de départ du délai.

◆ Effets de la garantie des vices cachés :

- Annulation de la vente
- Dommages et intérêts

Garantie contractuelle

◆ Définition

Garantie « promise » par le vendeur dans le contrat.

Exemple : Garantie de fonctionnement 3 ans après l'achat.

◆ Conditions de mise en œuvre :
❖ Selon les clauses du contrat de garantie
Le défaut doit apparaître dans le délai prévu au contrat.

- ❖ Le contrat doit préciser :
- Contenu de la garantie
 - Durée de la garantie
 - Etendue territoriale
 - Nom et adresse du garant

◆ Effets
Selon le contrat de garantie :

- Réparation du bien
- Remplacement du bien

Responsabilité produits défectueux

◆ Définition :
Responsabilité du fabricant si un produit défectueux cause un **dommage** à une personne utilisatrice du produit.

Exemple : Pneu défectueux qui éclate et cause un accident

◆ Conditions de mise en œuvre :

- Défaut du produit
- Dommage subi
- Lien de causalité entre le défaut et le dommage subi.
- Délai

◆ Défaut du produit :

- Un produit est défectueux s'il n'offre pas « la sécurité à laquelle on peut légitimement s'attendre ». (Art. 1386-4 C. Civ.)
- « Le fabricant est tenu de livrer un produit exempt de tout défaut de nature à causer un danger pour les personnes ou pour les biens » (C. Cass.)

◆ Dommage subi :

❖ Tous dommages:

- Atteinte à la personne
- Atteinte aux biens (privés ou professionnels)

❖ Exception : Les atteintes au produit défectueux lui-même. (VC)

❖ Lien de causalité : Il faut prouver que le dommage résulte de la défectuosité du produit.

◆ Délais pour agir :

❖ 10 ans à compter de la mise en circulation du produit

❖ 3 ans à compter de la date où il a eu connaissance :

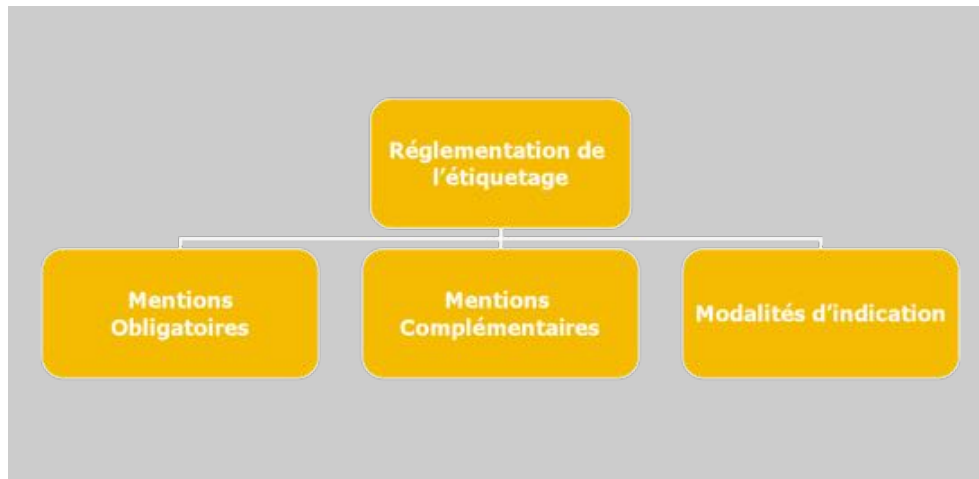
- du dommage
- du défaut
- de l'identité du producteur

◆ Exonération :

- Le fabricant n'a pas mis volontairement le produit sur le marché.
- Le défaut n'existait pas au moment de la mise sur le marché.
- Le dommage résulte d'une faute de la victime.
- L'état des connaissances scientifiques lors de la mise sur le marché ne permettait pas de déceler le défaut.

◆ Effets : Dommages et intérêts pour les atteintes subies

REGLEMENTATION DE L'ETIQUETAGE DES PRODUITS



REGLEMENTATION OBLIGATOIRE

Liste des mentions obligatoires

- 1) Dénomination de vente
- 2) Liste des ingrédients
- 3) Quantité nette
- 4) Date limite
- 5) Nom du fabricant ou du conditionneur
- 6) Numéro de lot
- 7) Lieu d'origine
- 8) Mode d'emploi

1) Dénomination de vente

- ❖ Elle doit renseigner sur la nature exacte du produit
- ❖ Elle est prévue :
 - Soit par la réglementation
 - Soit correspond à des usages
 - Soit décrit seulement le produit

- ❖ Une dénomination de vente ne doit pas tromper sur les qualités du produit.

- ❖ Elle **doit** être complétée :
par l'indication de l'état physique dans lequel se trouve la denrée alimentaire ou du traitement spécifique qu'elle a subi si l'omission de l'indication crée une confusion
Ex: en poudre, surgelé, congelé, décongelé, pasteurisé, stérilisé, reconstitué, concentré, fumé

- ❖ Elle **peut** être complétée :
par l'indication de la présence/absence d'un élément particulier
Ex: biscotte sans sel

- ❖ Dénomination et Marque
 - La dénomination de vente doit être indépendante de la marque, car une marque ne saurait remplacer valablement la dénomination de vente.
Ex: Pastis de Marseille et non Ricard
Ex: soda aux extraits végétaux et non Coca Cola

- Intérêts de la marque:
 - personnaliser le produit
 - protéger le produit des contrefaçons

2) Liste des ingrédients

❖ Liste des ingrédients incorporés au moment de la fabrication:

- Matières premières (MP)
- Ingrédients d'une MP mise en œuvre > 2%
- Additifs alimentaires ajoutés lors de la fabrication ou présents dans les MP (additifs indiqués en clair ou à l'aide d'un code + précision de la catégorie)
- Eau ajoutée mise en œuvre >5%

❖ Énumération par ordre décroissant de leur importance pondérale après la mention INGREDIENTS

❖ Ingrédient complexe

- Ingrédient élaboré à partir de plusieurs ingrédients
- Principe:

Il faut ajouter sa composition

Ex: Sauce béchamel

- Exception:

pour certains ingrédients qui ont une dénomination réglementaire

Ex: Ketchup

❖ Dispenses de l'indication de la liste des ingrédients

- Fruits et légumes frais qui n'ont pas fait l'objet d'un épluchage, coupage, ou autre traitement
- Eaux gazéifiées dont la dénomination de vente fait apparaître cette caractéristique
- Vinaigres de fermentation provenant exclusivement d'un seul produit de base et n'ayant subi l'adjonction d'aucun autre ingrédient
- Fromage, beurre, laits et crèmes fermentés, dans la mesure où ces denrées n'ont subi l'adjonction que de produits lactés, d'enzymes et de culture de microorganismes
- Produits constitués d'un seul ingrédient (si dénomination de vente identique)
- Bières, cidres, Eaux de vie naturelles, hydromels, poirées, vins

❖ Indication claire du nom de l'allergène

- céréales contenant du gluten
- oeufs et produits à base d'œufs
- poissons et produits à base de poissons
- lait et produits à base de lait
- fruits à coques (amandes, noisettes, noix, noix de cajou, noix de pécan, noix du Brésil, pistaches, noix de macadamia, noix du Queensland)
- anhydride sulfureux et sulfites en concentration de plus de 10 mg/kg ou 10 mg/l (exprimés en SO₂)
- arachide et produits à base d'arachide
- crustacés et produits à base de crustacés
- soja et produits à base de soja
- céleri et produits à base de céleri
- moutarde et produits à base de moutarde
- graines de sésame et produits à base de graines de sésame

Ex: denrée avec lécithine issue de soja, celle-ci devra être mentionnée : "émulsifiant : lécithine de soja", et non "émulsifiant : lécithine" ou "émulsifiant : E322".

❖ Ingrédients allergènes

- L'obligation ne concerne que les ingrédients allergènes **introduits volontairement** par le fabricant dans la recette du produit.
- Contamination fortuite :
 - Contamination involontaire par contact avec d'autres produits.
 - Étiquetage "*peut contenir des traces de...*" dans le cas où il n'est pas possible de maîtriser le risque de contamination.

❖ Organismes Génétiquement Modifiés

- Principe: Obligation d'étiquetage des OGM

Au moyen des libellés suivants :

- "*génétiquement modifié*" ou "*contient [nom de l'organisme] génétiquement modifié*" lorsque le produit contient ou consiste en OGM.

Ex: maïs doux, « *maïs doux génétiquement modifié* »

- "*produit à partir de [nom de l'organisme] génétiquement modifié*" lorsque le produit contient des dérivés d'OGM.

Ex: farine de maïs, « *la farine est produite à partir de maïs génétiquement modifié* »

- Exception à l'obligation d'étiquetage:

2 conditions cumulatives :

- Présence d'OGM ou de dérivé est inférieure à 0,9%
- Présence fortuite (accidentelle et non prévisible) ou techniquement inévitable (pollinisation)

3) Quantité nette

❖ Indication de la quantité sur l'emballage

- Quantité nette :

Le volume net ou la masse nette de produit contenus dans l'emballage

Exprimé en chiffres en utilisant comme unité de mesure le kg ou le g, le litre, cl, ou le ml.

- Mesure de la partie consommable du produit

Ex: poids égoutté pour les conserves de fruits

❖ Obligation d'indication de la quantité nette

Pour les produits dont la quantité nette > 5g ou 5ml, sauf dans le cas des épices ou plantes aromatiques

Ex: safran vendu au gramme avec indication requise

❖ Dispenses

Produit de confiserie dont le poids net < 20g et traditionnellement vendu à la pièce

Fromages fabriqués par les producteurs agricoles ne traitant que le lait de leur exploitation

❖ Indication de la quantité nette en cas de lot

- Principe:

Indication de la quantité nette sur chaque emballage + indication sur le suremballage de la quantité nette contenue dans chaque emballage et le nombre total de ces emballages

- Exception:

si le nombre de préemballage individuel peut être facilement compté de l'extérieur et si au moins une indication de quantité nette contenue dans chaque préemballage peut être clairement vue de l'extérieur.

- Application:

- Suremballage opaque : poids net 12x125g

- Emballage individuel visible et comptable de l'extérieur: poids net 125g et suremballage transparent: 1500g

❖ Modalité d'indication de la quantité

- Hauteur minimale des chiffres :
 - 6 millimètres, si la quantité nette > 1 kg ou 1 litre
 - 4 millimètres, 200 g ou 20 cl < quantité ≤ 1 kg
 - 3 millimètres, 50 g ou 5 cl < quantité ≤ 200 g ou 20 cl
 - 2 millimètres, quantité ≤ 50 g ou 5 cl
- Le cas des lots :

Ex: regroupement de 3 préemballages de 50g, la hauteur est celle qui correspond à 50g, soit 2 millimètres.

4) Date limite

❖ Objectif :

indiquer la limite au-delà de laquelle un aliment est susceptible d'avoir perdu ses qualités (microbiologiques, physiques, nutritives, gustatives, etc...)

❖ Indication claire sous deux formes :

- Date Limite de Consommation (DLC)
- Date Limite d'Utilisation Optimale (DLUO)

❖ **Date Limite d'Utilisation Optimale (DLUO)**

Une fois la date passée, la denrée peut avoir perdu une partie de ses qualités spécifiques, sans pour autant constituer un danger.

Tel est le cas, par exemple :

du café, des pâtisseries sèches

❖ La **DLUO** s'exprime par la mention :

- "*A consommer de préférence avant le*", suivie de :
- "*jour et mois*" pour les produits d'une durabilité inférieure à 3 mois ;
- "*mois et année*" pour les produits d'une durabilité comprise entre 3 et 18 mois ;
- "*année*" pour les produits d'une durabilité supérieure à 18 mois.

❖ **Date Limite de Consommation (DLC)**

Pour des denrées très rapidement périssables, susceptibles, de présenter un danger immédiat pour la santé humaine.

❖ Interdiction de vente des denrées dès que la date est dépassée

Tel est le cas, par exemple :

yaourts, charcuteries fraîches, plats cuisinés frais, etc...

❖ La DLC s'exprime par la mention :

- "*A consommer jusqu'au...*", suivie de l'indication du jour et du mois.
- La durabilité du produit et sa date limite de consommation est fixée par la réglementation ou par le fabricant.

Ex: pour les œufs, la DLC est fixée par arrêté à 28 jours après la ponte

❖ Liste des denrées dispensées

- Fruits et légumes frais (non épluchés ni coupés)

- Boissons titrant à plus de 10% en volume d'alcool
- Vins, vins aromatisés et obtenus à partir de fruits
- Confiseries consistant presque uniquement en sucres aromatisés ou colorés
- Produits de la boulangerie-pâtisserie qui sont consommés dans les 24h
- Vinaigre
- Glaces alimentaires en dose individuelle
- Gomme à mâcher et produits similaires
- Sucres à l'état solide
- Sel de cuisine

5) Nom du fabricant ou du conditionneur

- ❖ Les préemballages doivent porter une inscription permettant d'identifier:
 - soit l'emplisseur (celui qui réalise le préemballage)
 - soit celui qui fait faire (tout professionnel pour le compte de qui l'opération de préemballage est effectuée)
- ❖ L'inscription peut être:
 - Soit identification simple par indication du nom et de l'adresse
 - Soit identification codée par indication d'un code de l'INSEE

• Exemples

- Société X, Rue de l'industrie, 55000 ALIMENT
- Société X, Rue de l'industrie, 55000 ALIMENT/EMB 59892A
- Fabriqué par la Société Y, Rue de l'Eglise, 75000 PARIS et vendu par Société X, Rue de l'industrie, 55000 ALIMENT

6) Numéro de lot

❖ Objectif:

Regrouper un ensemble de produits alimentaires afin de faciliter leur identification en cas de défaut, de contamination ou de réclamation.

❖ Modalité:

Ce numéro définit une unité de temps, de lieu, de processus de fabrication et de produit, selon un système établi par le fabricant et précédé de « L ».

❖ Solution pratique:

Lorsque la DLC ou la DLUO comprennent au moins une indication de jour ou de mois, elle peut être utilisée comme indication du lot.

❖ Produits dispensés de l'indication du lot:

- Produits agricoles non livrés au consommateur

Vendu au départ de l'exploitation, en vue de leur utilisation immédiate dans un processus de préparation

· Emballage dont la surface la plus grande est <10 cm²

- Doses individuelles de glace alimentaire

mais indication du lot sur l'emballage de groupage

7) Lieu d'origine

Indication non obligatoire :

- Sauf risque de confusion dans l'esprit de l'acheteur sur l'origine réelle de la denrée
Le risque de confusion s'apprécie en fonction de la présentation d'ensemble du produit

- Sauf obligation particulière notamment:

Noix, gibier et lapin et volailles importés, viande bovine

- Sauf démarche de protection de l'origine:

AOC, AOP, IGP

8) Mode d'emploi

- ❖ Mode d'emploi à mentionner **si nécessaire**

lorsque son omission ne permet pas de faire un usage approprié de la denrée il doit être rédigé en langue française

Ex: boîtes à ouverture facile, plat cuisiné sous vide

- ❖ Mention **obligatoire** de précaution d'emploi pour les produits surgelés
Indication que le produit ne peut pas être recongelé après une décongélation

MENTIONS COMPLEMENTAIRES

1) Réglementation spécifique pour certaines catégories de denrées

- ❖ confitures « préparé avec X g de fruits pour 100g »
- ❖ « conserver au frais après ouverture »
- ❖ fromages « pourcentage de matière grasse »
- ❖ Boissons titrant à plus de 1,2% d'alcool « titre volumique »
- ❖ Denrée contenant des édulcorants « avec édulcorants »

2) Signes d'identification, d'origine et de qualité

Ensemble de démarches volontaires, réglementairement encadrées, qui garantissent aux consommateurs la mise à disposition de produits répondant à des caractéristiques particulières.

L'appellation d'origine

- ❖ Définition
 - L'AOC résulte de la combinaison d'une production et d'un terroir qui s'exprime par le savoir-faire des hommes.
 - Il existe un signe européen équivalent à notre AOC : c'est l'appellation d'origine protégée (AOP).
- ❖ Conditions:
 - Produit originaire d'une région ou d'un lieu déterminé dont la qualité ou les caractères sont dus essentiellement à ce milieu géographique.
 - L'AOC est attribuée par décret sur proposition de l'Inao (Institut national des appellations d'origine), après avis de la Commission nationale des labels et des certifications de produits agricoles et alimentaires.



L'indication géographique protégée

- ❖ Définition:
Constitue une IGP la dénomination d'une région ou d'un lieu déterminé servant à désigner un produit alimentaire qui en est originaire et qui tire une partie de sa spécificité de cette origine.

Ex: *Volailles de Bretagne*

- ❖ Conditions
Le dispositif européen impose que tout signe national d'identification de l'origine doit être enregistré comme AOP ou comme IGP.

- ❖ Application:
Nos AOC font donc l'objet d'un enregistrement comme AOP.



Les labels et les certifications de conformité comportant dans leur dénomination une indication géographique doivent être enregistrés comme IGP.

Les labels

❖ Définition:

Les labels agricoles attestent qu'une denrée alimentaire possède:

- un ensemble de qualités et caractéristiques spécifiques préalablement fixées dans un cahier des charges
- un niveau de qualité supérieure au produit courant



❖ Conditions:

- Distinction des produits similaires notamment par leurs conditions particulières de production et de fabrication.
- Homologation du cahier des charges par arrêté interministériel, après avis de la section compétente de la CNLC (Commission Nationale des labels et de la certification de conformité).



Produits biologiques

❖ Définition:

- Mode de production n'utilisant pas de produits chimiques de synthèse et d'OGM, et respectueux de l'environnement.
- Utilisation de pratiques spécifiques de production (emploi d'engrais vert, lutte naturelle contre les parasites...).
- Utilisation d'une liste positive et limitée de produits de traitement, de stockage et de conservation.

❖ Conditions:

- Le produit composé d'au moins 95 % d'ingrédients d'origine agricole issus de l'agriculture biologique, les autres ingrédients utilisés doivent avoir été autorisés par la réglementation.
- Faire certifier les produits par des organismes certificateurs agréés par les pouvoirs publics (Ecocert, Qualité France, Ulase, Aclave, Agrocert).

Certification de conformité

❖ Définition

- La certification de conformité n'est pas censée garantir une qualité supérieure.
- Elle indique le respect du cahier des charges, élaboré par un groupement de professionnel
- Elle concerne principalement les produits suivants :

viandes, céréales, fruits et légumes, volailles, oeufs, charcuterie.

❖ Conditions:

- Elle doit toujours se distinguer par au moins deux caractéristiques spécifiques et donc apporter un plus par rapport à la stricte application des spécifications de base.

Ex: alimentation ou élevage en plein air des animaux

- Les caractéristiques certifiées doivent être significatives, objectives et mesurables et doivent obligatoirement être précisées dans l'étiquetage.

Ex: porc nourri à 70% de céréales



La dénomination "montagne"

❖ Définition

Elle garantit que le produit

- est originaire d'une aire géographique située en montagne
- que sa production respecte des techniques spécifiques aux zones de montagne.

❖ Conditions:

- Autorisation administrative expresse, délivrée par le préfet de région après consultation de la Corpaq (Commission régionale des produits agricoles de qualité).
- Elle ne peut être apposée sur l'étiquetage des produits à AOC.
- Un cahier des charges précise les techniques et le lieu de fabrication, ainsi que la provenance des matières premières permettant l'utilisation du terme "*montagne*".

MODALITES D'INDICATION

❖ Les inscriptions doivent être :

- Inscrites à un endroit apparent, clairement lisible et indélébile
- Rédigées en langue française sans autres abréviations que celles prévues par la réglementation.
- Lorsque les produits présentés à la vente sont représentés en situation de consommation (décor,...) il est conseillé de faire figurer une mention du type « suggestion de présentation » sur l'emballage.

❖ Obligation de regroupement des mentions dans un même champ visuel:

- La dénomination de vente
- La quantité nette
- La date limite et l'indication des conditions particulières de conservation
- Le titre alcoométrique volumique pour les boissons

❖ Cas particuliers

Les petits emballages (surface < 10cm²)

L'étiquetage peut ne comporter que les mentions relatives à:

- La dénomination de vente
- La quantité nette
- La date de limite et les conditions de conservation

❖ Sanctions

- L'absence d'étiquetage ou un étiquetage irrégulier

Contravention de 3^{ème} classe (maximum 450€ par produit) : Art L.214-1 code consommation

- L'étiquetage doit être loyal et ne doit pas induire le consommateur en erreur
- Publicité trompeuse : art L.121-1 code de la conso
- Fraude à la vente : art 213-1 code de la conso

RÉPONSES AUX QUESTIONS PAR MONSIEUR DORANGE

1°- Quelles sont les obligations en termes d'étiquetage pour les produits non Alimentaires ? Le questionneur fabrique de la cire.

Si le produit non alimentaire est emballé, l'emballage doit comporter les mentions suivantes :

- Nom du produit
- Mode d'emploi s'il est nécessaire à l'utilisation d'un produit ou conseil d'utilisation
- Poids ou volume
- Composition du produit (notamment pour les tissus)
- Nom du fabricant ou de l'emballleur

2°- Les Hosties les emballages doivent-ils mentionner les allergènes (Gluten) ?

Oui, cette obligation concerne tous les produits contenant un ou plusieurs allergènes. L'emballage des hosties devra donc être modifié pour rajouter l'allergène (le gluten en l'espèce) dans la liste des ingrédients.

3°- Les bonbons <40gr pièce sont-ils dispensés d'étiquetage ?

Je n'ai pas trouvé d'exception en ce sens. La seule exception que je trouve concerne les bonbons qui ont un poids inférieur à 20 grammes.

4°- L'origine des tissus utilisés dans la confection doit-elle être mentionnée sur l'étiquetage ?

Pour les textiles, certaines informations sont **obligatoires**, notamment l'indication de la composition. Il est donc obligatoire d'indiquer sur l'étiquette le pourcentage des différentes fibres textiles composant l'article fini.

D'autres mentions pour le textile restent **facultatives**. C'est le cas pour les mentions relatives à l'entretien, à l'origine, à la taille des textiles. A titre d'exemple, le produit peut être étiqueté « fabriqué en France » ou « made in France » si la confection est faite en France et ce, quelle que soit l'origine de l'étoffe.

5°- Doit-on mentionner les prix au litre ou au kilo sur les produits non alimentaires ?

PRINCIPE :

L'indication du prix de vente au kilogramme ou au litre en plus du prix de vente à l'unité, est obligatoire pour les produits préemballés alimentaires ou non d'usage courant.

Cette obligation concerne les produits exposés en magasin, mais aussi les produits présents en publicité hors du lieu de vente.

EXCEPTION :

La mention du prix de vente à l'unité de mesure n'est pas nécessaire pour les produits d'hygiène et de beauté dit de luxe ni pour les produits de pâtisserie, les boîtes métalliques, et bouteilles de contenance de 33 ou 50 cl vendu à l'unité.

Un arrêté du 16 novembre 1999 relatif à la publicité, à l'égard du consommateur, des prix de vente liste les produits non alimentaires pour lesquels la mention du prix à l'unité de mesure est obligatoire :

Produits d'hygiène et de beauté de consommation courante

Savons de toilette.

Dentifrice, lotions dentaires.

Produits pour le bain et la douche.

Soins de la chevelure (shampooing, lotions).

Produits pour le rasage (crèmes, lotions).

Eaux de toilette à l'exception des extraits de parfums, eaux de Cologne, lotions d'hygiène corporelle, émulsions.

Produits solaires.
Produits de lavage
Savons.
Produits à laver (linge, vaisselle) sous toutes leurs formes (poudre, solide, liquide) et détergents liquides.
Produits de rinçage (vaisselle).
Produits régénérants (vaisselle).
Assouplissants textiles sous toutes leurs formes.
Produits ménagers d'entretien
Produits à récurer, détartrer, déboucher, décaper, détacher.
Produits d'entretien des sols.
Produits pour vitres et glaces.
Produits d'entretien des matériaux.
Peintures, vernis et diluants, à l'exclusion des couleurs fines pour l'art et l'enseignement.
Produits divers
Produits d'entretien courant pour l'automobile (huiles, lave-glaces...).
Produits phytopharmaceutiques pour jardin d'amateur, engrais.
Produits de bricolage (plâtre, ciment, enduits, colle à papier peint...).

6°- Les numéros de lot des produits ainsi que la mention relative à l'éco-emballage doivent-ils impérativement être mentionnés sur les factures ?

Les numéros de lots doivent impérativement apparaître sur l'emballage.
La mention relative à l'éco-emballage sur les emballages est apparemment facultative.
Pour la facturation, il n'est en aucun cas demandé d'indiquer ces deux mentions.

7°- Quelles sont les conditions requises pour faire mention sur une étiquette de l'appellation : « Fabrication artisanale » ?

Il faut que le produit soit fabriqué par un artisan tel que défini par le registre des métiers.

8°- Peux-tu m'adresser la liste des IGP et AOC enregistrées à ce jour ?

La liste étant très longue je vous indique le lien du site de l'Institut National de l'Origine et de Qualité (INAO) qui vous permettra de trouver la liste : <http://www.inao.gouv.fr/>

9°- À quelle date doit être réalisée et libellée la facture ?

PRINCIPE: FACTURATION IMMEDIATE

La facture doit être réalisée et remise à l'acheteur dès la livraison de la marchandise (ou la prise en charge si l'acheteur va la chercher lui-même), ou dès la réalisation de la prestation de services.

EXCEPTIONS

Des exceptions à ce principe de facturation immédiate sont admises dans les cas suivants :

1. Différé de facturation

Lorsqu'un élément de la facture n'est pas connu au moment de la livraison et dans les conditions suivantes :

- délivrance immédiate d'un bon de livraison, établi en double exemplaire au moyen d'un carnet à souche numéroté. Le bon comporte les mêmes éléments que la facture sauf l'élément manquant.
- la facture est établie dès détermination de l'élément manquant. Elle fait référence au bon de livraison.

2. Factures récapitulatives dans le cas de livraisons fréquentes et de faible montant

- délivrance immédiate d'un bon de livraison, établi en double exemplaire, comportant toutes les mentions obligatoires de la facture.
- établissement de factures récapitulatives reprenant chaque achat et faisant référence aux

bons de livraison. Le rapprochement entre bon de livraison et facture doit pouvoir se faire sans ambiguïté.

10°- Les pénalités de retard doivent-elles être mentionnées sur la facture ?

Le taux des pénalités exigibles le jour suivant la date de règlement doit figurer sur la facture. Les pénalités doivent être mentionnées même si le paiement se fait comptant, pour le cas où le fournisseur serait conduit à consentir un délai de paiement.

Le taux des pénalités peut être déterminé sur la facture. Dans ce cas, ce taux ne peut pas être inférieur à 1,5 fois le taux de l'intérêt légal fixé pour l'année. Ainsi, pour 2007, les pénalités de retard doivent être au moins égales à 4,425 %. Si le taux n'est pas déterminé, c'est le taux de la Banque Centrale Européenne pour son opération de refinancement la plus récente (fixé à 2,95 % pour l'année 2007), majoré de 7 points, qui s'applique.

Les pénalités de retard sont exigibles sans qu'un rappel soit nécessaire.

11°- Dans le cas de facturation de frais de port en sus des marchandises, quelle TVA et Mention des 2 taux ?

La TVA applicable pour les frais de port est une TVA de 19,6% car il s'agit d'une prestation de service.

Si vous vendez des produits à un taux de 5,5% et que vous faites payer des frais de port à 19,6%, il faut indiquer sur la facture le montant total de la taxe à payer, les deux taux de TVA ainsi que le total de TVA pour chaque taux d'imposition.

La même chose s'applique si vous vendez des produits avec plusieurs taux de TVA. Par exemple de la farine à 5,5% et du chocolat à 19,6%.

12°- Vente intra-communautaire: Mention du code TVA du pays acheteur et quelles écritures sur la facture. Perception O/N et récupération O/N de cette TVA française par l'acheteur étranger ?

PRINCIPE :

Le fournisseur n'a pas à mentionner le numéro de TVA en France du client.

EXCEPTION :

Dans le cas des échanges intracommunautaires, il existe un régime particulier de TVA. Ce régime particulier appelé **livraison intra-communautaire** permet au vendeur français de faire une facture hors taxe à un acheteur de l'Union Européenne (avec un identifiant TVA) à condition d'indiquer la mention : "exonération de T.V.A., article 262 ter I du Code Général des Impôts".

L'acheteur ne paie pas la TVA au vendeur français, mais fera une déclaration fiscale à l'administration afin d'autoliquider la TVA (il déduira et paiera la taxe en même temps). Le vendeur français n'aura pas à payer de TVA.

Dans ce cas seulement, le fournisseur a l'obligation d'indiquer le numéro d'identification à la TVA du client.

13° Motifs légitimes du refus de vente

Les motifs légitimes pouvant justifier le refus de vente sont:

- l'insuffisance de stock, une indisponibilité du produit
- une demande anormale (ex : l'acheteur demande une quantité hors de proportion avec ses besoins ou exige des conditions inhabituelles de livraison ou de paiement)
- la mauvaise foi (ex : l'acheteur est insolvable ou mauvais payeur)
- refus justifié par la loi (ex : interdiction de vente d'alcool aux mineurs ou de vente de médicaments sans ordonnances)

LISTE DES LABELS OU AUTRES QUALIFICATIONS

Labels / Qualifications	Quelles sont les garanties ?	Quels sont les organismes de certification ou de contrôle ?	Commentaires
LA QUALITE LIEE A L'ORIGINE OU A LA TRADITION			
En bleu, labels et qualifications européens En violet, labels et qualifications français			
AOP (Appellation d'Origine Protégée)*	<p>L'AOP atteste la qualité liée à l'origine.</p> <p>Les produits doivent être fabriqués, transformés et préparés dans une zone géographique donnée, au moyen d'une méthode spécifique et reconnue. Les AOP doivent être portées sur un registre tenu par la Commission européenne.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Direction des politiques économique et internationale (DPEI) - INAO (Institut national des appellations d'origine) 	<p>Equivalent de l'AOC au niveau européen. http://europa.eu/scadplus/leg/fr/lvb/l21097.htm</p> <p>Vins et boissons spiritueuses exclus. La mention européenne équivalente pour les vins est le VQPRD : vin de qualité produit dans une région déterminée.</p>
IGP (Indication géographique protégée)*	<p>L'IGP atteste la qualité liée à l'origine et à la tradition.</p> <p>Le produit doit présenter un lien entre au moins une étape de la production, du traitement ou de la préparation avec la région, la localité ou le pays d'origine</p> <p>Les exigences :</p> <ul style="list-style-type: none"> - délimitation géographique, - méthodes de production, - éléments liés au milieu géographique, - organismes de contrôle, - étiquetage et éventuelles exigences normatives à respecter. 	<ul style="list-style-type: none"> - Direction des politiques économique et internationale (DPEI) - INAO (Institut national des appellations d'origine) 	<p>Vins et boissons spiritueuses exclus. http://europa.eu/scadplus/leg/fr/lvb/l21097.htm</p> <p>Remarque : La nature du lien entre le produit et le lieu géographique est moins stricte pour la mention « IGP » que pour la mention « AOP », car ici les exigences sont dus essentiellement ou exclusivement au milieu géographique.</p>
Spécialité Traditionnelle Garantie (STG)	<p>La spécialité traditionnelle garantie, atteste la qualité liée à l'origine et à la tradition.</p> <p>Elle est caractérisée par la composition traditionnelle, soit par une méthode de traitement ou de préparation traditionnelle. Sur la base d'un cahier des charges d'un label ou d'une certification de conformité.</p>		Peu de succès pour l'instant.
AOC (Appellation d'origine Contrôlée) (article L 115-1 du code de la consommation)	<p>L'appellation d'origine contrôlée (AOC) désigne un produit originaire d'une région ou d'un lieu déterminé dont la qualité ou les caractères sont dus essentiellement à ce milieu géographique.</p> <p>Elle résulte de la combinaison d'une production et d'un terroir qui s'exprime par le savoir-faire des hommes. Pour pouvoir faire une demande d'AOC, il faut fournir les informations répondant à ces critères :</p>	AOC attribuée par décret sur proposition de l'INAO et après avis de la Commission nationale des labels et des certifications de produits agricoles et alimentaires.	<p>La reconnaissance d'une AOC ne constitue pas une certification.</p> <p>En France, les vins et spiritueux peuvent bénéficier de l'appellation d'origine contrôlée (à contrario de l'AOP européen).</p>

	<ul style="list-style-type: none"> - Nom du produit - Présentation de la production actuelle - Lien au milieu géographique - Aire géographique de production - Conditions de production / méthode d'obtention - Propositions concernant les contrôles 		
LA QUALITE SUPERIEURE			
Label rouge	<p>Le label rouge atteste qu'une denrée alimentaire possède un ensemble distinct de qualités et caractéristiques spécifiques préalablement fixées dans un cahier des charges établissant un niveau de qualité supérieure au produit courant. Ces produits doivent se distinguer des produits similaires notamment par leurs conditions particulières de production et de fabrication.</p> <p>Les critères varient suivant les catégories de produits.</p> <p>Liste des catégories de produits pour lesquelles il y a un cahier des charges :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Canard, - Agneau, - Charcuterie-salaisons pur porc, - Viande de porc vendue à l'état frais ou surgelé et préparations dérivées, - Poule, - Poulet de chair, - Chapon, - Dinde, - Foie gras d'oie, - Oie, - Pintade, - Veaux de boucherie nourris sous la mère, - Veaux de boucherie nourris au lait entier, - Gros bovins de boucherie, - Œuf. 	<ul style="list-style-type: none"> - Aclave - ADF-Certification - Agrocert - Aucert - Avicert - BVQI France - Certicentre - Certilim - Certi France - Certipaq - Certiqua - Certisavoie - Certisud - Food Certification Scotland Ltd. - Francert - Quali Ouest - Qualinorm - Qualisud - Qualité France - Qualité Nord Pas de Calais - SGS-ICS SA - Ulase - ABCQS - ASOLA - Association Syndim - Autres : <p>http://www.label-rouge.org/le_saviez_vous/qui_certifie_et_controle.html</p>	<p>Peut être apposé sur tous les produits alimentaires.</p> <p>Pour aller voir les cahiers des charges :</p> <p>http://www.agriculture.gouv.fr/spip/ressources.themes.alimentationconsommation.signesdequalite.leabelrouge.noticestechiques_r179.html</p>
LA QUALITE ENVIRONNEMENTALE			
Agriculture Biologique (AB)	<p>L'AB atteste plutôt de la qualité environnementale.</p> <p>Le mode de production biologique se veut un mode de production n'utilisant pas de produits chimiques de synthèse et d'organismes génétiquement modifiés (OGM), et respectueux de l'environnement. L'agriculture biologique se définit par l'utilisation de pratiques spécifiques de production (emploi d'engrais vert, lutte naturelle contre les parasites...), l'utilisation d'une liste positive et limitée de produits de fertilisation, de traitement, de stockage et de conservation.</p> <p>La dénomination de vente d'un produit peut comporter la référence au mode de</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Ecocert - Qualité France - Ulase - Aclave - Agrocert - SGS ICS 	<p>90.000 hectares sont actuellement dévoués à l'Agriculture Biologique en France, soit 0,2% de la surface cultivée. Cette activité intéresse près de 4000 producteurs et 800 entreprises contrôlés officiellement.</p> <p>Depuis 2000, il existe aussi un logo européen (épi de blé entouré d'étoiles).</p>

	production biologique à condition que le produit soit composé d'au moins 95 % d'ingrédients d'origine agricole issus de l'agriculture biologique, les autres ingrédients et les substances utilisés devant avoir été autorisés par le règlement.		
Le label écologique	Les "écolabels" sont délivrés à des produits comportant un ensemble de caractéristiques les rendant plus respectueux de l'environnement tout au long de leur cycle de vie, depuis l'extraction des matières premières jusqu'à leur rejet sous forme de déchets.	Comité de l'Union européenne pour le label écologique (CUELE)	http://europa.eu/scadplus/leg/fr/lvb/l28020.htm
Agriculture raisonnée	<p>Elle vise à renforcer les impacts positifs des pratiques agricoles sur l'environnement et à en réduire les effets négatifs, sans remettre en cause la rentabilité économique des exploitations.</p> <p>La qualification est une procédure qui permet d'attester qu'une exploitation satisfait aux exigences contenues dans le référentiel national de l'agriculture raisonnée :</p> <p>http://www.farre.org/QUALIFIC/referentielAR2006.pdf</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Aclave - Afaq-Afnor International - Agrocert - Avicert - Certi'Alp - Certipaq - Certiqua - Certis - Certisud - Control Union Inspections France - Moody Certification France - Ocacia - Octroi - Qualinorpa - Qualisud - Qualité France SA - SGS-ICS - Terrae - Ulase 	

LA NOUVELLE DEMARCHE DE CERTIFICATION DE PRODUIT

Certification de conformité de produits	<p>La Loi d'orientation agricole publiée dans le JORF du 6/01/06 supprime la Certification de Conformité Produit (CCP) en tant que signe officiel (elle devient une démarche officielle).</p> <p>La conformité du produit porte sur des caractéristiques de production, de transformation et/ou de conditionnement.</p> <p>La certification de conformité n'est pas censée garantir une qualité supérieure. Elle doit toujours se distinguer par au moins deux caractéristiques spécifiques (alimentation ou élevage en plein air des animaux par exemple) et donc apporter un plus par rapport à la stricte application des spécifications de base. Les caractéristiques certifiées doivent être significatives, objectives et mesurables (ex : porc nourri à 70 % de céréales) et doivent obligatoirement être</p>	<p>Le cahier des charges peut-être élaboré par un groupement de professionnels, et il est contrôlé par un organisme certificateur agréé par l'État.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ascet - Qualicert - Qualité France - Ecocert - Certis - Certipaq - Certi Qual - Ulase - Aclave - Avicert - Qualisud - Afnor certification - Qualinorpa 	<p>Concerne les produits suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> - viandes, - céréales, - fruits et légumes, - volailles, - œufs, - charcuterie.
--	--	--	--

	<p>précisées dans l'étiquetage.</p> <p>Liste des produits certifiés conformes : http://www.cepral.com/ (rubrique « Produits certifiés »)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Francert - Ocaria - Certisud - Certilim - Quali Ouest Certification <p>Le cahier des charges (ou référentiel technique) peut-être une norme ou un document de type normatif.</p>	
LES MENTIONS VALORISANTES			
<p>Signes de valorisation :</p> <p>La dénomination "montagne"</p>	<p>Elle garantit que le produit est originaire d'une aire géographique située en montagne et que sa production respecte des techniques spécifiques aux zones de montagne.</p> <p>Liste des produits pouvant posséder les dénominations « montagne » depuis 2004-2005 :</p> <ul style="list-style-type: none"> - lait et produits laitiers d'origine bovine, - viande porcine et produits à base de viande porcine, - viande bovine et produits à base de viande bovine, - miel. <p>http://www.agriculture.gouv.fr/spip/ressources.themes.alimentationconsommation.signes.dequalite.ladenominationmontagne_r170.html</p>	<p>Le ministère de l'agriculture conserve la gestion des mentions dites valorisantes (montagne, fermier** et peut-être pays).</p> <p>Mention utilisable seulement avec autorisation du préfet de la région délivrée après consultation de la Commission Corpaq (Commission régionale des produits agricoles de qualité)</p>	<p>Un cahier des charges précise les techniques et le lieu de fabrication, ainsi que la provenance des matières premières permettant l'utilisation du terme "montagne".</p> <p>La Loi d'orientation agricole publiée dans le JORF du 6/01/06 permet dorénavant l'apposition de la dénomination « montagne » sur un produit bénéficiant d'une Appellation d'Origine Contrôlée (AOC) lorsque l'intégralité de l'aire de production est située en zone de montagne.</p>
AUTRES			
<ul style="list-style-type: none"> - marquage CE - « e » métrologique - Point vert 	<p>Le marquage CE n'est pas un signe de qualité ou de valorisation. Il s'agit d'un marquage de conformité obligatoire indiquant que les produits industriels (jouets, matériel électrique basse tension...) respectent toutes les exigences essentielles de sécurité prévues dans des directives européennes.</p> <p>L'apposition de cette lettre signifie que la quantité indiquée a été contrôlée par le professionnel au cours de la fabrication</p> <p>Sa présence ne signifie pas forcément que l'emballage sera recyclé. Elle indique seulement que le producteur verse une contribution à l'une de ces 3 sociétés de gestion des déchets : Eco-Emballage, Adelphe ou Cyclamed.</p>		<p>http://europa.eu/scadplus/leg/fr/lvb/l21013.htm</p> <p>Concerne tous les produits emballés (ordinateurs, papier, denrées alimentaires emballées).</p>

MODELE DE CONDITIONS GENERALES DE VENTE (CGV)

Article 1 Application des conditions générales de vente

Les présentes conditions générales de vente sont systématiquement adressées ou remises à chaque acheteur pour lui permettre de passer commande.

En conséquence, le fait de passer commande implique l'adhésion entière et sans réserve de l'acheteur à ces conditions générales de vente.

Toute condition contraire opposée par l'acheteur sera donc, à défaut d'acceptation expresse, inopposable au vendeur, quel que soit le moment où elle aura pu être portée à sa connaissance.

Le fait que le vendeur ne se prévale pas à un moment donné de l'une quelconque des présentes conditions générales de vente ne peut être interprété comme valant renonciation à se prévaloir ultérieurement de l'une quelconque desdites conditions.

Article 2 Commandes

Pour être valable, la commande doit préciser notamment la quantité des produits vendus ainsi que le prix convenu, les conditions de paiement, le lieu et la date de livraison ou d'enlèvement.

Les commandes ne sont définitives, que lorsqu'elles ont été confirmées par écrit (fax ou courrier électronique).

Sauf convention particulière, la confirmation de la commande entraîne pour l'acheteur acceptations des conditions de vente du vendeur, la reconnaissance d'en avoir parfaite connaissance et la renonciation à se prévaloir de ses propres conditions d'achat.

Article 3 Modification de la commande

Toute modification ou résolution de commande demandée par l'acheteur ne peut être prise en considération que si elle est parvenue par écrit avant l'expédition des produits.

Article 4 Prix

Le prix applicable est celui en vigueur au jour de la livraison.

Sauf convention particulière, les prix s'entendent nets, transport non compris, hors taxes sur la base des tarifs communiqués à l'acheteur.

Tout impôt, taxe, droit ou autre prestation à payer en application des règlements français ou ceux d'un pays importateur ou d'un pays de transit sont à la charge de l'acquéreur.

Article 5 Livraison

5.1 Modalités

La livraison s'effectue conformément à la commande soit par la remise directe du produit à l'acquéreur, soit par simple avis de mise à disposition, soit par délivrance à un expéditeur ou un transporteur dans les entrepôts du vendeur.

5.2 Délais

Les livraisons ne sont opérées qu'en fonction des disponibilités et dans l'ordre d'arrivée des commandes. Les délais de livraisons sont indiqués aussi exactement que possible, mais sont fonction des possibilités d'approvisionnement et de transport du vendeur.

Les dépassements de délai de livraison ne peuvent donner lieu à dommages et intérêts, à retenue, ni à annulation des commandes en cours.

Article 6 Réception

Sans préjudice des dispositions à prendre vis-à-vis du transporteur, les réclamations sur les vices apparents ou sur la non-conformité du produit livré au produit commandé, doivent être formulées par écrit dans les huit jours de l'arrivée des produits.

Il appartiendra à l'acheteur de fournir toute justification quant à la réalité des vices ou anomalies constatés. L'acheteur devra laisser au vendeur toute facilité pour procéder à la contestation de ces vices et pour y porter remède.

Article 7 Retours

7.1 Modalités

Tout retour de produit doit faire l'objet d'un accord formel entre le vendeur et l'acquéreur. Tout produit retourné sans cet accord serait tenu à la disposition de l'acquéreur et ne donnerait pas lieu à l'établissement d'un avoir. Les frais et les risques du retour sont toujours à la charge de l'acquéreur.

Les marchandises renvoyées sont accompagnées d'un bon retour à fixer sur le colis et doivent être dans l'état où le fournisseur les a livrées.

7.2 Conséquences

En cas de vice apparent ou de non-conformité des produits livrés, dûment constaté par le vendeur dans les conditions prévues ci-dessus, l'acheteur pourra obtenir le remplacement gratuit, ou le remboursement des produits au choix du vendeur, à l'exclusion de toute indemnité ou dommages intérêts.

Article 8 Facturation

Une facture est établie pour chaque livraison et délivrée au moment de celle-ci.

Article 9 Paiement

9.1 Modalités

Sauf convention contraire, les règlements seront effectués aux conditions suivantes :

Paiement à ... jours fin de mois de la livraison par chèque bancaire ou postal (ou par virement bancaire ou postal) adressé à

9.2 Retard

En cas de retard de paiement, le vendeur pourra suspendre toutes les commandes en cours, sans préjudice de toute autre voie d'action.

Toute somme non payée à l'échéance figurant sur la facture entraîne de plein droit dès le jour suivant la date de règlement portée sur ladite facture l'application de pénalités d'un montant égal à une fois et demi le taux de l'intérêt légal, dès le jour suivant la date de règlement portée sur la facture.

Article 10 Risques

L'acheteur supporte les risques, même en cas de vente convenue franco, dès expédition des locaux du vendeur. Il en résulte notamment que les marchandises voyagent aux risques et périls de l'acheteur auquel il appartient en cas d'avaries, de perte ou de manquants, de faire toutes réserves ou d'exercer tous recours auprès des transporteurs responsables.

Article 11 Réserve de propriété

Les ventes de marchandises sont conclues **avec réserve de propriété**. Le transfert de propriété n'intervient qu'après paiement intégral du prix. L'acquéreur est gardien des marchandises vendues sous réserve de propriété et en supporte les risques.

Article 12 Clause attributive de compétence

En cas de différend relatif à l'interprétation ou à l'exécution de leurs accords, les parties rechercheront, avant toute action contentieuse, un accord amiable et se communiqueront à cet effet tous les éléments d'information nécessaires.

À défaut d'un règlement amiable du litige dans un délai maximum demois, seront seuls compétents en cas de litige de toute nature ou de contestation relative à la formation ou à l'exécution de la commande, **les tribunaux de(ville)**.

Barème des prix

Frère Jean Claude de Metz, Président,
Et les membres du Conseil d'Administration

Ont le plaisir de vous inviter à la prochaine

**Assemblée Générale
De l'Association « Monastic »**

Qui se tiendra le JEUDI 31 JANVIER 2008

(en raison de la date très précoce du mercredi des Cendres en 2008)

A la maison des Lazaristes
95 rue de Sèvres
75006 PARIS

Nous vous prions de bien vouloir prendre bonne note de la date.

Nous espérons vous y accueillir très nombreux.

Toutes informations et documents utiles
Vous parviendront en temps opportun.