



Avec le soutien de l'Union européenne  
Fonds européen d'aide aux plus démunis

Met de steun van de Europese Unie  
Fonds voor Europese hulp aan de meest behoeftigen



POD | Maatschappelijke Integratie  
SPP | Intégration Sociale

# Programme opérationnel belge pour le Fonds européen d'aide aux plus démunis: aide alimentaire, aide matérielle et mesures d'accompagnement **2014 – 2020**

---

## *RAPPORT ANNUEL 2017*

---

*Règlement (EU) n° 223/2014 du Parlement européen et du Conseil du 11 mars 2014 relatif  
au Fonds européen d'aide aux plus démunis*

Rédaction: Service Public de Programmation Intégration Sociale, Lutte contre la  
Pauvreté et Politique des Grandes Villes.

# CONTENU

I.	Données requises pour chaque année .....	4
1.	Identification du rapport annuel.....	4
2.	Aperçu de l'exécution du programme opérationnel .....	4
2.1.	Informations sur la mise en œuvre du programme en référence aux indicateurs communs.....	4
2.1.1.	Introduction.....	4
2.1.2.	Privation matérielle concernée: privation alimentaire .....	5
2.1.3.	Identification des personnes les plus démunies.....	8
2.1.4.	Sélection des opérations.....	14
2.1.5.	Sélection des organisations partenaires .....	20
2.1.6.	Le système de gestion et contrôle .....	20
2.1.7.	Information et communication.....	24
2.1.8.	Optimisation du système actuel et préparations pour l'année 2018.....	25
2.1.9.	Enquête structurée .....	27
2.2.	Information sur l'évaluation des actions en tenant compte des articles 5(6), 5 (11), et le cas échéant, 5(13) du règlement (UE) n 223/2014.....	32
2.2.1.	Article 5 (6) – Le risque de double financement.....	32
2.2.2.	Article 5 (11) – Égalité entre les hommes et les femmes .....	32
2.2.3.	Article 5 (13) – Critères objectifs / aspects climatiques et environnementaux dans le choix de l'aide alimentaire .....	32
2.3.	Indicateurs communs.....	35
2.3.1.	Indicateurs de ressources.....	35
2.3.2.	Indicateurs de réalisation relatifs à l'aide alimentaire distribuée .....	37
2.3.3.	Indicateurs de résultat relatifs à l'aide alimentaire distribuée .....	38
2.3.4.	Indicateurs de sortie relatifs à l'aide matérielle de base fournie.....	38
2.3.5.	Indicateurs de résultat relatifs à l'aide matérielle de base fournie .....	38
II.	Rapports présentés en 2017, 2022 et rapport final d'exécution.....	38
3.	Contribution à la réalisation des objectifs spécifiques et globaux du FEAD .....	39
3.1.	Information et évaluation de la contribution à la réalisation des objectifs spécifiques et globaux du FEAD, tels que spécifiés dans l'article 3 du règlement (UE) n° 223/2014	39
III.	Annexes.....	39

IV. Annexe: RÉSUMÉ DES OBSERVATIONS DES PARTIES PRENANTES CONCERNÉES  
CONFORMÉMENT À L'ARTICLE 13, PARAGRAPHE 2, DU RÈGLEMENT (UE) N°223/2014  
39

V. Liste des abréviations utilisées ..... 39

# I. DONNEES REQUISES POUR CHAQUE ANNEE

## I. IDENTIFICATION DU RAPPORT ANNUEL

CCI	2014BE05FMOP001
Titre	Rapport annuel 2017
Version	2
Année du rapport	2017
Date de consultation avec les parties prenantes	28/06/2018

## 2. APERÇU DE L'EXECUTION DU PROGRAMME OPERATIONNEL

### 2.1. INFORMATIONS SUR LA MISE EN ŒUVRE DU PROGRAMME EN REFERENCE AUX INDICATEURS COMMUNS

#### 2.1.1. INTRODUCTION

Quatre ans après sa mise sur les rails, le train du FEAD atteint désormais sa vitesse de croisière en Belgique. Si le moteur peut dorénavant tourner à plein régime, c'est sans conteste grâce à tous nos partenaires qui, par leurs nombreuses réflexions et améliorations, mettent chaque jour de l'huile dans les rouages. Ils nous permettent ainsi de peaufiner cette fine mécanique qu'est le FEAD, mais également d'inscrire l'aide alimentaire dans une vision globale d'intégration sociale et de développer une politique d'aide alimentaire cohérente.

Le FEAD en Belgique a su se rendre complémentaire d'autres politiques; citons à titre d'exemple le développement d'une politique d'alimentation saine à destination des personnes précarisées – en proposant des produits variés, équilibrés au niveau nutritionnel, tout en limitant l'empreinte écologique de leur production. Le FEAD a également un effet de levier auprès des autorités publiques. En effet, depuis le début de la programmation, différentes initiatives ont été lancées – financées sur fonds belges – permettant de répondre à des besoins non couverts par le fonds. Ceci se traduit, par exemple, par un soutien logistique et organisationnel pour la distribution de denrées, ou encore par l'offre d'une aide matérielle visant les enfants et les personnes sans-abris (achat de nécessaires de toilette élémentaires pour les sans-abris, de langes jetables pour bébés) ainsi que par un soutien à la lutte contre le gaspillage alimentaire via la valorisation de surplus alimentaires.

L'année 2017 a également été une année riche en défis : finalisation de l'enquête structurée sur les bénéficiaires finaux, revue du système de livraison, modification du programme opérationnel, changements de la procédure de l'appel à marché (tests organoleptiques), etc.

Mais, malgré tous ces écueils, la locomotive FEAD est bien arrivée en gare. Et que de kilomètres parcourus! Ce ne sont pas moins de 12.758,89 tonnes de produits qui ont été distribués à 311.205 personnes dans le besoin. Le voyage continue bien entendu en 2018.

Ces chiffres nous rappellent, de nouveau, le rôle essentiel joué par le FEAD en Belgique, qui continue de représenter environ 50% de ce que les Banques alimentaires belges reçoivent. Les résultats de l'enquête structurée menée par l'Autorité de gestion en 2017 ont permis de mettre en évidence l'importance et l'utilité de ce fonds en Belgique et de remettre l'accent sur le fait que subvenir à ses besoins en nourriture est une condition préalable essentielle à toute démarche d'inclusion sociale.

Nous constatons, au travers des retours de nos partenaires, que le nombre de personnes bénéficiant de l'aide distribuée via le FEAD augmente sensiblement chaque année en Belgique. En 2016, 15,5 % de la population en Belgique était considérée comme à risque de pauvreté monétaire. Il s'agit des personnes vivant dans un ménage dont le revenu total disponible est inférieur à 1.115 euros par mois pour une personne isolée. 5,5% des Belges souffraient de privation matérielle grave.

L'année 2017 a également vu naître les premières discussions sur la période post 2020. L'autorité de gestion et les différents partenaires ont entamé les réflexions et exploré les différentes pistes et changements souhaités pour la prochaine programmation.

Le présent rapport annuel fournit un aperçu des différentes activités réalisées tout au long de l'année 2017. Ces activités y sont mises en relation avec les indicateurs communs figurant au point 2.3.

### *2.1.2. PRIVATION MATERIELLE CONCERNEE: PRIVATION ALIMENTAIRE*

En 2017, comme prévu dans le Programme Opérationnel (PO), des produits alimentaires ont été mis gratuitement à la disposition des CPAS et des organisations partenaires agréées afin qu'ils soient distribués gratuitement aux plus démunis en Belgique.

Le système a été mis en œuvre selon la chronologie suivante :

- **Fin 2016 – début 2017:** préparation de la liste des produits pour la campagne 2017 et du cahier de charges pour l'appel à marché.  
Comme en 2015-2016, le processus a suivi la procédure mise en place par l'AG pour la sélection des produits (voir aussi les rapports annuels précédents).
- I. Première consultation des partenaires lors de la réunion trimestrielle de concertation en **septembre 2016**. L'AG avait établi une proposition de liste de produits sur base des différents retours reçus.  
Cette année-ci, la discussion ne tournait pas seulement sur le choix des produits, mais également sur la révision du système de livraison et la possibilité d'éventuellement introduire des clauses sociales dans le cahier de charges.

Afin de pouvoir réduire radicalement le nombre de points de livraison, il a été décidé de modifier le programme opérationnel pour pouvoir utiliser le forfait prévu dans le règlement européen pour des coûts de transport et logistique (voir plus 2.1.8.2.).

2. **En novembre 2016**, l'autorité de gestion a consulté les experts du vécu par rapport aux produits distribués pendant la campagne en cours pour avoir leur feedback et recueillir ainsi leur avis sur les nouvelles propositions de produits.
3. Une réunion a été organisée avec les différents experts en nutrition **le 03/11/2016** (voir aussi les rapports annuels précédents). Lors de cette réunion, le choix de chaque produit a été discuté en détail: les avantages et désavantages, les ingrédients à éviter, les éventuelles alternatives, ...
4. **Toujours en novembre 2016**, comme chaque année, une étude approfondie du marché a été menée afin d'examiner et de tester les produits existants sur le marché. Le but de cette étude étant d'explorer les possibilités en termes de spécifications techniques pour les nouveaux produits choisis et de comparer et goûter les différentes gammes de produits.  
A cet effet, les étiquettes des produits achetés ont été analysées par l'expert du SPF Santé Publique (teneur en graisses, pourcentage de légumes, additifs, taux de sucre et sel, ...).  
Tous les nouveaux produits ont ainsi été testés: les céréales, les galettes de maïs, le café, les fruits secs, les haricots blancs et les plats préparés.  
Une attention toute particulière a été portée sur les plats préparés. En effet, sur base de ses expériences et du retour du terrain, l'AG a constaté qu'il est très difficile de trouver un plat préparé en conserve de qualité et qui ait bon goût. Afin de trouver d'autres variétés de plats préparés, les agents de l'AG ont, pour la campagne 2017, traversé la frontière pour disposer d'une plus grande variété de produits.
5. La liste définitive des produits a été élaborée et présentée à la réunion de concertation avec les partenaires du **08/12/2016**. Lors de cette réunion, l'AG a fait les propositions suivantes aux partenaires:
  - Changement dans la procédure d'achat pour le plat préparé et inclusion d'un critère d'attribution supplémentaire concernant la qualité du produit. La qualité du produit – sur base d'échantillons fournis par les fabricants – doit être déterminée par des analyses d'un laboratoire et un panel de dégustation (tests organoleptiques).
  - Si possible, ajouter une condition d'exécution concernant la collaboration avec une entreprise de travail adaptée. L'idée était de tester cette approche sur un seul produit/ lot : le chocolat fondant.
  - Lancement d'un projet pilote pour l'achat de soupe faite sur base d'invendus.

L'ensemble de ces propositions a été validé par les membres de la concertation.

Lors de cette même réunion, les participants ont pris une décision sur l'utilisation des labels 'fairtrade' et 'bio' pour certains produits.

6. En janvier 2017 – l'AG réuni autour de la table plusieurs entreprises de travail adapté afin d'évaluer la possibilité d'introduire une clause d'exécution pour le lot chocolat noir. Les représentants de ces entreprises, bien qu'enthousiastes de cette initiative, n'ont pas donné suite à cette proposition.

Il a donc été décidé de ne pas poursuivre cette idée pour la campagne 2017, mais de continuer les réflexions sur les clauses sociales pour les futures campagnes FEAD.

7. À l'issue du processus, des spécifications techniques pour le cahier des charges ont été rédigées par l'AG avec le soutien des différents experts (santé publique, marchés durables, etc.).

- **Mars 2017:** L'AG engage la procédure pour acheter les denrées alimentaires pour l'année 2017 via un appel d'offres ouvert européen.

Cette année, l'appel d'offres a été scindé en 2 procédures. La procédure 'normale' pour l'achat de 20 denrées alimentaires et une deuxième procédure avec un critère d'attribution supplémentaire concernant la qualité du produit proposé pour l'achat de 2 plats préparés.

La procédure 'normale' a été lancée le 22/03/2017 pour un montant de **11.650.188,68 euros** (TVA exclue). La séance d'ouverture pour cet appel à marché a eu lieu le 09/05/2017.

La procédure pour l'achat de 2 plats préparés a été lancée le 22/06/2017 pour un montant total de **900.000,00 euros** (TVA exclue). La séance d'ouverture pour cet appel à marché a eu lieu le 06/07/2017.

- **Mai 2017:** les CPAS et les organisations partenaires ont été invités à transmettre leur commande de denrées alimentaires pour l'année 2017 via le site internet de l'AG. Vu qu'il s'agissait de la même procédure pour la 4<sup>ème</sup> fois, très peu d'organisation ont eu besoin d'une assistance supplémentaire pour introduire sa commande.

Au même moment, le règlement 2017 a été publié sur le site de l'AG: [https://www.mis.be/sites/default/files/documents/fead\\_-\\_reglement\\_2017\\_fr\\_1.docx](https://www.mis.be/sites/default/files/documents/fead_-_reglement_2017_fr_1.docx)

En introduisant une commande, les organisations partenaires agréées et CPAS s'engagent à respecter ce règlement stipulant les conditions pour recevoir de l'aide.

Au total, **760 commandes ont été introduites en 2017** (CPAS et organisations partenaires agréées).

- **Aout 2017:** Les produits alimentaires disponibles suite à l'appel d'offre ont été répartis en fonction, d'une part, des commandes et des quantités disponibles et, d'autre part, d'un plafond communal établi sur la base du nombre de bénéficiaires de RIS par commune concernée.

Une clé de répartition a été appliquée: le plafond communal établi sur la base du nombre de bénéficiaires du RIS, a été légèrement adapté afin de respecter la clé de répartition convenue entre le fédéral et les régions dans le cadre du FEAD. Cette clé de répartition est la suivante:

- Région Bruxelloise: 23,18%
  - Région Flamand: 23,24%
  - Région Wallonne: 53,57%
- 
- **Septembre 2017:** L'AG a reçu l'approbation formelle de la part de la Commission européenne en ce qui concerne le changement du programme opérationnel afin de pouvoir utiliser le forfait de 5% prévu pour les coûts de transport et logistique. Les conventions avec les 4 partenaires recevant le forfait pour réaliser le nouveau système de livraison ont donc été établies.
  - **Septembre 2017:** Début des livraisons. Les produits alimentaires ont commencé à être livrés aux organisations partenaires agréées.
  - **Octobre 2017:** Début de la distribution aux plus démunis. La distribution se fait sous forme de colis alimentaires ou de repas, généralement dans les locaux des organisations partenaires.

Tous les produits livrés en 2016 aux CPAS et organisations partenaires agréées n'ont pas pu être totalement distribués aux plus démunis au cours de l'année 2016. Par conséquent, les CPAS et organisations partenaires ont continué la distribution de ces produits en 2017.

En 2017 ont dès lors été distribués aux plus démunis des produits achetés par l'AG en 2016 (appel à marché 2016) et des produits achetés par l'AG en 2017 (appel à marché 2017).

### *2.1.3. IDENTIFICATION DES PERSONNES LES PLUS DEMUNIES*

#### **2.1.3.1. Généralités**

Pour rappel, dans le cadre du FEAD, un seul et même critère permet de définir les personnes pouvant bénéficier de produits FEAD: toute personne vivant sous le seuil de pauvreté (indicateur AROP – voir:

[http://statbel.fgov.be/fr/binaries/Publication\\_Silc\\_STATBEL\\_FR\\_28JUL15\\_tcm326-271022.xls](http://statbel.fgov.be/fr/binaries/Publication_Silc_STATBEL_FR_28JUL15_tcm326-271022.xls)). Cette catégorie a été retenue parce qu'elle est simple, objective et inclusive: chaque type de bénéficiaire se retrouve dans cette catégorie – sans-abri, réfugiés, sans papier, etc.

Pour la campagne 2017, le seuil de pauvreté a été mis à jour et publié dans le règlement:

- Personne isolée : 12.993€/ net par an
- 2 adultes et 2 enfants: 27.285€/ net par an



- Pour d'autres formations de familles: On assigne une pondération de 1 au premier adulte du ménage, de 0,5 à chaque membre âgé de plus de 14 ans et de 0,3 aux enfants de moins de 14 ans.

Nous rappelons, comme chaque année, qu'il existe une exception à ce critère: les personnes prises en charge par une initiative locale d'accueil (ILA). En effet, dans le cadre d'une initiative locale d'accueil (ILA), le CPAS a pour responsabilité de pourvoir aux besoins matériels (y compris alimentaires) des personnes concernées. Les CPAS reçoivent des moyens financiers pour venir en aide aux personnes bénéficiant d'une ILA. Afin d'éviter un risque de double financement, les personnes en ILA ne peuvent donc pas recevoir de produits FEAD.

Pour rappel, sur la base de cette catégorie, chaque CPAS et organisation partenaire agréée est tenu(e) de mettre sur pied un mécanisme permettant de vérifier que les bénéficiaires satisfont effectivement aux conditions. Ce mécanisme est systématiquement vérifié lors des contrôles que l'AG effectue sur place.

Le partenariat entre le CPAS et l'organisation partenaire agréée continue de jouer un rôle essentiel à cet égard. Chaque organisation partenaire agréée est tenue de souscrire une convention de partenariat avec le CPAS de la commune ou des communes dans laquelle/lesquelles elle opère.

Le mécanisme d'identification des plus démunis doit être défini dans cet accord de partenariat. Les trois types de mécanismes sont les mêmes que ceux décrits dans nos précédents rapports (convention de type I – attestation individuelle, II – liste de bénéficiaire ou III – capacité à vérifier si la personne satisfait aux critères)

Des informations complémentaires sur les conditions d'agrément des CPAS et des organisations partenaires figurent au point 2.1.5. Sélection des organisations partenaires.

### **2.1.3.2. Mesures d'accompagnement**

Les mesures d'accompagnement font partie intégrante de la mise en œuvre du FEAD. Comme expliqué dans nos précédents rapports, lors des contrôles sur place, les mesures d'accompagnement mises en place par l'organisation partenaire agréée sont systématiquement vérifiées (le questionnaire de contrôle contient des questions sur les mesures d'accompagnement).

Il ressort de l'enquête structurée sur les bénéficiaires finaux que l'AG a menée à bien en 2017 sur les bénéficiaires finaux (voir plus loin) que plus de la moitié des organisations (54%) conseillent les bénéficiaires finaux en matière de préparation, stockage et de non-gaspillage des denrées alimentaires. Des propositions à participer à des ateliers de cuisine ainsi qu'à des activités éducatives destinées à promouvoir une alimentation saine, sont également des mesures d'accompagnement proposées par certaines organisations.

Les résultats de l'enquête nous permettent également de voir que plus d'un tiers des organisations conseillent les bénéficiaires finaux en matière de gestion du budget d'un ménage et un peu moins d'un quart offre un accompagnement individuel. Par ailleurs, un cinquième des organisations offrent des conseils en matière d'hygiène personnelle ainsi qu'un soutien psychologique et thérapeutique.

Par ailleurs, les autres types d'accompagnements mentionnés par les organisations sont la réorientation précise vers des services sociaux, la proposition de recettes, la possibilité de médiation de dettes ainsi que l'offre d'un accueil chaleureux, d'une écoute et d'une aide administrative.

Cette année, nous souhaitons mettre quelques exemples en valeur:

### **L'étape ASBL: plan d'accompagnement couplé aux produits FEAD**

Cette ASBL distribue les produits du FEAD aux bénéficiaires pour lesquels elle assure l'hébergement. Il s'agit de sans-abris pris en charge par l'ASBL en vue de leur réinsertion dans la société. Lorsqu'ils quittent le centre d'hébergement, ils sont invités à solliciter l'aide du service extérieur pour favoriser leur réinsertion et continuer à profiter des produits FEAD. En limitant l'accès aux produits FEAD aux bénéficiaires ayant accepté de s'engager dans un plan de suivi du service extérieur, l'ASBL s'assure que les produits FEAD contribueront à l'insertion du bénéficiaire dans la société.

Les produits du FEAD sont alors considérés comme étant un tremplin vers la réinsertion et non comme une aide à long terme.

Le plan de suivi mis en place par le service extérieur permet à chaque bénéficiaire d'avoir un soutien dans la gestion de ses finances, un accompagnement dans son logement et un accompagnement dans leurs démarches administratives. Différents ateliers sont également mis en place afin d'apprendre un métier aux bénéficiaires peu qualifiés, créer des liens sociaux et les remettre sur le chemin du travail.

### **Trait d'Union ASBL : visites à domicile**

Les bénévoles actifs au sein de l'organisation qui distribue des produits FEAD se rendent au domicile de tous les bénéficiaires au moins une fois pour prendre connaissance de leur situation. Ils créent ainsi des liens sociaux plus forts avec les bénéficiaires et peuvent au mieux les réorienter vers les institutions compétentes [CPAS, mutuelle, commune, etc.] en fonction des problématiques dont ils souffrent. Une attention particulière est apportée à chacun en vue de leur accompagnement vers une réinsertion sociale et professionnelle. Lors d'une visite à domicile, ils ont motivé une bénéficiaire à classer tous ses documents administratifs dont notamment les factures. La bénéficiaire a ainsi pu y voir plus clair dans ces dettes et grâce à un accompagnement du CPAS, la dame s'en est sortie et a retrouvé un équilibre financier, confiance en elle et a pu reprendre peu à peu le chemin du travail.

### **Association SVP: les femmes d'abord et lutte contre le gaspillage**

Les bénévoles de cette association sont eux-mêmes bénéficiaires des produits FEAD. Ils sont donc très proches de leur public et connaissent leurs besoins et leurs attentes en terme d'accompagnement ainsi que les freins à leur réinsertion sociale et professionnelle.

Pour permettre aux femmes de retrouver fierté et confiance en elle, Ils ont mis en place des ateliers de coiffure où des coiffeuses les coiffent gratuitement. Tout comme des ateliers pour apprendre aux femmes à fabriquer des produits de beauté à faible coût et à prendre soin d'elles.

Un vestiaire est mis à leur disposition afin de soigner leur apparence vestimentaire et des ateliers coutures sont accessibles pour qu'elles puissent y développer tant des liens sociaux que leur créativité et leur savoir-faire.

En vue de renforcer leur lien social, des ateliers de bricolage, de tricot, de crochet sont mis à leur disposition. Une bibliothèque est également accessible afin qu'ils puissent s'évader par la lecture quand le besoin s'en fait ressentir.

Afin de valoriser leur alimentation, un chef cuisinier rejoint occasionnellement l'équipe afin de réaliser avec les bénéficiaires un repas entrée, plat, dessert avec les produits du FEAD.

Des organismes externes sont également invités à sensibiliser les bénéficiaires à des thématiques telles que la prévention des MST et le tri des déchets.

Les bénéficiaires peuvent ainsi s'en sortir psychologiquement et socialement avant d'entamer un parcours de réinsertion professionnelle.

### **Nemesis Charleroi**

Cette association propose un plan d'accompagnement en trois étapes:

- Aide sociale grâce à laquelle les bénéficiaires ont accès à des services généralistes à orientation sociale dont font partie les produits du FEAD.
- Aide à l'insertion sociale grâce à la mise en place d'activité collective telle que le théâtre, les ateliers cuisines, l'improvisation théâtrale, la multiexpression et la re-création, les bénéficiaires renouent des liens sociaux et reprennent confiance en eux.
- Aide à la médiation de dette qui permet aux bénéficiaires de retrouver un équilibre financier.

En moyenne, cette association compte un turnover de 40% de ces bénéficiaires.

#### **2.1.3.3. Connexion avec les indicateurs de résultat**

À qui les produits FEAD ont-ils été distribués en 2017?

Pour pouvoir répondre à cette question et fournir les chiffres des indicateurs de résultat demandés – comme chaque année – les organisations ont été invitées à donner une estimation du nombre de personnes ayant bénéficié de l'aide en 2017 et à fournir des indications sur le profil des bénéficiaires.

Chaque année, ces chiffres sont demandés aux organisations en même temps que l'introduction de leur commande pour la campagne suivante. En effet, l'AG considère que le taux de réponse est le plus élevé en procédant comme cela (voir rapports annuels précédents). Cette année, malheureusement, les commandes de la campagne 2018 ont été lancées très tardivement et l'AG n'a pas fini d'analyser les réponses apportées et les statistiques soumises par les différentes organisations et CPAS à temps pour la soumission du rapport annuel. L'AG a donc complété cette partie dès que toutes les organisations ont envoyé leurs statistiques.

Cette année encore, les chiffres transmis (430.228 – nombre de personnes aidées en 2017) – bien qu'ils soient surévalués par certaines organisations, se rapprochent encore davantage au nombre d'agrément des organisations (311.205 personnes) mais nous constatons de nouveau une différence entre les chiffres (119.023).

L'AG a de nouveau, cette année, contacté individuellement toutes les organisations ayant introduit des chiffres paraissant disproportionnés (comparaison du chiffre soumis par l'organisation et l'agrément de l'organisation). Ainsi, 280 organisations ont été contactées pour qu'elles confirment (ou pas) les données introduites. Comme l'année passée, certaines organisations s'étaient trompées et ont corrigé le chiffre soumis ; néanmoins, un grand nombre d'organisation a confirmé les données soumises. De nouveau, la principale raison de la différence entre les données des agréments et les chiffres introduits par les organisations réside dans le fait qu'il y a un très grand turn-over dans les bénéficiaires – gonflant ainsi le nombre de personnes aidées.

L'AG a par conséquent de nouveau ajusté les données reçues en fonction du nombre de bénéficiaires stipulé dans les agréments.

Comme en 2014, 2015 et 2016 pour la répartition par profil des bénéficiaires finaux, les pourcentages des données transmises par les organisations partenaires ont été appliqués au nombre total de bénéficiaires de l'ensemble des agréments. Le calcul est présenté dans l'Annexe I.

Le rapport entre le nombre total de bénéficiaires et le nombre total de femmes donne une proportion de 31,78 %. Cette proportion est moindre que la proportion de femmes dans la population.

Pour mieux répondre à certaines questions et certains biais remarqués lors des campagnes précédentes, l'AG a ajouté quelques questions additionnelles à celles qui sont liées aux indicateurs de résultats en tant que telles. Cela avait pour but d'obtenir des résultats plus fiables que dans le passé et de supprimer autant que possible certains biais.

Le premier biais était la sous-représentation des femmes dans les statistiques. Le deuxième biais était lié aux nombres de personnes aidées par l'organisation durant l'année écoulée (le nombre de personnes aidées estimées par les organisations dépassent chaque année le nombre de personnes agréées par organisation).

- Nombre de personnes aidées en 2017:  
parmi lesquelles:
  - o nombre de femmes (y compris les filles de moins de 15 ans et les femmes de plus de 65 ans) :
- En général, la personne venant retirer les colis est:
  - o -une **femme**
  - o -un **homme**

Comme expliqué précédemment, nous avons cette année, ajouté cette question à notre questionnaire : « en général, la personne venant retirer les colis est : un homme / une femme. Les réponses à cette question montrent que 82,38 % des organisations ont répondu « une femme » alors que 17,62 % ont répondu « un homme ».

En ce qui concerne le deuxième biais, nous avons ajouté les questions suivantes :

- Nombre de personnes selon agrément (de manière à ce que l'organisation réalise qu'il ne devrait normalement pas y avoir une trop grosse différence entre la réponse à cette question et la réponse à la question « nombre de personnes aidées en 2017 »)

Pour rappel, les années passées, nous avons déjà mis en place certains éléments pour diminuer le biais lié à la sur-estimation des personnes aidées (notamment nous avons inclus une section spéciale dans le règlement en y reprenant des instructions aussi claires que possibles et en y insérant des cas spécifiques). Nous avons réussi à diminuer le biais de manière considérable mais pas suffisante. Le biais est souvent dû au fait que certaines organisations comptent plusieurs fois la même personne quand elle se présente régulièrement – faussant ainsi les statistiques finales.

Cette année, nous avons invité à plusieurs reprises les organisations à revoir leur agrément pour que ce dernier corresponde avec la réalité. Nous espérons donc cette année, réduire le biais au maximum. Néanmoins, et comme l'année passée, le fait que la majeure partie des organisations reposent uniquement sur le travail de bénévoles – parmi lesquels le turn over est important – pourra encore occasionner certaines erreurs.

Enfin, afin de parfaire le suivi de l'AG, nous avons cette année ajouté une question concernant le type de partenariat que l'organisation avait (voir aussi point 2.1.3.1 ci-dessus).

Les questions relatives à la définition d'un colis alimentaire, à la fréquence des distributions, à la forme de distribution ont été, quant à elles, maintenues.

Un aperçu des données obtenues est présenté dans l'annexe I.

Comme l'année passée, quand le nombre de personnes aidées par l'organisation dépassera de beaucoup le nombre de personnes pour lesquelles l'organisation est agréée, nous allons recontacter individuellement toutes ces organisations afin d'obtenir d'avantage d'explications.

L'expérience des années passées nous montre que dans la réalité, les organisations aident effectivement beaucoup plus de personnes que ce que mentionnent les agréments (il y a également un grand turn-over au niveau des bénéficiaires pour de nombreuses organisations).

#### 2.1.4. SELECTION DES OPERATIONS

Le PO distingue trois types d'actions. Nous présentons ci-dessous un aperçu des opérations réalisées en 2017.

##### 2.1.4.1. Achat de denrées alimentaires et d'articles via marché public européen et leur mise à la disposition des organisations partenaires

En 2017, le lancement de l'appel d'offre pour l'achat de denrées alimentaires a porté sur un budget de € 12.550.188,68 (hors TVA) réparti sur 22 produits: lait demi écrémé, maquereaux à l'huile d'olive, salade de riz au thon issu de la pêche durable, farine de blé, café moulu 100 % arabica issu du commerce équitable, pâtes: spaghetti biologiques, pâtes: coquillettes, riz, tomates pelées concassées en cubes, haricots verts entiers très fins, macédoine de légumes, haricots blancs, mousseline de pomme, fromage fondu à tartiner, confiture aux 4 fruits rouges, huile d'olive, galettes de maïs sans OGM, chocolat noir issu du commerce équitable, pétales de blé aux copeaux de chocolat, fruits secs.

Plus précisément le budget par produit était le suivant:

Lot 1:	Lait demi-écrémé UHT	€ 2.000.000,00
Lot 2:	Maquereaux à l'huile d'olive	€ 1.000.000,00
Lot 3:	Salade de riz au thon issu de la pêche durable	€ 820.188,68
Lot 4:	Farine de blé	€ 350.000,00
Lot 5:	Café moulu 100% arabica issu du commerce équitable	€ 750.000,00
Lot 6:	Pâtes: spaghetti biologiques	€ 500.000,00
Lot 7:	Pâtes: Coquillettes	€ 500.000,00
Lot 8:	Riz	€ 600.000,00
Lot 9:	Tomates pelées concassées en cubes	€ 400.000,00
Lot 10:	Haricots verts entiers très fins	€ 450.000,00
Lot 11:	Macédoine de légumes	€ 350.000,00
Lot 12:	Haricots blancs	€ 270.000,00
Lot 13:	Mousseline de pommes	€ 200.000,00
Lot 14:	Fromage fondu à tartiner	€ 300.000,00
Lot 15:	Confiture aux 4 fruits rouges	€ 450.000,00
Lot 16:	Huile d'olive	€ 1.200.000,00
Lot 17:	Galettes de maïs sans OGM	€ 380.000,00
Lot 18:	Chocolat noir issu du commerce équitable	€ 350.000,00
Lot 19:	Pétales de blé aux copeaux de chocolat	€ 400.000,00
Lot 20:	Fruits secs	€ 380.000,00
Lot 21:	Poulet aux olives et citrons	€ 450.000,00
Lot 22:	Boulettes sauce tomate	€ 450.000,00
	<b>TOTAL</b>	<b>€ 12.550.188,68</b>

En ce qui concerne les indicateurs de résultat, le tableau ci-dessous spécifie à quel indicateur chaque produit a été associé.

<b>Produits 2017</b>	<b>Lien avec les indicateurs communs</b>
Lait demi-écrémé UHT	Produits laitiers
Maquereaux à l'huile d'olive	Viandes, œufs, poissons et fruits de mer
Salade de riz au thon	Plats cuisinés, autres denrées alimentaires
Farine de blé	Farine, pain, pommes de terre, riz et autres produits riches en amidon
Café moulu 100% arabica issu du commerce équitable	Plats cuisinés, autres denrées alimentaires
Pâtes: Spaghetti biologiques	Farine, pain, pommes de terre, riz et autres produits riches en amidon
Pâtes: Coquillettes	Farine, pain, pommes de terre, riz et autres produits riches en amidon
Riz	Farine, pain, pommes de terre, riz et autres produits riches en amidon
Tomates pelées concassées en cubes	Fruits et légumes
Haricots verts entiers très fins en conserve	Fruits et légumes
Macédoine de légumes	Fruits et légumes
Haricots blancs	Fruits et légumes
Mousseline de pommes	Fruits et légumes
Fromage fondu à tartiner	Produits laitiers
Confiture aux 4 fruits rouges	Plats cuisinés, autres denrées alimentaires
Huile d'olive	Graisses, huiles
Galettes de maïs	Plats cuisinés, autres denrées alimentaires
Chocolat noir issu du commerce équitable	Plats cuisinés, autres denrées alimentaires
Pétales de blé aux copeaux de chocolat	Farine, pain, pommes de terre, riz et autres produits riches en amidon
Fruits secs	Fruits et légumes
Pétales de blé au chocolat	Farine, pain, pommes de terre, riz et autres produits riches en amidon
Poulet aux olives et citron	Plats cuisinés, autres denrées alimentaires
Boulettes sauce tomate	Plats cuisinés, autres denrées alimentaires

Le choix des produits composant une campagne est fait de manière concertée avec l'ensemble des acteurs: la Fédération des Banques Alimentaires, la croix rouge, la Fédération des CPAS, la Fédération des Services sociaux, etc. De plus, chaque année, l'AG consulte un groupe d'experts pour déterminer de manière définitive la liste de produits: experts en nutrition,

experts en santé publique, experts en développement durable, etc. Le processus a suivi, pour la campagne 2017, la procédure mise en place par l'AG pour la sélection des produits (voir aussi les rapports annuels précédents).

L'année 2017 a connu une nouveauté au niveau des plats préparés proposés: l'attribution uniquement basée sur le prix a été remplacée par une attribution comportant un critère d'évaluation supplémentaire : le goût/odeur/aspect visuel. Ce critère – pesant pour 40 % sur la note finale – a été évalué via une analyse organoleptique et des tests de laboratoire.

En effet, il est apparu au cours des campagnes précédentes, que les plats préparés sont ceux qui remportaient le moins de succès auprès des bénéficiaires finaux. Néanmoins, garder des protéines animales dans la liste des produits offerts est une nécessité. Il existait également le souhait de conserver quelques plats préparés dans la liste, vu qu'une partie des bénéficiaires finaux ne dispose pas des facilités pour cuisiner ou ne sait pas le faire.

Un grand travail préalable a été fait sur les fiches techniques des produits sélectionnés – afin d'obtenir des produits de la meilleure qualité possible. Néanmoins, dans une optique d'amélioration constante des produits offerts, et pour s'assurer que ces produits puissent plaire au plus grand nombre, l'introduction de tests gustatifs / sensoriels avant rédaction des fiches techniques s'est imposée comme étant une solution idéale.

Au total, 88 offres ont été présentées. Les 22 lots ont été attribués à 4 soumissionnaires différents: 8 lots à la société SAS Dhumeaux (FR) (les maquereaux, la salade de riz, la farine, la mousseline de pommes, le fromage fondu, la confiture, l'huile d'olive et les pétales de blé); 4 lots à la société SAS Jyco (FR) (les pâtes: coquillettes, les haricots verts, les haricots blancs, et le poulet aux olives et citron); 6 lots à la Société Française des Riz de Choix (FR) (le café 100 % arabica, le riz, les tomates pelées concassées en cubes, les galettes de maïs, les fruits secs et les boulettes sauce tomate); et 4 lots à la société SAS Dischamp (FR) (le lait demi écrémé, les spaghetti biologiques, la macédoine de légumes, le chocolat noir issu du commerce équitable).

La procédure de lancement et d'attribution de l'appel d'offres a été relativement rapide en 2017. En effet, la procédure a été écourtée en ne passant qu'une fois au Conseil des Ministres (au lancement et plus à l'attribution).

Par conséquent, les premières livraisons ont pu commencer en septembre 2017.

Comme pour les campagnes précédentes, le cahier des charges prévoit la production de denrées alimentaires et leur livraison (voir à ce sujet le point 2.1.8.2).

La période de livraison de ces produits s'est étendue de septembre 2017 et est toujours en cours au moment de la rédaction du présent rapport (s'étaleront jusqu'en août 2018).

Grâce à la diminution du nombre de points de livraison, les livraisons ont pu être davantage étalées dans le temps



Pour la première fois, en 2017, les coûts correspondants aux dispositions de l'article 26 2. c) ont été utilisés. Il s'agit d'un montant de **289.817,25 euros** qui a été versé aux grands entrepreneurs dans le cadre de la convention conclue avec eux.

En 2017, un total de **12.758,89 tonnes** de produits alimentaires ont été livrées aux différents CPAS et aux organisations partenaires agréées. Les quantités détaillées par produit figurent dans l'Annexe II. Il s'agit des produits de l'appel à marché 2016 et 2017.

En ce qui concerne les factures émises pour l'achat de produits alimentaires, en 2017 un montant de **11.852.779,02€** a pu être liquidé. Il s'agit pour la plupart des factures reçues dans le cadre de l'appel à marché 2016 (9.350.011,12€) et des premières factures reçues dans le cadre de l'appel à marché 2017 (2.502.767,90€) (= indicateurs de ressources).

#### **2.1.4.2. Distribution des denrées alimentaires et des articles par les organisations partenaires**

La distribution des produits alimentaires de la campagne 2017 a démarré en octobre 2017 et est toujours en cours au moment de l'écriture de ce rapport. En effet, l'AG essaye, tant que possible, de ne pas laisser de «vide» entre une campagne et l'autre et d'assurer les distributions de manière continue d'une année sur l'autre. Les produits de la campagne 2017 seront distribués jusqu'en aout/septembre 2017 et ceux de la campagne 2018 arriveront dès octobre 2018.

Pour rappel, les organisations partenaires agréées peuvent déterminer elles-mêmes la façon dont elles distribuent les produits, pour autant qu'elles respectent la réglementation en vigueur.

Nous n'avons pas constaté cette année de différence substantielle dans la façon dont les produits sont distribués. Ni en termes de fréquence de distribution, ni en termes de composition des colis et enfin, pas non plus en terme de mode de distribution.

Nos constatations relevées dans les rapports des années précédentes sont par ailleurs confirmées par l'enquête structurée que l'AG a menée à bien en 2017.

La majorité de nos organisations distribuent des colis alimentaires. En termes de fréquence des distributions, les organisations distribuent en général les produits assez fréquemment (plus d'une fois par mois pour la grande majorité).

Les organisations continuent à distribuer majoritairement les colis sous forme de « packs », c'est-à-dire que chaque bénéficiaire reçoit les mêmes produits en quantité variable selon la taille de sa famille.

Enfin, nous remarquons de nouveau qu'une organisation sur 3 ne distribue que des produits FEAD.

#### *2.1.4.2.1. Fréquence des distributions*

L'analyse de ces statistiques est semblable à celle que nous avons faite les années précédentes et montre que la majorité relative des organisations partenaires (20,5%) procède à la distribution de produits FEAD une fois par mois. 36% distribuent ces produits plus fréquemment (18% plusieurs fois par semaine et 18% une fois par semaine), tandis que 17% des organisations distribuent les produits FEAD plusieurs fois par mois.

7 % des organisations distribuent les produits FEAD dès que ceux-ci sont disponibles, alors que la distribution d'urgence représente 3,5% des organisations partenaires.

Enfin, 16 % des organisations partenaires ont choisi l'option «autre» dans le questionnaire. Ainsi, certaines organisations adaptent leur fréquence de distribution en fonction de la période de l'année (davantage de distributions en hiver). D'autres répondent aux demandes des CPAS ou des usagers («à la demande des bénéficiaires») et enfin certaines distribuent des colis deux fois par mois seulement.

#### *2.1.4.2.2. Définition de colis*

L'analyse des réponses obtenues en ce qui concerne la définition d'un colis, montre qu'en 2017 la majorité des organisations partenaires (52%) distribuent les produits FEAD sous la forme de «packs» (-5 % par rapport à 2016). Dans un tel cas, chaque bénéficiaire reçoit les mêmes produits, en quantité variable fonction de la taille de leur famille.

34% des organisations partenaires fonctionnent selon un système de «libre-service» selon lequel les bénéficiaires peuvent choisir les produits FEAD qu'ils souhaitent recevoir et ainsi constituer leur propre panier (+ 3 % par rapport à 2016). Seuls 3% des organisations partenaires procèdent à la distribution des produits FEAD sous la forme de repas.

Enfin, 11 % des organisations partenaires ont choisi l'option «autre» dans le questionnaire. La majorité des organisations ayant coché cette case fonctionne selon une option intermédiaire entre «pack» et «libre-service»: les bénéficiaires peuvent demander une adaptation du contenu du colis en fonction de différents paramètres (goûts personnels, allergies, convictions religieuses, etc.). D'autres associations offrent également la possibilité aux bénéficiaires de demander une diminution des quantités qui leur sont octroyées afin de limiter le gaspillage alimentaire.

#### *2.1.4.2.3. Proportion de produits FEAD*

Les denrées financées par le FEAD représentent 30% du volume total de nourriture distribuée par organisations partenaires (29,37%). Environ une organisation sur trois ne distribue que des produits FEAD.

Le reste des organisations partenaires (70,63%) associe la distribution de produits FEAD à la distribution de produits supplémentaires provenant d'autres sources.

Ces chiffres montrent à quel point le FEAD est important en Belgique. Si le FEAD venait à disparaître, une organisation sur trois n'aurait plus rien à distribuer.

#### *2.1.4.2.4. Etat des stocks*

Comme chaque année, afin de déterminer les quantités qui ont été effectivement distribuées aux plus démunis en 2017 par rapport aux quantités livrées, tous les CPAS et toutes les organisations partenaires agréées ont été invités à communiquer leurs stocks au 31/12/2017 (via un formulaire web).

Sur 760 organisations, 674 organisations (88,68%) ont envoyé leurs données de stocks au 31/12/2017. C'est un peu moins par rapport à 2015 (91,58%) et 2016 (95,65%). L'AG constate qu'elle doit continuer à encourager les organisations partenaires à remplir le formulaire.

Comme en 2016, les calculs à effectuer afin de savoir qu'elles étaient les quantités effectivement distribuées aux plus démunis en 2016 se sont avérés complexes. Ceci est dû au fait que les organisations partenaires agréées et CPAS ont distribué en 2017 des produits de la campagne 2017, ceux de la campagne 2016 et pour certains même encore de la campagne 2015 (même si les quantités sont marginales).

Afin de faciliter les choses et d'éviter toute confusion, l'AG a de nouveau repris dans le formulaire les photographies des produits.

Dans le courant de l'année 2017, un total de 12.758,89 tonnes de denrées alimentaires ont effectivement été distribuées aux plus démunis. Les quantités détaillées par produit figurent dans l'Annexe II. Les indicateurs de résultat sont présentés au point 2.3.2.

Il s'agit de près du double par rapport à l'année 2016. Ceci est lié au fait qu'en 2016, les livraisons ont commencé tardivement (novembre 2016) et par conséquent la plupart des denrées de la campagne 2016 ont été livrées et distribuées en 2017. Les livraisons de la campagne 2017 par contre ont commencé relativement tôt – en septembre déjà. Une grande partie de la campagne 2017, c'est-à-dire 3.164,68 tonnes, ont déjà pu être distribuées en 2017.

La distribution des produits 2017 continue pendant l'année 2018. Ceci ne pose aucun problème étant donné que les dates de péremption de la majorité des produits vont jusqu'en 2021 (les produits ayant une date de péremption moins longue sont distribués rapidement).

#### **2.1.4.3. Assistance technique**

Conformément à l'article 27 du règlement (UE) n° 223/2014, les mesures de préparation, de gestion, de suivi (appui méthodologique, système d'information et de suivi, outils de gestion), d'assistance administrative et technique (y compris frais de salaires d'agents publics statutaires et contractuels en charge du FEAD), d'audit, d'information, de contrôle et d'évaluation concourant à l'exécution de ce programme sont financées dans le cadre de l'assistance technique.

Durant l'année 2017 l'assistance technique a été utilisée pour couvrir les coûts suivants:

- les frais d'agents publics statutaires et contractuels en charge du FEAD,
- les coûts liés aux différents contrôles, notamment les contrôles de production (= les analyses du laboratoire),
- les coûts des traductions nécessaires dans le cadre du fonctionnement du FEAD,
- les coûts liés à l'entretien et le développement des systèmes informatiques utilisés dans le cadre du FEAD,
- les frais de déplacement des agents du FEAD.

En total, il s'agit d'un montant de 482.569,46€.

#### *2.1.5. SELECTION DES ORGANISATIONS PARTENAIRES*

Conformément aux dispositions figurant dans le PO, la sélection des partenaires chargés de la distribution de l'aide alimentaire gratuite se fait sur la base d'un agrément. (Procédure décrite dans le rapport annuel de l'AG de 2014 ainsi que dans le PO).

Le système tel que nous l'avons décrit dans nos précédents rapports annuels n'a pas changé pour la campagne 2017. Nous ne revenons donc pas sur les explications détaillées à ce sujet. Nous rappelons juste que chaque CPAS et organisation partenaire est agréée pour un certain nombre de bénéficiaires finaux. Les agréments sont limités par commune et dépendent du plafond communal d'une part et du nombre d'organisations partenaires agréées actives sur la commune d'autre part. C'est le plafond communal qui détermine in fine la quantité de denrées alimentaires disponibles pour les différentes organisations.

Comme chaque année, l'Autorité de Gestion a actualisé et mis à disposition le plafond communal de chaque commune.

En 2017, 10 nouvelles associations ont introduit une demande d'agrément: 2 organisations reliées à la Banque alimentaire de Bruxelles Brabant, 3 organisations reliées à la Banque alimentaire de Liège, 2 Maisons Croix-Rouge, 1 organisation reliée à la Banque alimentaire du Hainaut et de Mons Borinage, 1 organisation liée à la Banque Alimentaire d'Anvers et enfin 1 organisation reliée à la Banque alimentaire de la Flandre Occidentale.

36 associations ont introduit une demande d'augmentation du nombre de leurs bénéficiaires. Toutes les demandes ont été traitées (en ce y compris l'éventuel dépassement du plafond communal).

#### *2.1.6. LE SYSTEME DE GESTION ET CONTROLE*

En 2017 l'AG a continué à travailler à l'optimisation de son système de gestion et de contrôle. Les différentes modifications ont été intégrées sur base des constatations de l'AG même, des recommandations formulées par l'autorité de certification (AC) et des recommandations de l'autorité d'audit (AA).

Fin 2016, l'AA a réalisé son audit dans le cadre de la validation des comptes (février 2017). Le résultat de cet audit était positif : l'AG a reçu un score de catégorie 2 avec possibilité de progression vers la catégorie 1.

L'AA a néanmoins formulé des recommandations concernant:

- La visibilité et la traçabilité des résultats des contrôles,
- La prise en compte des résultats des contrôles effectués sur la base d'un échantillon,
- L'amélioration de la piste d'audit pour ce qui concerne le suivi de l'exécution des marchés publics,
- Le développement d'un système de prévention et de lutte contre la fraude,
- La sécurité de l'information.

Suite à cet audit, l'AG a établi un plan d'action afin de pouvoir répondre à ces recommandations.

Selon le système de gestion et de contrôle actualisé, les contrôles exécutés en 2017 sont les mêmes que ceux qui avaient été réalisés précédemment en suivant les procédures et les templates qui ont été élaborés dans ce cadre.

#### **2.1.6.1. Contrôles de production**

Les contrôles de production ont pu commencer en septembre 2017, quand les premiers produits ont été disponibles.

Pour rappel, avant la livraison des produits aux organisations bénéficiaires, l'AG procède à un contrôle quant à la conformité de ces produits par rapport : 1) aux prescriptions énoncées dans le cahier des charges et 2) à l'offre soumise par le fabricant.

Ces contrôles ont pour but, entre autres, de vérifier les emballages, de calculer les quantités produites et de prélever les échantillons par lot de production. Ces échantillons sont ensuite analysés dans un laboratoire où l'on vérifie que le produit a bien été élaboré en conformité avec les spécifications du cahier des charges.

Pour chaque lot de production d'un produit donné, un échantillon est prélevé par le contrôleur. Une analyse complète de cet échantillon est alors réalisée en laboratoire.

Après avoir pris connaissance des résultats des analyses – et pour autant que ces résultats démontrent la conformité du produit fini aux prescriptions énoncées – le SPP IS donne son accord au fabricant pour la livraison des produits concernés.

Comme pour la campagne 2016, l'AG a lancé un appel à marché pour désigner le laboratoire qui allait réaliser les tests (le 03/07/2017). L'AG a reçu 4 offres de laboratoires externes. C'est finalement le Laboratoire LAVETAN qui a été sélectionné pour exécuter le marché.

Le coût de ces analyses a été pris en charge par l'Assistance Technique (voir point 2.1.4.3.). En ce qui concerne la prise des échantillons, la même méthodologie que celle qui avait été mise en place en 2016 a été suivie (voir rapport annuel 2016 à ce sujet) : analyses effectuées

à 100 % sur tous les produits et prélèvement d'échantillons sur tous les lots mais tous les échantillons ne sont pas analysés dans leur intégralité.

Au total 292 échantillons de produits ont été analysés par le laboratoire en 2017.

Il s'agit de 205 échantillons de produits de la campagne 2016 (qui ont été analysés en 2017 par le laboratoire ECCA) et 87 échantillons des produits de la campagne 2017 (qui ont été analysés par le nouveau laboratoire LAVETAN).

En 2017 aucun problème majeur n'a été constaté sur les produits.

Les principaux problèmes constatés par l'AG lors des contrôles de production restent identiques à ceux qui avaient été exposés dans nos précédents rapports annuels: des problèmes de palettisation, des palettes parfois mal empilées, etc. Dans de tels cas, le fabricant concerné a toujours été contacté dans les plus brefs délais afin de remédier à la situation. Si nécessaire, le contrôleur a refusé des quantités. Ces quantités n'ont, par conséquent, pas reçu d'autorisation d'être livrées – et n'ont donc pas été payées.

#### **2.1.6.2. Contrôles des factures**

Le contrôle des factures s'est fait sur 100 % des factures reçues.

Pour rappel, pour chaque livraison facturée, l'adjudicataire du marché doit pouvoir présenter un document justificatif de la livraison. Ce document doit être signé par la personne qui réceptionne les produits. Les factures et les documents justificatifs correspondants ont également été contrôlés à 100%. Lorsque cela s'est avéré nécessaire, les documents justificatifs imprécis ont été vérifiés et les documents justificatifs manquants ont été réclamés. Si nécessaire, l'adjudicataire du marché a été invité à fournir une note de crédit.

Le tableau pour suivre l'ensemble des factures a été complété régulièrement pour chaque facture.

Pour la campagne 2017, les dates de livraisons ont été scrupuleusement vérifiées également (pour un suivi des éventuels dépassements de délais de livraison). Nous avons pu compter plusieurs livraisons hors délais, mais dans la plupart des cas, il s'agissait des cas justifiés, c'est-à-dire de livraisons tardives à la demande des bénéficiaires.

Pour les livraisons tardives qui ne pouvaient pas être justifiées, des pénalités de retard ont été appliquées pour un montant total de 1.807,64 euros.

#### **2.1.6.3. Contrôles des livraisons**

Durant l'année 2017, notre expert en contrôle de livraison a réalisé 48 contrôles dans le cadre de l'inspection des lots des campagnes suivantes:

Notre contrôleur a pu s'assurer de la conformité des lots pour la majorité des livraisons de la campagne 2016 et le début de la campagne 2017.

Pour la campagne 2016, plus de 5% des quantités livrées ont été contrôlées pour 17 lots sur les 19 prévus. Notre contrôleur a vérifié 9,61% des quantités livrées tout lot confondu.

Pour la campagne 2017, les livraisons étant encore en cours à l'heure actuelle, nous ne pouvons vous fournir les données finales mais à la fin du mois de mai 2018, notre agent a contrôlé 6,58% des quantités livrées tout lot confondu.

Pour rappel, l'objectif de l'autorité de gestion est de contrôler 5% des quantités livrées tout lot confondu.

Les contrôles ont porté sur les mêmes sujets que ceux de l'année 2016. Les templates ont néanmoins été revus afin que la formulation des questions corresponde mieux à la réalité et qu'ils soient plus complets.

Nous réalisons également depuis l'année 2017 une comparaison entre les quantités contrôlées lors des inspections sur le terrain et les bons de livraison joint à la facturation. Nous nous pouvons ainsi garantir la qualité de nos contrôles et pouvons prendre les mesures nécessaires en vue de corriger tout manquement au moment de la facturation.

#### **2.1.6.4. Contrôles des organisations**

Durant l'année 2016, deux campagnes se sont succédées. Si nous mettons en regard les contrôles de la campagne 2016 et ceux de la campagne 2017, nous comptabilisons un pourcentage d'organisations contrôlées de 21,25% [160 organisations contrôlées/753 commandes] pour la campagne 2016 et 21,98% [166 organisations contrôlées/755 commandes] pour la campagne 2017. Il est à noter que le nombre d'organisations à contrôler pour la campagne 2017 va être revu à la hausse. En effet, nous allons y rajouter les contrôles de suivi pour les organisations contrôlées pour la campagne 2016.

Le pourcentage de répartition des contrôles par risque et par campagne est le suivant :

Campagne 2016 : plus grandes organisations : 51 ; nouveaux agréments : 20 ; contrôle de suivi : 1 ; révision d'agréments : 35 ; Aléatoire : 53 (total = 160).

Campagne 2017 : plus grandes organisations : 50 ; nouveaux agréments : 19 ; contrôle de suivi : 19 ; révision d'agréments : 19 ; Aléatoire : 59 (total = 166).

Pour réaliser cette répartition, nous avons revu tant pour la campagne 2016 que pour la campagne 2017 une optimisation de notre analyse de risque.

Comme pour les campagnes précédentes, nous avons contrôlé toutes les organisations qui ont introduit une demande d'agrément. En effet, il est primordial que nous nous assurions que le règlement FEAD soit correctement appliqué dès le début de la collaboration. De plus, ce premier contact nous permet de rencontrer nos nouveaux partenaires et répondre à leurs questions en direct concernant le fonctionnement du FEAD.

Concernant les 50 plus grandes organisations, lors des campagnes précédentes, nous réalisons un classement des 50 organisations ayant commandé le plus de quantités d'un produit de

référence donné (par exemple : l'huile d'olive). Pour l'analyse de risque de la campagne 2016, nous avons réalisé ce classement sur base non plus d'un seul produit mais de tous les produits de la campagne. Cette vision a été complétée lors de l'analyse de risque de la campagne 2017 où nous n'avons plus travaillé en quantité mais en valeur monétaire. Nous contrôlons ainsi les 50 organisations travaillant avec le montant le plus élevé de produits FEAD ce qui correspond à environ 30% de la valeur des produits FEAD pour la campagne 2017.

L'augmentation d'agrément constitue également un risque. En effet, cette augmentation a un impact direct sur la gestion physique et administrative des produits FEAD. Lors de la campagne 2016, nous avons dû faire face à une demande importante de révision d'agrément. Nous avons dès lors choisi de ne contrôler que les organisations ayant introduit une demande d'augmentation d'agrément de plus de 30% de leur agrément initial. Pour la campagne 2017, nous avons à nouveau contrôlé l'ensemble des organisations ayant vu leur demande d'augmentation d'agrément acceptée.

Cet échantillon a été complété par des organisations choisies parmi celles n'ayant jamais été contrôlées de façon aléatoire pour la campagne 2016. Pour la campagne 2017, nous avons choisi ces organisations par ordre décroissant de la valeur des produits FEAD à leur disposition. Lors de ces choix, nous avons également pris en considération l'importance de la répartition du rôle linguistique lors des commandes.

#### *2.1.7. INFORMATION ET COMMUNICATION*

Durant l'année 2017, les actions suivantes ont été mises en place dans le cadre de l'article 19 du règlement (UE) 223/2014 relatif à l'information et à la communication.

- Le règlement 2017, présenté simultanément à la demande des commandes, stipule que le drapeau européen doit être affiché à tous les stades de la distribution. Le format minimal A3 a bien été mentionné. Cet aspect a également été contrôlé lors de chaque contrôle sur place (voir point 2.1.6.4.).
- Le logo de l'Union européenne a été représenté sur toutes les communications, avec la mention «Avec le soutien de l'Union européenne – le Fonds pour l'aide européenne aux plus démunis».
- Le rapport annuel de 2016 a été publié sur le site Internet du SPP IS. Par ailleurs, un résumé de chaque rapport annuel est en cours de publication sur notre site internet.
- Une liste de toutes les organisations qui ont bénéficié de l'aide du Fonds en 2014 en 2015, 2016 a été publiée sur le site Internet du SPP IS – en vertu de l'article 19, §2 du règlement. Cette liste est téléchargeable en suivant ce lien : [http://www.mi-is.be/sites/default/files/documents/liste\\_des\\_associations\\_et\\_quantites\\_de\\_produits\\_recus\\_2014\\_-\\_2015\\_-\\_2016\\_ok.xlsx](http://www.mi-is.be/sites/default/files/documents/liste_des_associations_et_quantites_de_produits_recus_2014_-_2015_-_2016_ok.xlsx). Les chiffres de 2017 seront publiés courant du mois d'août.
- L'AG a continué d'envoyer une lettre d'information mensuelle dans le cadre du FEAD. Comme l'année passée, notre lettre d'information a été envoyée à plus de 1700 adresse chaque mois. Les thèmes abordés restent similaires à ceux de l'année passée et



dépendent des besoins spécifiques de communication : informations en lien avec l'enquête structurée, informations pratiques, rappel des règles à respecter, etc.

- L'AG a été active dans le cadre du FEAD Network et 2 bonnes pratiques belges ont été publiées dans la brochure «FEAD case studies» : le projet Soreal (solidarite Réseau Alimentaire) d'une part et l'organisation de tests organoleptiques pour la sélection de produits (Autorité de Gestion) d'autre part (« Taste tests to improve the public procurement of pre-prepared food »).
- L'AG a mené à bien et soumis l'enquête structurée sur les bénéficiaires finaux (voir aussi point 1.2.9).

#### *2.1.8. OPTIMISATION DU SYSTEME ACTUEL ET PREPARATIONS POUR L'ANNEE 2018*

Le SPP IS cherche constamment à concevoir des solutions budgétaires afin de structurer l'aide matérielle destinée aux enfants vivant dans des situations de pauvreté tel que spécifié dans le PO.

Comme les années précédentes, le processus de consultation avec les principaux secteurs de l'aide alimentaire a continué tout au long de l'année 2017. Ces consultations ont été organisées tous les deux/trois mois invitant tous les principaux acteurs de l'aide alimentaire en Belgique: la Fédération belge des Banques alimentaires, la Croix-Rouge, la Fédération des Services Sociaux (FDSS), le Réseau belge de Lutte contre la Pauvreté (BAPN), les associations des villes et communes, Komosie, Level IT et plusieurs experts du vécu de la pauvreté et de l'exclusion sociale.

En 2017, les réunions du groupe de réflexion ont eu lieu aux dates suivantes: 23/03/2017, 08/06/2017, 11/09/2017 et 01/12/2017.

Le but de ces réunions reste inchangé : partager l'information concernant les principales activités menées dans le cadre du FEAD. Ces réunions sont également le berceau de nouvelles idées, d'échange de difficulté, etc.

En 2017 nous avons continué le travail entamé en 2016 avec les représentants de la grande distribution. Pour rappel, à partir de 2016 et partant du constat que les problématiques sont identiques pour tout le monde et dans une optique d'aide alimentaire cohérente et concertée, l'AG a réuni tout au long de l'année 2017 tous les acteurs de la grande distribution et de l'aide alimentaire pour essayer de faire émerger des solutions communes.

##### **2.1.8.1. La liste des produits**

Un grand travail a été effectué afin d'améliorer la liste des produits pour l'année 2017. Voir le point 2.2.3.

##### **2.1.8.2. Les frais de transport**

Dès le début du FEAD en Belgique, les frais de transport élevés ont été le talon d'achille de la mise en œuvre.

Pour rappel, les frais de transport sont repris dans l'appel d'offres pour l'achat de denrées alimentaires (ils sont inclus dans le prix proposé par les fabricants). Ces frais étaient élevés du fait que certaines organisations étaient livrées directement 'à domicile' et non pas via les banques alimentaires ou un autre entrepôt.

Depuis 2015, l'AG était à la recherche de solutions pour remédier à ce problème. Des solutions intermédiaires ont été trouvées en 2015 et 2016. Grâce aux efforts de certains partenaires (la Fédération belge des banques alimentaires, Alimen't, l'ODC Anvers, ...), le nombre de points de livraison a pu être progressivement diminué, voir aussi les rapports annuels précédents.

Dans ce cadre et afin de trouver une vraie solution structurelle, il a été décidé, en concertation avec les partenaires, de modifier le programme opérationnel afin de pouvoir utiliser le forfait prévu dans l'article 26, § 2 c du Règlement (UE) n° 223/2014 du Parlement européen et du Conseil du 11 mars 2014 relatif au Fonds européen d'aide aux plus démunis.

En utilisant ce forfait, l'AG a souhaité mettre en place des points centraux de stockage géré par des organisations relais et ainsi diminuer les coûts de transport et optimiser les livraisons.

La demande formelle pour modifier le programme opérationnel a été soumise à la Commission européenne en août 2017. En septembre 2017, l'AG a reçu l'approbation formelle de la part de la Commission européenne.

Suite à cette approbation, l'AG a établi 4 conventions avec les 4 grandes organisations relais afin de mettre en place un nouveau système de livraison. Ce nouveau système de livraison élimine les livraisons à domicile par les fabricants eux-mêmes. Tous les produits sont réceptionnés par les 4 grands entrepôts qui assurent, en échange du forfait, la redistribution vers toutes les organisations partenaires qui, à leur tour, assurent la distribution aux plus démunis.

Les 4 grands entrepôts ont de l'expérience dans la réception, le stockage et le réacheminement de denrées alimentaires et se sont portées candidates. Il s'agit de:

- La Fédération belge des banques alimentaires qui travaille avec un partenaire logistique externe pour réaliser la tâche. La fédération reçoit environ 80% des denrées alimentaires disponibles et distribue les aux organisations partenaires agréées et CPAS sur presque toute la Belgique.
- La Croix Rouge de Belgique qui assure l'approvisionnement des organisations Croix Rouge en Belgique.
- L'ODC Anvers, l'entrepôt central du CPAS d'Anvers, assure les livraisons chez les organisations partenaires agréées dans la ville d'Anvers.
- Le dépôt Alimen't assure l'approvisionnement des CPAS dans la province de Luxembourg.

Le changement dans le système de livraison n'a pas seulement eu une influence sur le nombre de points de livraison. Suite à ce changement, les livraisons ont pu être davantage étalées dans

le temps et plusieurs produits ont été livrés en 2 ou 3 fois (au lieu d'une seule fois en 2016). Ainsi les organisations partenaires agréées ont reçu des flux plus variés et constants de denrées alimentaires.

De plus, nous sommes d'avis que ces cahiers des charges attireront davantage de soumissionnaires étant donné que l'aspect logistique d'avant (264 points de livraison) était considéré comme un obstacle pour de nombreux soumissionnaires potentiels.

#### *2.1.9. ENQUETE STRUCTUREE*

A la demande de la Commission européenne, une enquête a été menée en Belgique auprès des bénéficiaires de l'aide alimentaire provenant du FEAD entre le 31 janvier 2017 et le 15 novembre 2017. L'autorité de gestion, a réalisé cette enquête en étroite collaboration avec ses partenaires. Au total, 403 organisations partenaires ont procédé à 1.164 enquêtes effectuées auprès des bénéficiaires finaux de l'aide alimentaire au titre du FEAD. Les travaux préparatifs ont commencé dès 2016.

Les questions de l'enquête ont été imposées par la Commission européenne afin que les résultats des différents états membres puissent être comparés. En plus de ces questions, le SPP IS a saisi l'occasion offerte par cette enquête pour ajouter une question supplémentaire afin d'obtenir un avis direct des bénéficiaires par rapport aux produits FEAD distribués. Ceci dans le but d'identifier et d'ajuster la production sur la base des besoins spécifiques exprimés (allergies, nécessité d'une aide matérielle, etc.).

Au travers de l'analyse des résultats obtenus dans le cadre de cette enquête, il apparaît que le FEAD, par la distribution de produits et de denrées alimentaires atteint les groupes les plus vulnérables.

Pour les trois quarts des bénéficiaires ayant répondu à l'enquête, l'aide ou l'assistance fournie au titre du FEAD, s'agissant principalement d'une aide sous forme de colis alimentaires, a réellement changé «quelque chose» pour eux-mêmes ou pour leur ménage. Le terme «quelque chose» doit être interprété comme un changement positif dans leur vie quotidienne. Parmi les bénéficiaires ayant répondu être insatisfaits par les produits issus du FEAD, un peu moins de 15% le sont en raison de la qualité des denrées alimentaires. La majorité de ce groupe critique le manque de diversité des produits et expriment le besoin de davantage de protéines ainsi que de produits frais. Ils pointent également le manque des produits de première nécessité.

La plupart des bénéficiaires ayant répondu à l'enquête indiquent que l'aide alimentaire leur sera à nouveau nécessaire la semaine suivante ou dans le mois à venir. Ce n'est pas le seul élément témoignant du degré de besoin de ces personnes démunies et de la nécessité de l'aide apportée à travers les denrées produites par le FEAD. En effet, d'après ces résultats, environ un cinquième des bénéficiaires n'étaient, il y a un an, déjà pas en mesure d'acheter les denrées alimentaires ou biens dont ils bénéficient actuellement au titre du FEAD. Ceci traduit que pendant plus d'un an, ces usagers vivent dans une situation précaire où l'accès à un régime alimentaire équilibré de base dépend de la distribution de l'aide alimentaire financée dans ce cas-ci par le FEAD.

Cette enquête structurée a permis d'établir un profil plus précis des bénéficiaires finaux qui représentent une part significative des personnes les plus démunies en Belgique.

Tout d'abord, il apparaît qu'un peu moins de la moitié (43,87%) des bénéficiaires interrogés s'avèrent être des parents isolés, que l'on peut également appeler familles monoparentales. Pour rappel, selon l'enquête EU-SILC de 2016, le risque de pauvreté pour ces ménages monoparentaux s'élève à 41,4%. Parmi ces parents isolés, 78,74% sont de sexe féminin. Ce groupe est extrêmement vulnérable car les femmes à la tête de familles monoparentales courent plus de risques de se retrouver en situation de pauvreté et de précarité.

On observe également que parmi les 1.154 personnes ayant répondu à la question sur les revenus, 88% d'entre elles n'exercent pas de travail rémunéré. La plupart de ces bénéficiaires sans profession rémunérée sont d'ailleurs des femmes, âgées entre 25 et 64 ans et possédant le statut de parent isolé.

Une autre catégorie de personnes plus vulnérables bénéficiant de l'aide au titre du FEAD est celle des individus n'ayant accès à aucune ressource financière. En effet, 13% des personnes ayant répondu ne pas avoir de travail rémunéré, ne perçoivent pas d'autres revenus ou allocations. Ils ne bénéficient donc en principe, sous aucune forme et d'aucune manière, des ressources financières leur permettant de répondre à leurs besoins.

Une part conséquente des bénéficiaires se compose de ménages sans profession. Dans 88% des cas, les bénéficiaires ayant répondu à cette question indiquent que tout comme eux, les autres membres figurant au sein du ménage n'exercent pas de profession rémunérée. Cela reflète donc que la majorité des bénéficiaires du FEAD n'ont pas d'activité professionnelle et répondent aux besoins du ménage à partir d'autres revenus ou d'allocations tels que les allocations de chômage, le revenu d'intégration sociale, les allocations familiales, les indemnités de défraiement, les indemnités d'incapacité de travail, etc.

Par ailleurs, les résultats de l'enquête montrent qu'au total, environ trois quart des bénéficiaires ayant répondu sont de nationalité belge, le quart restant sont de nationalité étrangère. Les résultats de l'analyse EU-SILC 2016 en Belgique montrent que, pour les personnes nées en Belgique, le risque de se retrouver en situation de précarité et pauvreté s'élève à 11% tandis que, pour les personnes nées en dehors de la Belgique, ce risque s'élève à 33%. Pour les personnes nées en dehors de la Belgique le risque est donc trois fois plus élevé. Cette analyse est en cohérence avec les résultats obtenus à travers cette enquête puisque cette catégorie représente 27% des bénéficiaires de l'aide au titre du FEAD et a donc recours à l'aide alimentaire pour faire face à sa situation de précarité et de pauvreté.

Au-delà des personnes d'origine étrangère, sur l'ensemble des bénéficiaires interrogés, environ 12% d'entre eux ont répondu être demandeurs d'asile ou réfugiés avec une nationalité provenant d'un pays ne faisant pas partie de l'Union européenne. Sur l'ensemble des bénéficiaires possédant une nationalité étrangère issue d'un pays tiers, 61% se définissent comme étant réfugiés ou demandeurs d'asile.

Parmi les bénéficiaires ayant répondu à l'enquête, 96% d'entre eux indiquent avoir un logement, réduisant le nombre de sans-abris bénéficiant de l'aide au titre du FEAD à un peu moins de 4%. A cela s'ajoute 1,5% ayant répondu vivre dans une maison en ruine ou un « taudis ». Il ne s'agit donc pas, au niveau des pourcentages obtenus, d'une catégorie ayant principalement recours à l'aide fournie par le FEAD en Belgique mais elle est tout de même présente et non-négligeable.

Des familles démunies sont bénéficiaires en grand nombre de l'aide distribuée au titre du FEAD. Près de la moitié des usagers (46,11%) indiquent que les denrées alimentaires reçues sont consommées par plusieurs personnes au sein du ménage, y compris la personne ayant fait la démarche d'aller se procurer les denrées. Le profil des membres du ménage consommant également les produits FEAD reçus est composé à 59,69% d'individus ayant moins de 16 ans, il s'agit donc bien principalement de familles.

Il est à noter que 82% des bénéficiaires ayant répondu à l'enquête ne reçoivent pas d'aide ou d'assistance de la part d'autres organisations. Ce qui veut dire que pour cette grande majorité d'usagers, les produits du FEAD sont l'unique ressource à laquelle ils font appel en vue de pallier le manque de denrées alimentaires.

Cependant, le FEAD n'est pas le seul acteur et s'inclut dans le système national d'atténuation de la pauvreté. Les résultats de l'enquête montrent que la plupart des organisations partenaires fournissent également une assistance matérielle non cofinancée par le FEAD aux bénéficiaires finaux. En effet, 58,06% d'entre elles distribuent des colis alimentaires en complément aux produits du FEAD, provenant d'autres sources. D'autres distribuent des repas ou mettent à disposition des biens destinés aux enfants ou à des sans-abris.

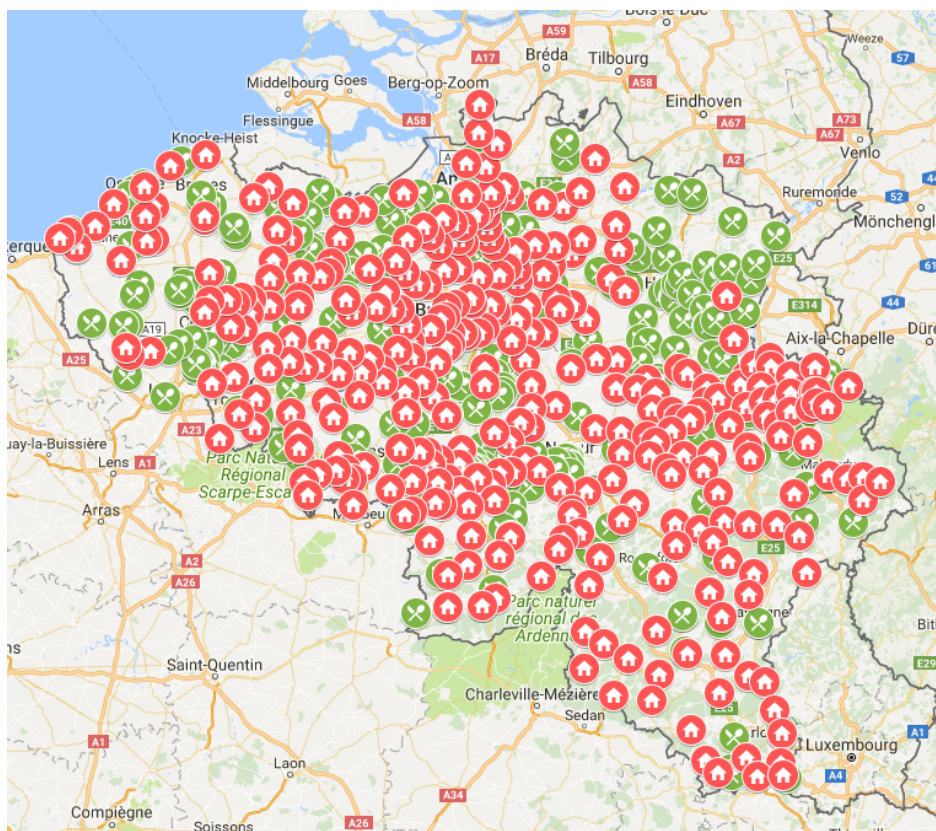
Quant au relai permettant d'aider les bénéficiaires finaux à aller plus loin vers l'inclusion, il est assuré par les organisations partenaires. En effet, celles-ci, en plus de fournir les denrées alimentaires, offrent différents types d'accompagnements aux bénéficiaires finaux lorsqu'ils reçoivent l'aide ou l'assistance apportée par le FEAD. Grâce aux conclusions de cette enquête, il apparaît que dans 75,68% des cas, les organisations offrent une réorientation vers les services compétents, tels que les services sociaux et administratifs. Des conseils sont également fournis en matière de préparation, stockage et de non-gaspillage des denrées alimentaires, sous forme d'ateliers culinaires ou d'activités éducatives.

Les résultats de l'enquête nous permettent également de voir qu'un tiers des organisations conseillent les bénéficiaires finaux en matière de gestion du budget d'un ménage et un peu moins d'un quart offre un accompagnement individuel. Par ailleurs, un cinquième des organisations offrent des conseils en matière d'hygiène personnelle ainsi qu'un soutien psychologique et thérapeutique.

Près de 80%, donc une grande majorité des bénéficiaires de l'aide au titre du FEAD ayant répondu à l'enquête indiquent n'avoir rencontré aucune difficulté à accéder à l'aide. La part restante a toutefois dû faire face à divers obstacles concernant principalement les documents requis, la distance géographique et les barrières psychologiques. Bien que la charge administrative soit réduite au strict minimum dans le cadre du FEAD, nous constatons que

certaines obstacles – notamment ceux qui sont relatifs aux documents administratifs – sont parfois perçus comme un frein pour une petite part de la population. Les denrées produites au titre du FEAD devant être exclusivement réservées aux plus démunis (toute personne vivant sous le seuil de pauvreté), les organisations ou les CPAS sont contraints de demander aux bénéficiaires des documents administratifs afin de connaître leurs statuts et ressources. Cet obstacle fait donc partie de la procédure d'identification des plus démunis.

Nous supposons que la distance géographique présentée comme un obstacle est liée au fait que dans le cas où l'organisation n'organise pas de livraison au domicile, les bénéficiaires doivent se déplacer pour recevoir les vivres. Cependant nous veillons à ce que la distribution des produits au titre du FEAD s'étend sur le territoire national à travers beaucoup de points de distributions. La carte ci-dessous reprend l'ensemble des organisations distribuant des denrées alimentaires issues de l'aide au titre du FEAD.



Au niveau des barrières psychologiques, sachant que les associations distribuent les denrées FEAD à un public démuné et donc plus précarisé et sensible, le service FEAD veille à endiguer le sentiment de honte pouvant être ressenti par les usagers. Par exemple, il y a quelques années nous avons décidé de changer les emballages de manière à ce qu'ils soient davantage similaires à ce qui se vend en grande surface. Ceci dans l'objectif que l'apparence du produit soit moins stigmatisante pour les bénéficiaires. Voici des photos témoignant de l'évolution des emballages :



*Evolution des emballages des produits FEAD*

D'après les feedbacks reçus par les organisations, il semblerait que ce soit surtout le premier contact qui est particulièrement difficile pour les bénéficiaires. Les organisations mettent en place différentes choses en vue de contourner cet obstacle, notamment à travers l'organisation d'ateliers ainsi que de moments d'échanges, ou par le simple fait d'offrir un café au moment de la distribution.

D'autres exemples de ce type nous permettraient par exemple d'évaluer le poids de la charge administrative ou encore de déterminer la qualité et la quantité des livraisons des produits, des produits distribués et des emballages FEAD. Nous intégrerons ces questions dans la prochaine enquête de satisfaction que nous réaliserons (une partie spécifique sera réservée au FEAD et à ses actions).

Pour encore mieux cibler l'impact auprès des bénéficiaires, il aurait été intéressant que certaines questions spécifiques puissent être ajoutées par l'état membre. Par exemple, pour la Belgique, nous aurions pu saisir l'occasion offerte par cette enquête pour poser des questions en vue d'en savoir plus sur la qualité des relations qu'entretiennent nos partenaires. A titre d'exemples :

- Comment qualifiez-vous la qualité de vos relations avec les banques alimentaires, les CPAS, les autres associations ?
- Que pensez-vous des moyens de communication du FEAD, à savoir : le site web, les médias sociaux et les journées d'informations, la newsletter Echo FEAD ?

Les résultats de cette enquête nous ont donné l'opportunité d'accéder à des informations utiles quant à l'évaluation de nos interventions, au fonctionnement des organisations partenaires, ainsi qu'aux profils et aux ressentis des bénéficiaires de denrées produites et distribuées au titre du Fonds Européen d'Aide aux plus Démunis. La seconde enquête structurée prévue pour 2022 ne pourra pas être faite en Belgique. Les distributions des produits au titre du FEAD ayant débuté en 2014, notre dernière campagne se déroulera en

2020. Par conséquent, il n'y aura en principe plus de produits FEAD de la campagne 2020 en circulation en 2022. Il sera donc difficile de réaliser une nouvelle enquête structurée en 2022.

Mesurer l'impact des actions est très important pour mettre en œuvre des améliorations. Au terme de cette enquête structurée, la suggestion que nous formulons est donc la suivante : que dans un futur FEAD, des enquêtes comme celle-ci soient organisées plus fréquemment, tous les deux ans par exemple.

## 2.2. INFORMATION SUR L'EVALUATION DES ACTIONS EN TENANT COMPTE DES ARTICLES 5(6), 5 (11), ET LE CAS ECHEANT, 5(13) DU REGLEMENT (UE) N 223/2014.

### 2.2.1. ARTICLE 5 (6) – LE RISQUE DE DOUBLE FINANCEMENT

Il n'existe aucun risque de double financement avec le Fonds social européen. En effet, comme cela est stipulé dans le programme opérationnel, le financement de 5% prévu pour les mesures d'accompagnement n'est pas utilisé.

Quant aux autres mesures d'accompagnement pertinentes, le risque de double financement est également inexistant. En effet, il n'y a pas d'autre utilisation des fonds que celle de l'achat de denrées alimentaires (l'achat étant géré exclusivement par l'AG) et l'assistance technique. Il n'y a pas de transfert d'argent entre l'AG et les organisations partenaires agréées.

### 2.2.2. ARTICLE 5 (11) – ÉGALITE ENTRE LES HOMMES ET LES FEMMES

L'AG rappelle régulièrement que l'égalité entre les femmes et les hommes constitue l'un des principes fondateurs de l'Union européenne: « *L'égalité est l'une des cinq valeurs sur lesquelles l'Union européenne est fondée. L'Union est tenue de promouvoir l'égalité entre les hommes et les femmes dans toutes ses actions (Articles 2 et 3 TUE, article 8 TFUE). La Charte des droits fondamentaux de l'Union européenne institue cette égalité et interdit toute discrimination fondée sur le sexe.*» (Source: [http://ec.europa.eu/justice/gender-equality/files/strategy\\_equality\\_women\\_men\\_fr.pdf](http://ec.europa.eu/justice/gender-equality/files/strategy_equality_women_men_fr.pdf))

L'AG rappelle donc régulièrement aux organisations et CPAS que la distribution de produits FEAD doit être accessible à toute personne vivant sous le seuil de pauvreté et que les organisations et CPAS doivent en prévenir toute discrimination et assurer l'égalité entre les hommes et les femmes.

Nous rappelons par ailleurs que les critères d'éligibilité à l'aide reposent sur le seuil de pauvreté et sont donc objectifs. Cela permet d'éviter toute discrimination liée au sexe ou à l'origine de la personne bénéficiant de l'aide.

### 2.2.3. ARTICLE 5 (13) – CRITERES OBJECTIFS / ASPECTS CLIMATIQUES ET ENVIRONNEMENTAUX DANS LE CHOIX DE L'AIDE ALIMENTAIRE

#### 2.2.3.1. Liste de produits 2017



Une nouvelle liste de produits a été élaborée pour l'année 2017. Comme chaque année, elle est le fruit d'un travail de fond réalisé en partenariat avec différents experts dans le but d'améliorer la qualité des produits proposés (au niveau nutritionnel tout en s'inscrivant dans le cadre d'une alimentation saine et durable). Les améliorations apportées sont les suivantes :

- Il a été décidé d'ajouter un nouveau produit : le café (demande du terrain)
- Il a été décidé d'intégrer un produit BIO : les pâtes (spaghetti)
- Il a été décidé de continuer à intégrer des protéines végétales en proposant cette année des haricots blancs (en remplacement des lentilles en 2015 et des pois chiches en 2016).
- De manière à proposer une alternative saine pour les enfants, nous avons introduit un nouveau produit : les galettes de maïs. En effet, ces dernières peuvent se manger aussi bien avec du sucré que du salé et peuvent convenir comme collation.
- Un nouveau produit sain a également été introduit : les fruits secs.
- De nouveau, cette année, les spécifications techniques de certains produits incluaient des critères durables : c'était le cas de la salade de riz au thon (issu de la pêche durable), des céréales (sans aucune trace d'OGM) ou de l'huile d'olive qui devait être produite, transformée et élaborée dans le même pays.
- Tous les produits proposés ont un «système d'ouverture facile» ne nécessitant pas d'ouvre-boite.

La liste de produits proposés en 2017 comprenait les 22 produits suivants:

Lot 1: Lait demi-écrémé UHT

Lot 2: Maquereaux à l'huile d'olive

Lot 3: Salade de riz au thon issu de la pêche durable

Lot 4: Farine de blé

Lot 5: Café moulu 100% arabica issu du commerce équitable

Lot 6: Pâtes: spaghetti biologiques

Lot 7: Pâtes: Coquillettes

Lot 8: Riz

Lot 9: Tomates pelées concassées en cubes

Lot 10: Haricots verts entiers très fins

Lot 11: Macédoine de légumes

Lot 12: Haricots blancs

Lot 13: Mousseline de pommes

Lot 14: Fromage fondu à tartiner

Lot 15: Confiture aux 4 fruits rouges

Lot 16: Huile d'olive

Lot 17: Galettes de maïs sans OGM

Lot 18: Chocolat noir issu du commerce équitable

Lot 19: Pétales de blé aux copeaux de chocolat

Lot 20: Fruits secs

Lot 21: Poulet aux olives et citrons

Lot 22: Boulettes sauce tomate

Pour information, le tableau ci-dessous fournit la comparaison de la liste des produits de 2017 par rapport à la liste des produits de 2014, 2015 et de 2016.

<b>Produits 2014</b>	<b>Produits 2015</b>	<b>Produits 2016</b>	<b>Produits 2017</b>
Lait demi-écrémé	Lait demi-écrémé	Lait demi-écrémé	Lait demi-écrémé
Saumon en conserve	Sardines à l'huile d'olive	Maquereaux à l'huile d'olive	Maquereaux à l'huile d'olive
Filets de maquereau à la sauce tomate	Lentilles	Pois chiches	Haricots blancs
Carbonnades de bœuf	Poulet en sauce	Poulet en sauce	Poulet aux olives et citron
Macaronis	2 types de pâtes: spaghetti et spirelli	Pâtes : Penne	Pâtes : spaghetti biologiques
Flocons de pommes de terre	Semoule	Pâtes Farfalle	Pâtes : coquillettes
Tomates pelées	Tomates pelées	Tomates pelées	Tomates pelées
Petits pois et carottes	Haricots verts très fins	Haricots verts très fins	Haricots verts très fins
Champignons	Fromage fond de type vache qui rit	Fromage fond de type vache qui rit	Fromage fond de type vache qui rit
Cocktail de fruit au sirop léger	Mousseline de pommes	Mousseline de pommes	Mousseline de pommes
Huile d'arachide	Huile d'olive	Huile d'olive	Huile d'olive
Confiture extra aux quatre fruits rouges	Confiture de fraises	Confiture de fraises	Confiture aux 4 fruits rouges
Céréales pour petit-déjeuner (blé soufflé enrobé de miel)	Pétales de maïs sucrés	Farine de blé	Farine de blé
Poudre de pudding à la vanille	Pétales de blé au chocolat	Pétales de blé au chocolat	Pétales de blé aux copeaux de chocolat
	Chocolat au lait (tablettes)	Chocolat noir issu du commerce équitable	Chocolat noir issu du commerce équitable
		Soupe de tomates-légumes au bouillon de légumes	Boulettes sauce tomate
		Salade de Riz au thon	Salade de Riz au thon
		Sucre blanc	Fruits secs
		Riz	Riz
		Macédoine de légumes	Macédoine de légumes
		Biscuits secs «petits beurre»	Galettes de maïs

### 2.2.3.2. Un exemple : aspects climatiques et environnementaux

L'organisation Cœur en cordée de Saint Vincent de Paul a conclu un accord avec un représentant du parti Ecolo de sa région. L'organisation stocke ses cartons et papiers des colis FEAD et invitent ses bénéficiaires à leur déposer leur déchet carton et papier. Quand le stock est assez important, le représentant Ecolo se charge du transfert vers l'entreprise ALVIN [<http://www.alvin-recycling.be/>]. Le lot est pesé et l'organisation est rémunérée en fonction des déchets quelle remet.

### 2.2.3.3. Liste de produits 2018

En septembre/octobre 2017, l'AG a entamé les préparatifs pour l'exercice 2018, avec notamment l'adaptation de la liste de produits. Pour la campagne 2018 l'AG a décidé de ne pas apporter de gros changements à la liste de produits. En effet, le temps d'avoir le retour du terrain (certains produits de la campagne 2017 sont distribués encore en mai, juin, juillet 2018), nous avons estimé plus raisonnable de maintenir la liste de produit sur deux ans.

L'AG a de toute façon de nouveau veillé à suivre les conseils de plusieurs experts en alimentation et en développement durable (SPF Santé publique, Sécurité de la chaîne alimentaire et Environnement).

La liste des produits n'a été que légèrement changée. Les galettes de maïs et les céréales ont été remplacées par des mueslis aux fruits secs et les haricots blancs par des haricots rouges (variété).

Pour élaborer cette liste, et comme chaque année, plusieurs éléments ont été pris en compte: le retour du terrain, la qualité nutritionnelle, la durabilité, l'indice glycémique, etc. (voir aussi rapports annuels précédents).

Les «produits phares» ont bien entendu été conservés: le lait, les tomates, les pâtes, les haricots verts, etc.

Si la liste de produits est restée semblable à celle de l'année précédente, de nombreux changements ont été introduits dans le cahier des charges. En effet, le SPP IS a voulu faire appel à une expertise extérieure afin d'évaluer les possibilités de renforcer l'impact environnemental et social des achats que nous effectuons en établissant des recommandations sur des clauses et des dispositions à insérer dans les marchés afin de renforcer les dimensions environnementales et sociales. Cela sera développé dans le détail dans le rapport annuel 2018 (à soumettre en juin 2019).

## 2.3. INDICATEURS COMMUNS

### 2.3.1. INDICATEURS DE RESSOURCES

Identifiant de l'indicateur	Nom de l'indicateur	Unité de mesure	2014	2015	2016	2017
(1)	Montant total des dépenses publiques éligibles approuvé dans les documents fixant les conditions du soutien aux opérations	EUR	12.695.237,36€  11.871.000,00€ (montant appel à marché 2014) + 712.260,00€ (coût TVA 6%) + 111.977,36€ (assistance technique)	13.282.352,12€  12.092.000,00€ (montant appel à marché 2015) + 725.520,00€ (coût TVA 6%) + 464.832,12€ (assistance technique)	11.096.510,27€  10.067.924,53€ (montant appel à marché 2016) + 604.075,47€ (coût TVA 6%) + 424.510,27€ (assistance technique)	14.075.586,71€  12.550.188,86€ (montant appel à marché 2017) + 753.011,32€ (coût TVA 6%) + 289.817,25€ (forfait 5%) + 482.569,46€ (assistance technique)
(2)	Montant total des dépenses publiques éligibles engagées par les bénéficiaires et effectuées au cours de l'exécution des opérations dont,	EUR	9.799.065,01€	6.170.520,51€	12.970.034,41€	12.625.165,73€
(2a)	Montant total des dépenses publiques éligibles engagées par les bénéficiaires et effectuées au cours de l'exécution des opérations de distribution de l'aide alimentaire	EUR	9.687.087,650e	5.705.688,39€	12.545.524,14€	12.142.596,27€
(2b)	Montant total des dépenses publiques éligibles engagées par les bénéficiaires et effectuées au cours de l'exécution des opérations liées à la fourniture d'une assistance	EUR	0	0	0	0

	matérielle de base					
(3)	Montant total des dépenses publiques éligibles déclarées à la Commission	EUR	0	0	18.814.832,10€ 12.679.496,90€ (DC1) + 6.135.335,20€ (DC2)	17.468.341,37€ 7.038.003,20€ (DC4) + 10.430.338,17€ (DC6)

### 2.3.2. INDICATEURS DE REALISATION RELATIFS A L'AIDE ALIMENTAIRE DISTRIBUEE

Identifiant de l'indicateur	Nom de l'indicateur	Unité de mesure	2014	2015	2016	2017	2018
(4)	Quantité de fruits et de légumes	Tonne	516,24	1.101,01	1.198,10	2.422,21	
(5)	Quantité de viandes, œufs, poissons et fruits de mer	Tonne	582,28	389,75	249,56	256,40	
(6)	Quantité de farine, pain, pommes de terre, riz et autres produits riches en amidon	Tonne	775,66	1.078,81	2.252,19	3.640,44	
(7)	Quantité de sucre	Tonne	0	0	0	488,31	
(8)	Quantité de produits laitiers	Tonne	2.153,95	3.177,44	1.815,73	3.893,09	
(9)	Quantité de graisses, d'huile	Tonne	131,58	142,87	422,70	420,50	
(10)	Quantité de plats cuisinés, autres denrées alimentaires (qui ne relèvent pas des catégories susmentionnées)	Tonne	449,23	791,73	599,55	1.637,94	
(11)	Quantité totale de l'aide alimentaire distribuée	Tonne	4.608,95	6.681,61	6.537,83	12.758,89	
(11a)	Pourcentage des denrées alimentaires pour lesquelles seuls le transport, la distribution et le stockage ont été payés par le PO	%	0	0	0	0	
(11b)	Pourcentage des denrées alimentaires cofinancées par le FEAD, par rapport	%	50	50	50	50	

	au volume total de nourriture distribué par les organisations partenaires						
(12)	Nombre total de repas distribués et financés totalement ou partiellement par le PO	Chiffre	1.570.522	1.136.460	1.111.363	978.223	
(13)	Nombre total de colis alimentaires distribués et financés totalement ou partiellement par le PO	Chiffre	1.377.488	1.695.777	1.702.987	1.789.069	

### 2.3.3. INDICATEURS DE RESULTAT RELATIFS A L'AIDE ALIMENTAIRE DISTRIBUEE

Identifiant de l'indicateur	Nom de l'indicateur	Unité de mesure	2014	2015	2016	2017
(14)	Nombre total de personnes bénéficiant d'une aide alimentaire	Chiffre	225.549	273.121	300.526	311.205
(14a)	Nombres d'enfants âgés de 15 ans ou moins	Chiffre	61.168	70.143	75.824	88.141
(14b)	Nombre de personnes âgées de 65 ans ou plus	Chiffre	14.892	19.241	15.782	21.980
(14c)	Nombre de femmes	Chiffre	69.589	89.980	87.331	98.913
(14d)	Nombre de migrants, participants d'origine étrangère, personnes appartenant à des minorités (y compris des communautés marginalisées telles que les Roms)	Chiffre	87.018	99.111	93.466	102.269
(14e)	Nombre de personnes handicapées	Chiffre	5.013	5.858	10.611	9.788
(14f)	Nombre de sans-abri	Chiffre	21.349	11.021	10.378	20.414

### 2.3.4. INDICATEURS DE SORTIE RELATIFS A L'AIDE MATERIELLE DE BASE FOURNIE

Pas applicable.

### 2.3.5. INDICATEURS DE RESULTAT RELATIFS A L'AIDE MATERIELLE DE BASE FOURNIE

Pas d'application.

## II. RAPPORTS PRESENTES EN 2017, 2022 ET RAPPORT FINAL D'EXECUTION

### 3. CONTRIBUTION A LA REALISATION DES OBJECTIFS SPECIFIQUES ET GLOBAUX DU FEAD

#### 3.1. *INFORMATION ET EVALUATION DE LA CONTRIBUTION A LA REALISATION DES OBJECTIFS SPECIFIQUES ET GLOBAUX DU FEAD, TELS QUE SPECIFIES DANS L'ARTICLE 3 DU REGLEMENT (UE) N° 223/2014*

**N/A**

### III. ANNEXES

Annexe I Indicateurs de résultat

Annexe II Indicateurs de réalisation

### IV. ANNEXE: RÉSUMÉ DES OBSERVATIONS DES PARTIES PRENANTES CONCERNÉES CONFORMÉMENT À L'ARTICLE 13, PARAGRAPHE 2, DU RÈGLEMENT (UE) N°223/2014

Comme prévu dans le règlement, l'AG a soumis le projet de rapport annuel à tous ses partenaires.

Concrètement, le rapport a été envoyé à la Fédération belge des Banques alimentaires, la Croix-Rouge, la Fédération des Services Sociaux (FDSS), le Réseau belge de Lutte contre la Pauvreté (BAPN), Level IT, Komosie, Welzijnsschakels, notre cellule stratégique et les associations des villes et communes.

Nous avons demandé une réponse au plus tard pour le 02/07/2018.

Nous n'avons reçu ni commentaires ni remarques.

### V. LISTE DES ABREVIATIONS UTILISEES

AA Autorité d'audit

AG Autorité de gestion

AC Autorité de certification

BIRB Bureau d'Intervention et de Restitution Belge

AFSCA	Agence fédérale pour la sécurité de la chaîne alimentaire
FBBA	Fédération Belge des Banques Alimentaires
FDSS	la Fédération des Services Sociaux
FEAD	Fund of European Aid to the Most Deprived – Fonds européen d'aide aux plus démunis
PO	Programme opérationnel
SPP IS	SPP Intégration sociale
CE	Commission européenne