Charte d'engagements volontaires de progrès nutritionnel

Avril 2014

Version Grand Public

M. Maxime SOULAS

Directeur Général
Snacking Services

M. Noël RENAUDIN

Président du comité de validation
des chartes d'engagements
de progrès nutritionnel

Snacking Services
ZI de Bellevue – BP 50231
22202 GUINGAMP Cedex
www.daunat.com

Sommaire

FIGURES ..... ERREUR ! SIGNET NON DEFINI.

INTRODUCTION 3

1. DONNEES GENERALES 4

1.1. NOM ET RAISON SOCIALE DU DEMANDEUR 4
1.2. DESCRIPTION DE L'ACTIVITE 4
1.2.1. Gamme de produits 4
1.2.2. Démarche nutrition : Daunat engagé 4
1.2.2.1. Analyse nutritionnelle des produits 5
1.2.2.2. Audit nutritionnel 5
1.2.2.3. Amélioration du profil nutritionnel des produits existants 6
1.2.2.4. Mise au point de nouveaux produits 7
1.2.2.5. Informations sur les produits 7
1.3. NATURE DES ENGAGEMENTS ET OBJECTIFS VISES 7
1.4. TIERCE PARTIE PROPOSEE 8
1.5. ENGAGEMENTS COLLECTIFS 8

2. ENGAGEMENTS DE LA CHARTE DAUNAT 9

2.1. ENGAGEMENT N°1 : DAUNAT S'ENGAGE A REDUIRE DE 12.5% LE TAUX DE SEL DE SES SANDWICHS D'ICI AVRIL 2017 9
2.1.1. Contexte 9
2.1.2. Objectif 9
2.1.3. Modifications et délais de réalisation 9
2.1.4. Difficultés prévisibles 10
2.2. ENGAGEMENT N°2 : DAUNAT S'ENGAGE A REDUIRE DE 34% LA TENEUR EN ACIDE GRAS SATURES SUR LES SANDWICHS DE LA GAMME LES MINIS D'ICI AVRIL 2015 11
2.2.1. Contexte 11
2.2.2. Objectifs et délais de réalisation 11
2.2.3. Modifications 11
2.2.4. Difficultés prévisibles 11
2.2.5. Etat d'avancement 12
2.3. ENGAGEMENT N°3 : DAUNAT S'ENGAGE A METTRE EN PLACE DES OUTILS D'INFORMATION DU CONSOMMATEUR PEDAGOGIQUES ET ACCESSIBLES D'ICI FIN 2015 13
2.3.1. Contexte 13
2.3.2. Objectifs et délais de réalisation 13
2.3.3. Difficultés prévisibles 13
2.3.4. Etat d'avancement 13
2.4. ENGAGEMENT N°4 : DAUNAT S'ENGAGE A SENSIBILISER SES SALARIES A LA NUTRITION AU COURS DES 3 ANNEES DE LA CHARTE 14
2.4.1. Contexte 14
2.4.2. Objectifs et délais de réalisation 14
2.4.3. Difficultés prévisibles 15
2.4.4. Etat d'avancement 15

Introduction

Dans le cadre du deuxième Plan National Nutrition Santé (PNNS), un comité désigné par les ministres chargés de la santé, de l'agriculture et de la consommation a élaboré en février 2007 un référentiel permettant d'aider les entreprises et organisations professionnelles qui le souhaitent à concevoir leur charte d'engagement de progrès nutritionnel. Ce référentiel (mis à jour en mars 2013) se fonde sur les objectifs de santé de la loi relative à la politique de santé publique du 9 août 2004 et sur les principes généraux, objectifs prioritaires et repères de consommation du PNNS et a pour but d'optimiser les apports nutritionnels de la population française. L'Etat reconnaît la validité des chartes proposées après avis de conformité au référentiel émis par un comité d'experts.

Les engagements nutritionnels peuvent s'inscrire dans deux domaines d'intervention :

1. Intervention sur la composition nutritionnelle des produits constituant l'offre alimentaire
2. Intervention sur la demande des consommateurs

Sans être considérés comme suffisants pour justifier à eux seuls la validation d'une charte, des domaines d'intervention complémentaires sont également éligibles (actions internes à l'entreprise, soutien à la recherche...).

Une charte d'engagements de progrès nutritionnel est soumise au comité pour validation à la demande de la société Snacking Services qui gère la marque DAUNAT. Elle comporte quatre engagements, chacun d'entre eux étant détaillé dans une fiche au sein de laquelle on retrouve l'objectif visé ainsi que des éléments sur les produits concernés, chiffres clés, objectifs, critères quantifiables... La signature de cette charte représente pour DAUNAT un moyen de faire reconnaître par l'Etat et de valoriser auprès de ses clients les efforts effectués au niveau de la nutrition, mais aussi un engagement à plus long terme pour que cette question soit pleinement prise en compte lors de l'optimisation de produits ou de l'élaboration de nouveaux produits.

Avant de décrire les engagements dans le détail, une présentation de la société Snacking services ainsi qu'un descriptif des actions d'ores et déjà menées sur la nutrition sont évoqués ci-après.

1. Données générales

1.1. Nom et raison sociale du demandeur

Snacking Services
ZI de Bellevue – BP 50231
22202 GUINGAMP Cedex
Tél. : + 33 (0)2 96 40 22 22
Fax : + 33 (0)2 96 40 22 01
www.daunat.com

1.2. Description de l'activité

L'activité principale de Snacking Services est la fabrication et la commercialisation de sandwichs pré-emballés frais. Ces sandwichs sont principalement vendus à marque DAUNAT et pour le reste, à marque de distributeur.

DAUNAT est présent sur 2 principaux circuits de distributions :

- GMS : grandes et moyennes surfaces.
- RHD : restauration hors domicile. Une des particularités de DAUNAT est que ce réseau est principalement représenté par les pétroliers.

1.2.1. GAMME DE PRODUITS

La gamme de sandwichs à marque DAUNAT compte une centaine de recettes. Ces recettes sont révisées régulièrement à l'occasion de 2 périodes de lancement par an : avril et octobre. L'architecture de gamme s'organise autour de 4 grandes familles :

- Triangles clubs.
- Baguettes.
- Wraps.
- Autres formats : Pains au lait garnis, snacking chaud…

1.2.2. DEMARCHE NUTRITION : DAUNAT ENGAGE

Un sandwich dont la recette est bien pensée est une solution pour un repas équilibré : le pain procure des glucides complexes. Lorsqu'il est fabriqué à base de farine complète, il apporte également plus de fibres. La garniture à base de thon, poulet, jambon, fromages, et/ou crudités permet des apports en protéines et lipides. Le choix parmi une centaine de recettes de sandwichs DAUNAT, dont des baguettes, clubs, wraps, sandwichs chauds ou froids... permet également de varier plaisirs et apports nutritionnels.

Depuis toujours la qualité produit est au cœur des préoccupations de DAUNAT. Plus particulièrement depuis quelques années, une volonté d'améliorer l'offre au niveau nutritionnel s'est imposée, avec un certain nombre d'actions allant dans ce sens.

1.2.2.1. Analyse nutritionnelle des produits

DAUNAT procède à une analyse nutritionnelle en laboratoire pour chaque nouvelle référence mise sur le marché. L'audit nutritionnel effectué en 2013 (cf. 1.2.2.2) et la fiabilisation des données nutritionnelles sur les produits que nécessite la présente charte, ont également conduit la société à évaluer les valeurs nutritionnelles des sandwichs par calcul, à partir des données sur les ingrédients.

Ainsi cette démarche a-t-elle permis de fiabiliser les valeurs (sur le sodium et les acides gras saturés en particulier) par recoupement des deux types d'analyses : lorsque des écarts significatifs étaient constatés entre l'(les) analyse(s) laboratoire(s) d'un sandwich et son analyse par calcul, une analyse nutritionnelle des matières premières « sensibles » a été demandée. Au besoin, les fournisseurs ont été sollicités pour remettre à jour la documentation technique sur leurs matières.

1.2.2.2. Audit nutritionnel

Un audit nutritionnel effectué par un bureau d'études spécialisé a été réalisé sur les sandwichs à marque DAUNAT de la gamme 2012-2013 (période du 01/07/2012 au 30/06/2013). Il portait sur les produits les plus significatifs (20/80) et s'appuyait sur les indicateurs de qualité nutritionnelle suivants :

- Taux de protéines, lipides, acides gras saturés, glucides, sucres, fibres, sodium
- Rapport protéines/lipides
- Rapport sodium/kcal
- % de l'apport énergétique total apporté par les protéines, lipides, glucides, acides gras saturés
- Profil nutritionnel selon la méthode SAIN-LIM (calcul des notes sain5opt et lim3)
- Allégations nutritionnelles possibles

L'objectif de cet audit était avant tout de dégager des axes de travail pour améliorer la gamme d'un point de vue nutritionnel (identification des ingrédients les plus impactants). Cette analyse a permis de comparer les valeurs moyennes, minimales et maximales pour chaque nutriment au sein de chaque catégorie et de mettre en exergue les « meilleurs produits » et ceux à améliorer en priorité.

Points positifs :

- Des recettes variées dans leur composition,
- Des portions adaptées à toutes les faims : 125 à 270 g, 249 à 746 kcal/portion,
- Des produits en moyenne très équilibrés sur le plan de la répartition de l'apport énergétique, par rapport à ce que doit apporter un régime équilibré,
- Des sandwichs contribuant de manière importante à l'apport protéique : toutes les références sont 'source', certaines sont 'riches',
- Des plats complets intéressants sur le plan nutritionnel, avec un rapport protéines/lipides >1 pour les 2/3 des références auditées,
- Des contributeurs non négligeables à l'apport en fibres : en moyenne 4,7 g/portion soit 20% de l'apport journalier recommandé.

Points à améliorer :

- Des produits toujours trop riches en sel,
- Des produits souvent trop riches en acides gras saturés (AGS).

1.2.2.3. Amélioration du profil nutritionnel des produits existants

Certains produits de la gamme ont déjà fait l'objet d'efforts d'amélioration.

Depuis 2009, DAUNAT retravaille régulièrement ses gammes afin d'abaisser la quantité d'acides gras saturés. Ainsi, la première référence de sauce : la mayonnaise (70 % de matière grasse), est devenue la mayonnaise allégée à 20% de matière grasse. La recette de cette dernière comporte uniquement de l'huile de colza, pauvre en AGS et riche en acides gras polyinsaturés oméga 3.

Et plus récemment, le recours à d'autres sauces encore plus équilibrées (calcium et protéines) a été privilégié : la sauce base fromage blanc ou encore la sauce au yaourt et aux herbes de Provence. A ce propos, le service R&D utilise également des aromates pour typer et rendre plus goûteuse certaines recettes. Or, les aromates agissant comme exhausteur de goût, ils permettent de travailler avec des matières premières moins salées.

Enfin, DAUNAT travaille également sur la qualité de la matière grasse. Ainsi, nous avons éliminé l'huile de palme en tant qu'ingrédient mais aussi en tant que support d'additif. Elle est remplacée par une huile de meilleure qualité. En général, il s'agit d'huile de colza. Ce fut notamment le cas des tortillas utilisés pour assembler les wraps.

1.2.2.4. Mise au point de nouveaux produits

DAUNAT fournit des efforts constants, notamment sur les pains. Le service R&D essaie en effet de réduire le nombre d'additifs voire de les supprimer : démarche « clean label » (sans additifs, sans conservateurs, sans huile de palme, sans matières grasses hydrogénées).

Ainsi, en octobre 2011, le pain de mie complet de la gamme DAUNATURE ainsi que toutes nos baguettes (campagne, céréales et viennoises) sont devenus totalement clean label. Et dernièrement, en octobre 2013, la nouvelle proposition en snacking chaud de DAUNAT : les pavés, est assemblée avec des pains sans aucun additif et sans conservateur.

Mais DAUNATURE est réellement notre fer de lance sur l'axe Nutrition. Un an après avoir lancé les sandwichs DAUNATURE sur le marché, la gamme a été élargie aux yaourts à boire et aux smoothies, apportant une source de calcium et aussi de vitamines. Ces produits contribuent à offrir une solution repas équilibré à nos consommateurs. En 2012, ce positionnement s'affirme en suivant l'une des recommandations phares du PNNS, à savoir « consommer au moins 5 fruits et légumes par jour ». Pour ce faire, DAUNATURE a ajouté à sa gamme en fonction de la saison soit des fruits coupés, soit des soupes.

En avril 2013, DAUNAT a poussé sa démarche encore plus loin en repensant fondamentalement les 5 sandwichs DAUNATURE : ils sont à présent sans conservateur mais aussi et surtout réduit de 25% en sel par rapport aux autres sandwichs du marché. DAUNAT est le premier fabricant de sandwichs à proposer une telle offre.

1.2.2.5. Informations sur les produits

Tous les sandwichs à marque DAUNAT comportent un étiquetage type 1.

Depuis 2012, les clients ont aussi accès via internet aux informations nutritionnelles sur l'ensemble de la gamme (hors produits d'opérations ponctuelles) : énergie, protéines, lipides, glucides et sel.

1.3. Nature des engagements et objectifs visés

Les engagements de la charte DAUNAT portent sur trois domaines :

- Intervention sur la composition nutritionnelle des produits constituant l'offre alimentaire,
- Intervention sur la demande des consommateurs (information des consommateurs),
- Intervention dans des domaines complémentaires (formation des salariés).

Ils visent spécifiquement des objectifs du PNNS ainsi que d'autres objectifs publics comme décrit dans le tableau ci-dessous :

Domaines d'intervention	Engagements de DAUNAT	Objectifs visés
Composition nutritionnelle des produits	1. Réduire de 12,5% le taux de sel de ses sandwichs	Réduire la consommation moyenne de chlorure de sodium à moins de 8 g/ personne et par jour
	2. Réduire de 34% de la teneur en acides gras saturés sur les sandwichs de la gamme Les Minis	Réduire la contribution moyenne des apports lipidiques totaux à moins de 35% des apports énergétiques journaliers, avec une réduction d'un quart de la consommation des acides gras saturés au niveau de la moyenne de la population
Demande des consommateurs	3. Mettre en place des outils d'information auprès du consommateur	Améliorer l'information du consommateur et la lisibilité de l'étiquetage nutritionnel
Domaines connexes	4. Sensibiliser les salariés à la nutrition	Valoriser les industriels prenant des initiatives en direction de leurs salariés

1.4. Tierce partie proposée

DAUNAT missionne Bureau Veritas, société accréditée par le Cofrac selon la norme NF EN 17020 (accréditation Cofrac n°3-004 - portée disponible sur www.cofrac.fr), afin de vérifier le respect de ses engagements nutritionnels. Ses coordonnées sont les suivantes :

BUREAU VERITAS
Le Guillaumet - 60, avenue du Général de Gaulle
92046 Paris-la-Défense cedex
Tél. : 01 41 97 00 60 - Fax : 01 41 97 00 65
info@fr.bureauveritas.com

1.5. Engagements collectifs

L'ensemble des propositions n'engage strictement que la marque DAUNAT.

2. Engagements de la charte DAUNAT

2.1. Engagement n°1 : DAUNAT s'engage à réduire de 12.5% le taux de sel de ses sandwichs d'ici avril 2017

2.1.1. CONTEXTE

Le premier engagement de la charte, qui consiste à réduire les taux de sel sur les sandwichs, est une intervention sur la composition nutritionnelle des produits. Il entre dans le cadre des objectifs du PNNS qui visent notamment à réduire la consommation de chlorure de sodium à moins de 8 g par personne et par jour.

L'un des principaux leviers pour atteindre cet objectif est l'amélioration de la qualité nutritionnelle du pain, qui est un produit fortement contributeur à l'apport en sel. En 2006-2007 (étude INCA 2), le pain et la panification sèche contribuaient à 24,8 % de l'apport sodé journalier de la population française. En 2010, d'après l'étude NutriNet-Santé, le pain et les biscottes contribuaient à 24,1 % de l'apport sodé journalier de la population française (25,2 %pour les hommes et 22,8 % pour les femmes). Ils sont ainsi les premiers contributeurs en sodium pour la population française.

Les autres contributeurs à l'apport sodé sont les salaisons, les fromages et les sauces.

2.1.2. OBJECTIF

L'objectif à atteindre serait d'abaisser de 10% le taux de sel des sandwichs DAUNAT. Pondéré par les ventes des sandwichs proposés, cela reviendrait à baisser le taux du sandwich moyen consommé de 12,5%.

2.1.3. MODIFICATIONS ET DELAIS DE REALISATION

Pour ce faire, un travail en partenariat avec les fournisseurs doit être mené afin de diminuer les teneurs en sel des ingrédients les plus impactants sur l'apport sodé (teneur importante en sodium et diffusion large dans les recettes).

De plus, DAUNAT souhaite travailler par pallier afin d'éduquer le palais de ces consommateurs. DAUNAT mettra donc à profit les 3 ans de la charte pour réduire progressivement le taux de sel de ces ingrédients les plus contributeurs en sel :

- Baguette de campagne.
- Baguette viennoise.
- Pain de mie complet.
- Pain au lait.

- Mayonnaise allégée à 20% de matière grasse.
- Jambon cuit choix.
- Découpe de poulet rôti.

Toutes ces évolutions combinées permettent d'envisager **une économie de 1 tonne de sel sur les 3 années de la charte**.

2.1.4. DIFFICULTES PREVISIBLES

Les difficultés prévisibles concernent :

- le côté technique : impact potentiel de la baisse du sel sur la conservation du pain et du jambon en particulier. Il sera nécessaire de fiabiliser les taux de sel des matières premières par contrôle analytique.

- le côté organoleptique : baisse du goût salé, en particulier sur les produits finis faisant l'objet d'une baisse du sel sur plusieurs ingrédients constitutifs (pain + jambon + mayonnaise allégée par exemple). Les écarts organoleptiques les plus à risque seront jugés en panels consommateurs externes.

- le côté économique : baisser le sel dans certains produits peut conduire à augmenter les coûts (mise en place de productions spécifiques, frais de R&D et d'analyses, voire emploi d'ingrédients de substitution du sel dans les matières premières si cela s'avère nécessaire, après les tests en panels).

- le côté stratégique : dépendance vis-à-vis de certains fournisseurs, restriction dans le choix des approvisionnements possibles.

2.1.5. ETAT D'AVANCEMENT

A date, des discussions ont été engagées avec les fournisseurs concernant la faisabilité de ces baisses de sel.

Des tests, notamment d'analyse sensorielle, ont également été menés en laboratoire R&D pour tester l'effet de la baisse du sel sur les différents types de pains. Ils ont été plutôt concluants : le goût des ingrédients céréaliers ressort davantage et est moins masqué par le sel.

La seule évolution déjà engagée concerne l'utilisation d'une nouvelle référence de rosette.

2.2. Engagement n°2 : DAUNAT s'engage à réduire de 34% la teneur en acide gras saturés sur les sandwichs de la gamme Les Minis d'ici avril 2015

2.2.1. CONTEXTE

Cet engagement vise la réduction de la contribution moyenne des apports lipidiques totaux de la population française à moins de 35% des apports énergétiques journaliers, avec une réduction d'un quart de la consommation des acides gras saturés au niveau de la moyenne de la population. Il vise également la recommandation de l'Afssa/Anses sur les acides gras saturés, qui doivent représenter 8% de l'apport énergétique total et 25% des acides gras totaux. Cet engagement consiste donc en une intervention sur la composition nutritionnelle des produits.

2.2.2. OBJECTIFS ET DELAIS DE REALISATION

L'objectif à atteindre serait d'abaisser le taux d'acides gras saturés de 22% de la gamme des Minis. Pondéré par leurs ventes, cela reviendrait à baisser le taux moyen du sandwich Minis consommé de 34%.

2.2.3. MODIFICATIONS

Pour ce faire, un travail en partenariat avec le fournisseur de pain au lait doit être mené afin de retravailler sa formule. Le pain au lait est en effet le premier ingrédient contributeur à l'apport en acides gras saturés car il est riche en beurre.

Le remplacement d'une partie du beurre par de l'huile dans la recette du pain au lait va permettre de diminuer l'apport en acides gras saturés tout en augmentant l'apport en oméga 3.

Ainsi, si l'on prend en compte le fait que la référence *Pic & Nic Jambon Fromage Frais* bénéficie également de cette évolution (même pain au lait utilisé), **l'économie en AGS sur les trois années de la charte s'élève à une demie-tonne.**

2.2.4. DIFFICULTES PREVISIBLES

La principale difficulté est d'ordre **organoleptique** car le moelleux du pain au lait sera probablement moins apprécié. Cela étant, le coût de l'huile étant inférieur au beurre, on dispose donc d'une marge de manœuvre pour reformuler le produit et compenser cette perte de fondant si besoin par d'autres ingrédients.

2.2.5. ETAT D'AVANCEMENT

La formule théorique du pain au lait a été remaniée. Un premier essai industriel encourageant a eu lieu : l'impact sur la texture ne semble pas significatif. Il reste à réaliser un essai à plus grande échelle. Si le résultat est concluant, il sera réalisé un panel externe afin de valider que cette évolution de la recette sera sans impact significatif sur la gamme des Minis.

2.3. Engagement n°3 : DAUNAT s'engage à mettre en place des outils d'information du consommateur pédagogiques et accessibles d'ici fin 2015

2.3.1. CONTEXTE

Actuellement, tous les sandwichs bénéficient à minima d'un étiquetage nutritionnel de niveau 1.
Dans le cadre de la mise en place de la réglementation **IN**formation **CO**nsommateur (Règlement UE n°1169/2011), tous les sandwichs seront étiquetés avec un tableau nutritionnel de niveau 2 en décembre 2014.

Par ailleurs, nous disposons d'un site Internet **www.daunat.com**. Cet engagement porterait également sur la mise à disposition en ligne systématique de la composition nutritionnelle de chacune de nos recettes de sandwichs.

2.3.2. OBJECTIFS ET DELAIS DE REALISATION

Les objectifs finaux sont que :

- 100% des sandwichs à marque DAUNAT soient en étiquetage nutritionnel de niveau 2 au 31/12/2014,
- Les valeurs nutritionnelles de l'ensemble de nos sandwichs soient disponibles sur notre site Internet en 2015.

Les valeurs mises en ligne sur le site seront celles présentes sur les packs.

2.3.3. DIFFICULTES PREVISIBLES

Le nombre important de sandwichs à marque DAUNAT peut rendre la mise en ligne de toutes les références assez longue et source d'erreur. Ainsi, nous cherchons à fiabiliser la mise en ligne des données via un logiciel.

2.3.4. ETAT D'AVANCEMENT

Concernant la gestion des emballages, la mise à jour des valeurs nutritionnelles du groupe 2 est en cours sur l'ensemble des références.

Concernant le site internet, la mise en place de cette information nutritionnelle implique une refonte du site. DAUNAT recherche également le meilleur moyen de mettre à jour de façon systématique ces données. Ces divers besoins sont en train d'être budgétisés pour une mise en œuvre courant 2015.

2.4. Engagement n°4 : DAUNAT s'engage à sensibiliser ses salariés à la nutrition au cours des 3 années de la charte

2.4.1. CONTEXTE

Des sandwichs sont mis à disposition des salariés dans des armoires réfrigérées dans les salles de pause de chacun des sites de fabrication. Les employés bénéficieront donc de l'amélioration nutritionnelle prévue avec les engagements 1 et 2 de cette charte. Cependant, outre ce travail, l'entreprise souhaite aider ses salariés à mieux se nourrir et faire du repas un moment de plaisir et de bien-être.

Les 3 usines travaillent en 2 voire 3 équipes de 8 heures en fonction de l'activité. Car, lors des périodes de vacances scolaires et de ponts liés aux jours fériés, la demande est très forte. Par ailleurs, 2 des 3 usines disposent d'une boulangerie industrielle. DAUNAT souhaitant utiliser le pain le plus frais possible pour assembler ses sandwichs, il y a donc toujours un effectif même faible qui travaille la nuit. Or, le travail en horaires décalés ne contribue pas à s'alimenter convenablement.

2.4.2. OBJECTIFS ET DELAIS DE REALISATION

Ainsi, DAUNAT souhaite aider les salariés à composer des repas équilibrés et qui correspondent au mieux à leurs besoins via une formation « Nutrition/Bien-être ».

Dans un premier temps, l'organisme formateur proposera les supports qu'il préconise. DAUNAT les validera afin qu'ils soient parfaitement adaptés au public concerné (sexe, âge moyen...) et conformes au PNNS (demande d'attribution du logo à prévoir en année 1, renouvellement à demander en année 3 étant donné la validité du logo qui est de 24 mois).

Dans un second temps, les formations auront lieu et s'articuleront en deux temps forts :
- **Séances plénières obligatoires.** Il s'agira d'une approche globale de sensibilisation à la nutrition : *Comment bien manger au quotidien ?*
- **Ateliers pratiques sur inscription.** Séances appliquées aux cas personnels.

Ces interventions seront dupliquées sur les différents sites DAUNAT au cours des 3 années d'engagement de la charte.

2.4.3. DIFFICULTES PREVISIBLES

La principale difficulté est d'ordre **organisationnel.** Cette formation est prévue durant les horaires de travail. Il faut mettre en place un dispositif de maintien de la production, d'où le caractère obligatoire de cette première étape. Le plan de formation devra donc bien être validé et anticipé avec le service Ressources Humaines. Il faudra également veiller à avoir des salles adaptées sur chacun des sites.

De plus, il faudra expliquer largement la démarche aux salariés en amont afin que les ateliers pratiques – qui reposent sur la base du volontariat – suscitent une large adhésion. Sans quoi, l'approche individuelle souhaitée ne pourra pas avoir lieu.

2.4.4. ETAT D'AVANCEMENT

A ce stade, le plan d'action et le budget annuel convenus avec l'organisme formateur ont été établis.
La prochaine étape sera le travail des supports de formation.