



# MARQUE COLLECTIVE

## « BRASSEUR INDEPENDANT »

<u>Rédacteurs</u> : membres de la commission Éthique et label	<u>Approbateur</u> : Président du SNBI	<b>Version 1</b> <u>Rédigée le</u> : 05/04/2018 <u>Mise à jour</u> :
---	--	--

# CAHIER DES CHARGES

## MARQUE COLLECTIVE « BRASSEUR INDÉPENDANT »

### Table des matières

Table des matières.....	2
1. PRESENTATION .....	<b>Erreur ! Signet non défini.</b>
1.1. Introduction .....	3
1.2. Rôle du SNBI .....	3
1.3. Principes fondateurs.....	3
1.4. Le pilotage de la marque collective au sein du SNBI .....	4
2. TYPES D'ENTITÉS ÉLIGIBLES .....	4
3. PROCESSUS D'ADHESION A LA MARQUE COLLECTIVE.....	5
3.1. La demande .....	5
3.2. La validation du dossier .....	5
3.3. La convention d'usage .....	5
4. CRITERES DE CONTROLE POUR L'OBTENTION DE L'USAGE DE LA MARQUE .....	5
4.1. Exigences d'indépendance .....	5
4.2. Exigences métier.....	6
4.3. Exigences de transparence .....	6
4.4. Exigences de respect réglementaire.....	6
5. CONTROLES ET PENALITES.....	7
5.1. Le contrôle d'entrée .....	7
5.2. Le contrôle de surveillance .....	7
6. CAS PARTICULIERS .....	7
6.1. Changement de propriétaire .....	7
ANNEXE 1 : STATUTS DU SNBI .....	<b>Erreur ! Signet non défini.</b>
ANNEXE 2 : DOSSIER DE DEMANDE D'ADHESION A LA MARQUE COLLECTIVE « BRASSEUR INDEPENDANT » .....	<b>Erreur ! Signet non défini.</b>
ANNEXE 3 : CONVENTION D'USAGE .....	<b>Erreur ! Signet non défini.</b>
ANNEXE 4 : ATTESTATION DE SOUS-TRAITANCE EXCEPTIONNELLE .....	<b>Erreur ! Signet non défini.</b>
ANNEXE 5 : CHARTE GRAPHIQUE .....	<b>Erreur ! Signet non défini.</b>

# CAHIER DES CHARGES

## MARQUE COLLECTIVE « BRASSEUR INDÉPENDANT »

### 1. PRÉSENTATION

#### 1.1. Introduction

Le présent cahier des charges est un référentiel privé définissant la marque collective « Brasseur indépendant ». Il définit les critères et le processus nécessaires à l'obtention du droit d'usage de la marque par une entreprise.

Ce document a été élaboré par le Syndicat National des Brasseurs Indépendants (SNBI), qui est propriétaire de la marque « Brasseur Indépendant ».

Ce document peut être amené à évoluer suivant l'actualité et les remarques des adhérents à la marque collective.

#### 1.2. Rôle du SNBI

Le SNBI est un syndicat professionnel. Il a pour missions de fédérer, représenter, aider et défendre l'ensemble des brasseries françaises indépendantes.

Le SNBI et ses partenaires répondront aux demandes exprimées et aux besoins identifiés en termes de conseil et d'accompagnement, aux entreprises, qui souhaitent s'engager dans la démarche de la marque collective.

#### 1.3. Principes fondateurs

L'idée fondatrice est de différencier de manière positive les brasseurs indépendants en mettant en avant leur authenticité et leur savoir-faire.

Ce référentiel s'adresse aux adhérents du SNBI. Ces entreprises pourront légitimement souhaiter communiquer sur les garanties apportées par leur engagement dans un objectif de reconnaissance et de plus-value commerciale.

Il semble donc souhaitable que ces entités puissent :

- Disposer d'un référentiel qui présente les critères précis et quantifiés conditionnant leur attestation de conformité,
- Disposer d'une marque de garantie et du logo afférent, vis-à-vis du public et leurs partenaires en général,
- Faire valoir, par le biais d'un contrôle du SNBI, la qualité de leur métier

Les entités qui entrent dans la démarche sont contrôlées sur la base du présent référentiel qui porte essentiellement sur les caractéristiques suivantes :

- INDEPENDANCE
- METIER
- TRANSPARENCE
- RESPECT DE LA REGLEMENTATION

# CAHIER DES CHARGES

## MARQUE COLLECTIVE « BRASSEUR INDÉPENDANT »

Ces caractéristiques sont déclinées plus loin sous forme de critères qui attestent du respect des principes du SNBI.

### **1.4. Le pilotage de la marque collective au sein du SNBI**

3 organes au sein du SNBI seront en charge de la gestion et de l'animation de la marque collective « Brasseur Indépendant ».

**La commission éthique :** Elle sera en charge de gérer les demandes d'adhésion à la marque collective. C'est elle qui validera ou non la conformité de l'entreprise. Le président de la commission éthique est nommé par le conseil d'administration du SNBI. La commission est composée :

- Du président de la commission nommé par le conseil d'administration
- Du président du SNBI
- De la responsable réglementaire du SNBI
- De 10 personnes supplémentaires maximum parmi les adhérents du SNBI.

Les candidatures devront être validées par le conseil d'administration

**La commission de contrôle :** elle sera en charge de réaliser les contrôles des adhérents à la marque afin de s'assurer de la légitimité des entreprises à disposer du droit d'usage. La commission de contrôle sera composée des délégués régionaux et départementaux. Elle sera pilotée par Céline Marnier d'Agria Grand est, responsable réglementaire et juridique au sein du SNBI.

**La commission communication :** elle sera en charge d'animer et de faire connaître la marque collective auprès du grand public et des différents partenaires de la filière brassicole. La commission communication sera pilotée par Sonia Rigal, responsable de la communication au sein du SNBI.

Les membres de la commission éthique et de contrôle s'engagent à conserver confidentielles toutes les informations concernant l'activité des brasseries qu'ils pourraient recueillir à l'occasion de leur fonction.

## **2. TYPES D'ENTITÉS ÉLIGIBLES**

Les entités seront désignées sous le terme générique de « brasseries ».

Les préalables suivants s'imposent à la brasserie pour pouvoir adhérer à la marque :

**Être adhérente au SNBI depuis plus de 1 an et être à jour de ses cotisations. Une brasserie qui n'adhère plus au SNBI perd le droit d'usage de la marque de fait.**

Nous rappelons les conditions d'adhésion au SNBI dans l'annexe 1 : STATUTS DU SNBI

Ces prérequis sont vérifiés par les équipes terrains du SNBI (délégués régionaux et départementaux) lors de la demande d'adhésion de la brasserie, puis validés par le bureau du SNBI.

# CAHIER DES CHARGES

## MARQUE COLLECTIVE « BRASSEUR INDÉPENDANT »

### 3. PROCESSUS D'ADHESION A LA MARQUE COLLECTIVE

#### 3.1. La demande

Chaque brasserie candidate s'engage par écrit auprès du SNBI en remplissant le dossier de demande d'adhésion à la marque collective (annexe 2). Elle devra fournir les documents nécessaires à ce dossier.

#### 3.2. La validation du dossier

La commission éthique authentifie la conformité des brasseries au présent référentiel sur la base des documents et du dossier de demande d'adhésion. La commission pourra si elle le souhaite demander des documents supplémentaires et/ou demander une visite physique de la brasserie (ou la faire auditer par un organisme de contrôle externe accrédité). La brasserie s'engage à ce que toutes les zones concernées par le contrôle soient ouvertes et accessibles.

#### 3.3. La convention d'usage

Le processus se clôturera par la signature de la convention d'usage entre le SNBI et la brasserie candidate (annexe 3). Celle-ci précise les conditions d'utilisation de la marque collective. La convention d'usage sera validée dès la réception du paiement par la brasserie candidate du droit d'adhésion à la marque au SNBI.

Le paiement donne le droit d'usage de la marque à la brasserie jusqu'au 31 décembre de l'année en cours et devra par conséquent être renouvelé chaque année au 1<sup>er</sup> janvier afin de pouvoir conserver le droit d'usage de la marque. Une brasserie qui n'est pas à jour de cette cotisation s'expose à se voir retirer l'usage de la marque par le SNBI.

Le montant du droit d'usage sera décidé par le conseil d'administration du SNBI et validé par l'assemblée générale une fois par an.

### 4. CRITERES DE CONTROLE POUR L'OBTENTION DE L'USAGE DE LA MARQUE

Nous définirons, dans cette partie, les critères d'obtention de la marque ainsi que les documents à produire lors de la demande d'adhésion

#### 4.1. Exigences d'indépendance

- La brasserie remplit les critères fixés à l'article 178-0 bis A de l'annexe III du CGI pour bénéficier des taux réduits du droit spécifique sur les bières en tant que petit brasseur indépendant.
- La brasserie remplit cumulativement les critères suivants : elle est juridiquement et économiquement indépendante ; elle ne possède pas plus de deux sites brassicoles ; elle n'est pas adhérente à un réseau de franchise.
- La brasserie produit 100% de ses marques de bières (aucune sous-traitance). Des cas exceptionnels peuvent être pris en compte. Dans cette hypothèse, la brasserie devra remplir un document complémentaire « attestation de sous-traitance exceptionnelle » (annexe 4).

# CAHIER DES CHARGES

## MARQUE COLLECTIVE « BRASSEUR INDÉPENDANT »

**Documents à fournir** : DRM des 6 derniers mois, bilan matière annuel, extrait K-bis

### 4.2. Exigences métier

- La brasserie brasse et conditionne sa bière de A à Z sans intermédiaire à partir des matières premières.
- Elle maîtrise l'élaboration de son produit dans le respect d'un plan d'actions de prévention des risques clients basé sur la méthode HACCP ou assimilée.
- Les bières brassées doivent avoir un niveau sanitaire satisfaisant et doivent faire l'objet d'analyses microbiologiques interne ou externes régulières (10% au moins des brassins doivent subir une analyse avec un minimum d'une analyse par an pour les brasseries brassant moins de 10 fois).
- La brasserie n'utilise que des ingrédients naturels ou d'origine naturelle pour la fabrication de la bière. Est considéré comme ingrédient toute substance entrant dans la fabrication d'une denrée alimentaire, y compris les additifs et les arômes. Sont notamment interdits les conservateurs autres que le houblon, les arômes et les colorants artificiels.
- La brasserie s'engage à ne pas dégrader l'image de la bière en général en donnant par exemple des noms vulgaires à leur produit ou par une communication déplacée. Le conseil d'administration se donne le droit de ne pas valider une demande d'adhésion ou de retirer la jouissance la marque collective à une brasserie s'il juge que c'est le cas.

**Documents à fournir** : Plan de préventions des risques clients, dernières factures des ingrédients, procédure de retrait de lots, analyses microbiologiques de l'année.

### 4.3. Exigences de transparence

- La brasserie fait figurer sur son étiquette la mention suivante : "Brassée et conditionnée par (nom de la brasserie – adresse du site de production)", sur toutes les bières vendues par sa brasserie. Même pour les bières qu'elle produit pour une autre entité que la sienne.
- La brasserie s'engage à faire figurer sur son étiquette les différents ingrédients, arômes et tout autre composé entrant dans la composition de sa bière, autorisés selon la législation en vigueur (cela ne comprend pas les auxiliaires de fabrication). Cette condition s'applique aussi aux marques de bières qu'elle brasse mais ne possède pas.
- La brasserie s'engage à ne pas utiliser de communication mensongère ou propre à tromper le consommateur.
- La brasserie s'engage à transmettre le nom des marques de bières qu'elle brasse mais qu'elle ne possède pas.

**Documents à fournir** : Étiquettes des bières produites par la brasserie

**Contrôle supplémentaire** : Audit du site internet

### 4.4. Exigences de respect réglementaire

# CAHIER DES CHARGES

## MARQUE COLLECTIVE « BRASSEUR INDÉPENDANT »

- La brasserie respecte toute la législation française en vigueur, notamment sur l'étiquetage, la loi Evin (brasserie responsable) et les normes environnementales

**Documents à fournir** : Étiquettes des bières produites par la brasserie, convention de rejet ou autorisation de rejet (le cas échéant), agrément des douanes

### 5. CONTRÔLES ET PÉNALITÉS

#### 5.1. Le contrôle d'entrée

Le contrôle d'entrée est effectué par la commission éthique lors de la demande d'adhésion de la brasserie. Le SNBI se réserve le droit de faire appel à un organisme de contrôle externe accrédité.

#### 5.2. Le contrôle de surveillance

Le contrôle de surveillance est le contrôle des brasseries déjà adhérentes à la marque. Il prend 2 formes :

- Visites sur le site de production
- Demande de documents justificatifs

Les critères du contrôle seront les mêmes que lors de la demande d'adhésion à la marque.

Le choix de brasseries contrôlées se fera par tirage au sort. 25 brasseries seront ainsi contrôlées dans une année. Le SNBI pourra également décider de contrôler une brasserie selon les alertes ou informations qu'il pourrait recevoir.

L'organisme de contrôle de surveillance est la commission de contrôle. Cependant, le SNBI se réserve le droit de faire appel à un organisme de contrôle externe accrédité.

La brasserie adhérente s'engage à informer le comité de contrôle de toute modification susceptible d'interagir avec la marque collective et ses critères.

La commission de contrôle informera le conseil d'administration du SNBI des résultats des contrôles de surveillance. Celui-ci pourra alors, suivant les manquements, exiger une remise à niveau ou retirer l'usage de la marque à la brasserie qui n'est pas en conformité. Le CA aura la liberté d'adapter la sanction suivant la gravité du ou des manquements.

### 6. CAS PARTICULIERS

#### 6.1. Changement de propriétaire

Une brasserie adhérente à la marque collective qui changerait de propriétaire devra recommencer le processus d'adhésion à la marque collective depuis le début. Une nouvelle convention d'usage sera donc par conséquent signée avec le SNBI. Dans le cas contraire, elle perdra le droit d'usage de la marque automatiquement.