

GUIDE PRATIQUE

Pour l'achat de produits bio, locaux et équitables en restauration collective



Equi'SOL

ASSOCIATION DE PROMOTION DU COMMERCE ÉQUITABLE
15 rue Georges Jacquet 38000 Grenoble
Tel : 04 38 21 05 11 Mail : equisol38@free.fr

ADAYG

ASSOCIATION POUR LE DÉVELOPPEMENT DE L'AGRICULTURE DANS L'Y GRENOBLOIS
Maison des Agriculteurs, 40 avenue Marcelin Berthelot BP 2608 - 38036 Grenoble Cedex 2
Tel : 04 76 20 68 31 Mail : karine.berthaud@adayg.org

ADABIO

ASSOCIATION POUR LE DÉVELOPPEMENT DE L'AGRICULTURE BIOLOGIQUE EN ISÈRE, PAYS DE SAVOIE ET DANS L'AIN
Maison des Agriculteurs, 40 avenue Marcelin Berthelot BP 2608 - 38036 Grenoble Cedex 2
Tel : 04 76 20 67 54 Mail : armelle.buisson@adabio.com



Avertissement

Ce guide est un outil d'aide à la rédaction d'appel d'offre qui a fait l'objet de l'analyse du nouveau Code des Marchés Publics avec l'appui de juristes. Il a été complété par les expériences déjà réalisées.

Compte tenu de la récente parution du nouveau Code des Marchés Publics et de l'absence de jurisprudence, la structure rédigeant l'appel d'offre reste responsable de la mise en œuvre d'un marché conforme au cadre global du Code des Marchés Publics.

Sommaire

La qualité d'un aliment en restauration collective... de quoi parle-t-on ?.....	4
Consommer des produits bio, locaux et équitables, c'est agir concrètement pour une restauration citoyenne	5
Pourquoi une restauration citoyenne ?	6
Les produits du commerce équitable.....	7
Les produits locaux ... : les produits des agriculteurs Terres d'ici.....	8
Les produits biologiques et locaux.....	9
Atouts de l'engagement des collectivités pour une restauration citoyenne	10
La collectivité est-elle libre de faire des achats citoyens ?	11
Mettre en œuvre le marché : Etape par étape toutes les infos pratiques	12
Quels outils juridiques peuvent être utilisés ?.....	13
1. Avant la rédaction du marché.....	13
2. Lors de la rédaction des pièces du marché.....	13
3. En cas de délégation de service public pour la restauration	14
Quelle démarche préalable à la constitution du marché ?.....	15
Caractéristiques de l'offre équitable, bio et/ou locale disponible	16
1. Caractéristiques communes.....	16
2. Précisions sur l'offre de produits issus du commerce équitable	16
3. Précisions sur l'offre de produits de l'Y Grenoblois : les produits Terres d'ici	17
4. Précisions sur l'offre de produits bio locaux.....	17
Quel marché mettre en oeuvre ?.....	19
1. Quelle forme de marché adopter ?	19
2. Les différents types de procédure pour un marché public.....	21
3. Conclusion : Quels marchés cohérents avec une demande de produits équitables, bio et/ou locaux ?.....	23
Rédiger le marché : Des propositions de formulation	24
Comment rédiger le CCTP ?	25
1. Au niveau des spécifications techniques des produits	25
2. Au niveau des spécifications techniques annexes	27
Comment rédiger le règlement de consultation ?.....	28
1. Formulation de l'objet.....	28
2. Formulation de la demande sur le savoir-faire des candidats	28
3. Mention et justification des conditions d'exécution	29
4. Utilisation et formulation des critères d'attribution.....	30
En résumé.....	32
Les contacts pour vous aider dans vos démarches	33
Bibliographie	34

Introduction

LA QUALITE D'UN ALIMENT EN RESTAURATION COLLECTIVE... DE QUOI PARLE-T-ON ?

Lorsque l'on parle de qualité, les professionnels de la restauration collective répondent traçabilité, sécurité alimentaire, qualité nutritionnelle... ainsi aujourd'hui les cuisines ressemblent souvent à des laboratoires où le plaisir de manger semble avoir été oublié. Or la qualité d'un aliment résulte bien sûr de sa qualité sanitaire, mais aussi de son goût, sa texture, sa capacité à faire plaisir, son mode de production, son histoire, son environnement...

Certains consommateurs, parents d'élève, élus ou techniciens des collectivités sont conscients, qu'en restauration collective comme pour la consommation de nos foyers, une alimentation de qualité passe par des circuits de production plus courts, plus respectueux de l'environnement et des hommes qui y travaillent à tous les niveaux de la chaîne de fabrication des repas.

Jusqu'à présent ces critères d'appréciation de la qualité ne rentrent que trop peu en compte dans les achats effectués par les collectivités pour la restauration collective.

Les trois enjeux pour la restauration, donc pour la collectivité, sont clairs :

- Améliorer la qualité des repas servis pour tous par un meilleur choix des matières premières, en privilégiant les modes de production et de commercialisation respectueux de l'environnement et des producteurs. Il convient d'exiger des signes officiels de qualité sociale et environnementale dans les cahiers des charges.
- Faire de ces temps de restauration des moments privilégiés d'éducation à la citoyenneté et au développement durable.
- Contribuer au développement des filières bio, locales et équitables.

Les réglementations et les mentalités évoluent progressivement dans ce sens. Pour preuve, le nouveau code des marchés publics, adopté le 1^{er} août 2006 (décret n° 2006-975) et entré en vigueur le 1^{er} septembre 2006, constitue une nouvelle étape pour la commande publique responsable. Il consacre la prise en compte de considérations de développement durable comme principe de définition des besoins des acheteurs publics ainsi que d'autres éléments favorisant la prise en compte d'aspects environnementaux et sociaux.

En restauration collective, les produits issus de l'agriculture biologique, du commerce équitable et les produits locaux sont en mesure de garantir la prise en compte de critères sociaux ou environnementaux pour un développement durable **vous permettant ainsi de proposer une restauration plus citoyenne.**

L'objectif de ce guide est d'éclairer les acheteurs publics et privés sur les questions stratégiques et juridiques spécifiques aux marchés publics de produits bio, locaux et équitables. Vous aurez aussi accès à des fiches d'expériences de collectivités ayant passées des marchés intégrant ce type de produit.

Ce guide a été élaboré par un collectif d'associations, **l'ADAYG** (pour les produits de l'Y Grenoblois), **l'ADABio** (pour les produits bio locaux) et **Equi'Sol** (pour le commerce équitable), **avec l'appui de juristes**. Il a reçu le soutien du plan de développement de l'Economie Sociale et Solidaire de la Communauté d'agglomération Grenobloise et du Conseil régional Rhône Alpes. Ces associations sont à votre disposition pour vous accompagner dans vos démarches. Elles vous aideront ainsi à mettre en place une restauration collective plus citoyenne.

**CONSOMMER DES PRODUITS BIO, LOCAUX ET EQUITABLES,
C'EST AGIR CONCRETEMENT
POUR UNE RESTAURATION CITOYENNE**

POURQUOI UNE RESTAURATION CITOYENNE ?

En intégrant dans les repas des produits issus de l'agriculture biologique, d'une agriculture locale de qualité et des produits du commerce équitable, vous agissez concrètement pour une restauration plus citoyenne.

Ces 3 grandes familles de produits véhiculent des valeurs importantes et communes :

Un engagement économique et social : l'achat de produits locaux, bio et équitables garantit le maintien d'activités agricoles à taille humaine sur le territoire mais également dans les pays du Sud. En effet, les produits issus du commerce équitable garantissent une juste rémunération du travail des producteurs et des artisans les plus défavorisés, leur permettant de satisfaire leurs besoins élémentaires (santé, éducation, logement, protection sociale) et le respect des droits fondamentaux des personnes. Avec l'achat de produits locaux (bio ou non) vous permettez aux agriculteurs de votre territoire de vivre de leur métier.

La préservation de l'environnement par des pratiques agricoles plus respectueuses et/ou un transport limité : la limitation des transports permet la réduction des émissions de gaz à effet de serre, et de la consommation d'énergies non renouvelables. Acheter localement permet de réduire ces émissions. De plus les produits locaux issus de démarche qualité, bio et équitables sont produits selon des méthodes respectueuses de l'environnement limitant ou même interdisant, pour l'agriculture biologique, l'usage d'engrais chimiques et de pesticides.

Un maintien du cadre de vie : la présence d'exploitations agricoles dynamiques permet de maintenir un tissu rural dans les campagnes et de garantir un cadre de vie « vivable » par l'entretien de l'espace en zone périurbaine.

La qualité des produits proposés : les produits bio, locaux « Terres d'Ici – Agriculteurs de l'Y Grenoblois » et équitables sont des produits de qualité répondant à des labels ou des cahiers des charges garantissant leur mode de production. Pour les produits frais locaux (bio ou non), la durée limitée entre la récolte et la consommation (par la proximité entre les lieux de production et de consommation) permet une meilleure conservation des valeurs nutritionnelles des produits. En achetant des produits de saison, la collectivité fait le choix d'une qualité supplémentaire.

Il est aujourd'hui important de défendre ces valeurs, y compris en restauration collective, en proposant aux convives des menus élaborés à partir de ces produits.

Nous allons donc dans la suite du guide vous présenter plus précisément ce que sont les 3 types de produits proposés puis comment les intégrer dans vos appels d'offres préalables à l'achat des produits.

LES PRODUITS DU COMMERCE ÉQUITABLE...

Les règles actuelles du commerce international consacrent 'la loi du plus fort' et **la pression des intermédiaires** sur les petits producteurs du Sud, qui n'ont aucun accès direct au marché mondial, est écrasante. Cette situation maintient dans la pauvreté et dans l'esclavage des centaines de millions de personnes. Pourtant, il existe aujourd'hui des outils pour réintégrer l'Homme au centre de l'économie. L'un d'eux est le 'commerce équitable', il met la **notion d'équité au coeur des échanges** mondiaux en se fondant sur l'article 23 de la Déclaration Universelle des Droits de l'Homme selon laquelle « Quiconque travaille a droit à une **rémunération équitable** et satisfaisante lui assurant ainsi qu'à sa famille une **existence conforme à la dignité humaine** ».

Le commerce équitable est un partenariat commercial, basé sur le dialogue, la transparence et le respect, qui vise plus d'équité dans le commerce international. Le commerce équitable contribue au **développement durable** en proposant de meilleures conditions commerciales aux producteurs marginalisés, spécialement dans le Sud, et en sécurisant leurs droits. " FINE¹

Les institutions et les **collectivités territoriales** ont aujourd'hui un rôle important à jouer dans ce sens, notamment dans le cadre de leur achat en matière de restauration collective. En effet, elles doivent travailler pour consolider et amplifier la notoriété du commerce équitable, qui ne représente que 0,1% des échanges européens, et l'achat public (15% du PIB) constitue un véritable levier de développement pour un commerce international plus juste.

Quels sont les critères du commerce équitable?

- assurer une **juste rémunération** du travail des producteurs et des artisans les plus défavorisés, leur permettant de satisfaire leurs besoins élémentaires : santé, éducation, logement, protection sociale
- garantir le **respect des droits fondamentaux** des personnes (refus de l'exploitation des enfants, de l'esclavage...)
- instaurer des **relations durables** entre partenaires économiques
- favoriser la **préservation de l'environnement** par l'usage limité d'engrais chimiques, de pesticides et l'interdiction d'OGM
- proposer des **produits de qualité**.

En instaurant un système d'échanges entre le Nord et le Sud respectueux des droits de l'Homme et de l'environnement, le commerce équitable constitue une réponse concrète aux difficultés croissantes des populations les plus pauvres. Il s'inscrit donc dans une démarche de développement durable.



Reconnaissance légale du commerce équitable :

- L'**Article 60 de la loi n°2005-882 du 2 août 2005**, en faveur des petites et moyennes entreprises donne une définition légale du commerce équitable.
- Le 4 mai 2006, un **projet de décret**, et de circulaire d'application de la loi d'août 2005, prévoit les modalités concrètes de création d'une commission nationale du commerce équitable « chargée de reconnaître les personnes physiques ou morales qui veillent aux respects des conditions du commerce équitable ».
- Le 6 juillet 2006, le Parlement Européen vote **une résolution sur le commerce équitable**.
[Voir Annexe 6 Article « Définition du commerce équitable, chartes, labels et garanties : une histoire mouvementée », Equi'Sol, le mercredi 13 décembre 2006.](#)

¹ FINE regroupe quatre fédérations internationales de commerce équitable : FLO – Fair trade Labelling Organizations, IFAT - International Federation of Alternative Trade, NEWS - Network of European Worldshops, et EFTA - European Fair Trade Association

LES PRODUITS LOCAUX ... :

LES PRODUITS DES AGRICULTEURS TERRES D'ICI

Un produit local est un produit cultivé sur un territoire restreint situé à **proximité de la zone de consommation**. Les kilomètres parcourus par le produit avant d'atteindre l'assiette du consommateur sont donc limités et la pollution liée au transport est réduite.

D'autre part, l'agriculture locale, en particulier périurbaine, issue d'exploitations diversifiées, à taille humaine, contribue au maintien d'espaces non urbanisés, véritables « poumon vert » de la ville. Notons qu'avec l'appui de démarches qualité telles que « Terres d'ici », la prise en compte de l'environnement s'accroît avec une utilisation limitée et raisonnée des intrants (produits phytosanitaires, fertilisants..).

La démarche de consommation de produits locaux de qualité s'inscrit donc dans une démarche de **développement durable** respectueuse de l'environnement. Elle garantit également la fraîcheur des produits proposés puisque le temps écoulé entre la récolte et la consommation est réduit. La qualité des produits est également préservée puisque l'augmentation du délai entre récolte et consommation réduit la quantité de nutriments et donc la valeur nutritionnelle du produit consommé.



L'engagement des **acheteurs publics** pour la consommation de produits locaux correspond à un exemple de consommation citoyenne permettant aux producteurs locaux de vivre dignement de leur travail. Le maintien d'une agriculture à taille humaine contribue à la qualité du territoire et préserve un tissu socio économique diversifié.

Les acheteurs du bassin grenoblois peuvent bénéficier des produits issus de la **production locale des agriculteurs de l'Y Grenoblois identifiés Terres d'ici**. La particularité de cette agriculture périurbaine est sa situation contrainte et fragilisée par la pression foncière très importante. L'extension urbaine a eu pour effet de diminuer les surfaces utilisées par l'agriculture. Ainsi, pour préserver leur activité, les agriculteurs ont dû se tourner vers des productions mieux valorisées (que les céréales par exemple) telles que le maraîchage, l'horticulture, des petits ateliers de volailles ou de transformation fromagère et charcutière. En intégrant des produits locaux, selon les saisons, dans la restauration collective, vous proposez des produits de qualité qui ont conservé toutes leurs qualités nutritionnelles.



Qu'est ce que la marque « Terres d'ici - Agriculteurs de l'Y Grenoblois » ?

- Cette marque collective, créée en 2002 à l'initiative de l'ADAYG, a pour objectif de promouvoir et **soutenir une agriculture locale de qualité** qui contribue à la **préservation d'espaces naturels** aux portes des villes et à une offre de produits frais et diversifiés.
- La marque s'appuie sur un cahier des charges de production strict qui prend en compte :
 - Le respect de l'environnement (dans une volonté de développement durable)
 - La garantie de l'origine Y Grenoblois,
 - La qualité de l'information, de l'accueil et des services,
 - La transparence et le contrôle du réseau.
- La transparence et la garantie sont apportées par un **contrôle externe et indépendant**, réalisé annuellement par sondage.

LES PRODUITS BIOLOGIQUES ET LOCAUX...

L'agriculture biologique se révèle être une **réponse pertinente et efficace face à plusieurs problèmes grandissants** : l'environnement de plus en plus menacé (pollutions de 96 % des eaux de surface et de 61 % des eaux souterraines, érosion et perte de fertilité des sols, diminution de la biodiversité...), des **aliments** de plus en plus **appauvris** en nutriments et **pollués par des résidus de pesticides** (présents en quantités non négligeables dans plus de 50 % des fruits et légumes, alors qu'ils sont quasi inexistantes dans les produits bio). Or de plus en plus d'études montrent les **dangers des pesticides** (à la fois pour les consommateurs et les utilisateurs) et le lien avec l'apparition de cancers et troubles de la reproduction (www.mdrgf.org).

En interdisant l'usage d'engrais chimiques, pesticides et OGM, **l'agriculture biologique contribue donc concrètement à réduire les pollutions et risques**. Elle s'attache à prendre en compte et valoriser les relations étroites existantes entre les plantes, les animaux et leur environnement, **en respectant les ressources naturelles**. Elle autorise seulement des substances d'origine minérale, végétale ou organique et développe des **solutions alternatives** (non chimiques), comme le désherbage mécanique, la rotation des cultures ou la lutte intégrée.

Manger des produits bio, c'est donc bon pour 4 raisons :

- **Pour la santé de tous** : elle fournit à l'homme et à l'animal des aliments sains, avec une densité nutritionnelle supérieure (notamment avec un taux de matière sèche supérieur et donc des quantités plus importantes de vitamines, minéraux, oligo-éléments, poly-phénols et oméga 3) et sans résidus toxiques de pesticides.
- **Pour sauvegarder un environnement menacé** : l'agriculture biologique ne pollue pas et joue un rôle actif et concret pour la préservation de l'environnement.
- **Pour le plaisir du goût** : les produits biologiques restituent toutes les saveurs de la nature en privilégiant des variétés anciennes ou locales.
- **Pour favoriser une agriculture humaine et solidaire** : l'agriculture biologique nécessite 30 % d'emplois en plus, elle contribue à lutter contre la désertification des campagnes (et en particulier des zones montagneuses) ; en privilégiant l'autonomie et la durabilité, elle n'utilise pas massivement des produits d'importation (tels que le soja) responsables de déforestations et arrêts des cultures vivrières dans les pays du Sud..

Les atouts des produits bio ET locaux de saison

En achetant des produits bio, les collectivités agissent concrètement pour le développement durable. C'est notamment une solution en amont permettant d'améliorer la qualité des eaux et diminuer les coûts de dépollution. **Choisir des produits bio de saison** vous permet, **en plus**, de bénéficier des produits bio les plus savoureux et qui ont le meilleur rapport qualité/prix. **Choisir des produits bio locaux**, notamment isérois, c'est une garantie supplémentaire de fraîcheur. C'est aussi contribuer à réduire les pollutions dues au transport (et donc préserver d'autant plus votre environnement) et développer l'emploi près de chez vous.

Un mode de production reconnu et contrôlé

L'agriculture biologique est un **signe officiel de qualité reconnu** depuis 30 ans par le Ministère de l'Agriculture (LOA de juillet 1980). Les techniques de production en agriculture biologique sont définies dans **un cahier des charges très strict** validé au niveau national et européen (règlement 2092/91/CEE modifié, et CC-REPAB-F le complétant pour les productions animales en France). Le respect du cahier des charges est **contrôlé** chez tout agriculteur biologique, **au moins une fois par an** à l'improviste, par un organisme certificateur indépendant et agréé par le Ministère de l'Agriculture. A l'issue de ce contrôle, il est autorisé ou non à utiliser le logo « AB ».



ATOUTS DE L'ENGAGEMENT DES COLLECTIVITES

POUR UNE RESTAURATION CITOYENNE

... un levier incontestable :

La restauration collective apparaît comme un enjeu important pour le développement de la consommation des produits locaux, issus de l'agriculture biologique et du commerce équitable en raison du volume considérable qu'elle représente (1.6 milliards de repas par an pour la seule restauration scolaire). En formalisant l'achat régulier de produits bio / locaux / équitables, la collectivité assure un débouché pour les producteurs en leur permettant de s'organiser, se développer, s'adapter plus vite aux exigences particulières de la restauration collective.

... une cohérence entre une politique et les actes :

Les collectivités petites et grandes communiquent de plus en plus sur une politique de développement durable et de consommation responsable. Pour mettre en œuvre ces démarches, un travail sur la restauration collective peut être effectué – on parlera d'achats éco-responsables, éthiques ou solidaires. Ces actes peuvent représenter des volumes d'achats importants suivant la taille de la collectivité et peuvent être valorisés auprès des citoyens, des parents d'élèves ou bien des enseignants qui pourront être chargés de développer des aspects éducatifs spécifiques en classe.

... un impact positif sur l'environnement et la santé de tous :

L'achat de produits de proximité représente un impact positif sur l'environnement grâce à une limitation importante des déplacements, ce qui correspond bien à la mission de développement durable des collectivités. Les cahiers des charges des produits équitables et biologiques sont également très exigeants en matière de protection de l'environnement par l'interdiction de l'usage de pesticides ou d'OGM.

... une manière de valoriser un tissu économique spécifique :

L'achat de produits locaux participe au maintien d'une activité agricole sur un territoire en permettant aux agriculteurs de vivre de leur métier. De plus, par leur présence, ils assurent la pérennité du tissu social et d'un cadre de vie qui assure la « vivabilité de la ville ». Sans agriculteur, quels seraient nos paysages ? La consommation de ces produits permet également de maintenir voire de créer des emplois sur les exploitations agricoles locales. L'agriculture biologique génère l'emploi de 30% de main d'œuvre en plus. La consommation de produits équitables valorise quant à elle un tissu économique sain par le respect des règles de l'Organisation Internationale du Travail, des droits fondamentaux des travailleurs au Sud et la rémunération juste des producteurs.

... un projet éducatif riche :

L'achat des produits locaux et bio permet d'introduire la notion de saisonnalité des produits et présente ainsi un argument éducatif fort dans la restauration collective face à la perte de repères des jeunes sur la saisonnalité. Mais c'est également l'occasion de présenter la qualité et la diversité de nos territoires en matière de production. Les collectivités peuvent, par la consommation de produits équitables, bio et locaux, mettre en œuvre leur projet socio éducatif à travers la mission « restauration municipale » : animation autour de la provenance, de l'histoire et du mode de production, éducation au goût et à la qualité des produits consommés, etc. Proposer ce type de produits en restauration scolaire, c'est participer à la formation des (éco-) consommateurs de demain dans une optique de développement durable. Ce travail peut être réalisé par les enseignants accompagnés d'intervenants des associations précitées.

Ainsi, par l'introduction de **produits locaux, de produits issus de l'agriculture biologique et du commerce équitable** dans leurs achats, les collectivités s'engagent **pour une restauration citoyenne**. Nous verrons dans la suite de ce document comment intégrer concrètement ces produits citoyens (équitables et/ou bio et/ou locaux) en restauration collective.

LA COLLECTIVITE EST-ELLE LIBRE DE FAIRE DES ACHATS CITOYENS ?

La collectivité est **libre** de faire des achats citoyens, si elle respecte le Code des Marchés Publics. Elle y est **même encouragée** depuis la sortie du nouveau CMP.

Les grands principes du Code des Marchés Publics à respecter

Dès le 1er euro, la collectivité publique est soumise aux règles du Code des Marchés Publics. Les trois grands principes de la commande publique sont : liberté d'accès à la commande publique, égalité de traitement des candidats, transparence des procédures.

Un nouveau code porteur du développement durable

Désormais le développement durable figure en bonne place dans le **nouveau code des marchés publics** (CMP). Ce dernier, publié le 04/08/06 et entré en vigueur le 01/09/06, **renforce les possibilités pour les acheteurs publics de réaliser des achats durables** (art. 5, 6, 14, 45, 50, et 53, cf annexe). Ainsi les collectivités publiques pourront assurer pleinement, dans leur commande, leur responsabilité sociale et environnementale. Des objectifs de développement durable doivent même être pris en compte lors de la définition des besoins (art. 5).

Les critères reconnus pour l'introduction de produits équitables, bio et/ou locaux

L'introduction de produits **équitables, locaux et/ou biologiques** répond concrètement à la préoccupation de concilier progrès social, protection et mise en valeur de l'environnement, développement économique et durable. La collectivité est donc **en droit de souhaiter intégrer ces produits** et devra traduire ses attentes à **tous** les stades de la procédure.

Elle peut aussi invoquer :

- la Charte de l'environnement, à valeur constitutionnelle, qui prévoit, dans son article 6, que « Les politiques publiques doivent promouvoir un développement durable. A cet effet, elles concilient protection et mise en valeur de l'environnement, le développement économique et le progrès social ».
- la doctrine administrative des pouvoirs publics français et des autorités communautaires, qui ont récemment publié des guides visant à promouvoir l'achat « éco-responsable ».

Sous quelles conditions est-il possible d'introduire ces produits ?

La collectivité **peut** explicitement demander des **produits biologiques** ou **équitables**, définis par des éco-labels reconnus.

Cependant, la formulation « **produits locaux** », n'est, quant à elle, pas autorisée. En vertu du principe d'égalité de traitement des candidats, toute préférence géographique, directe ou indirecte, est interdite. Chaque fournisseur doit bénéficier des mêmes chances et d'un même traitement pour son offre. Tout écart peut donner lieu à un « délit de favoritisme », réprimé par le code pénal.

Néanmoins, elle peut promouvoir les fournisseurs générant le **moins de pollutions par le transport**, ainsi que les opérateurs permettant d'assurer la **fraîcheur** des produits (par une durée limitée entre la production et la consommation). Elle peut également utiliser le **critère de coût global d'utilisation** (notion en lien avec le développement durable).

Parallèlement, il est **très important de veiller** à ce que le marché public mis en place **puisse être accessible aux fournisseurs locaux** et qu'ils ne soient pas défavorisés par rapport à des opérateurs économiques de grande envergure. La procédure et la forme de marché choisis seront déterminants à ce sujet.

La suite de ce guide **va préciser concrètement comment il est possible d'intégrer, juridiquement, cette volonté d'introduction de produits citoyens**, tout en respectant les principes fondamentaux du droit des marchés publics.

**METTRE EN ŒUVRE LE MARCHÉ :
ÉTAPE PAR ÉTAPE TOUTES LES INFOS PRATIQUES**

QUELS OUTILS JURIDIQUES PEUVENT ETRE UTILISES ?

Des leviers d'actions existent à la fois en amont et lors de la rédaction du marché public.

1. Avant la rédaction du marché

La **procédure** mise en œuvre ainsi que la **forme de marché** public adoptée sont importantes : elles conditionneront le type de candidats en mesure de répondre. D'où la nécessité d'un **travail en amont**, pour mettre en œuvre un marché public **accessible** aux fournisseurs de produits équitables, bio et/ou locaux. Le choix de la forme du marché se fera plus facilement après une rapide analyse de l'offre.

2. Lors de la rédaction des pièces du marché

2.1 Rappel : comment se présente un dossier de marché public ?

Un dossier d'appel d'offre se compose de plusieurs parties :

- **le règlement de la consultation** : Il constitue la règle du jeu du marché : il rappelle l'objet de la consultation, la durée du marché, les critères d'attribution du marché. Il donne aussi tous les éléments permettant au candidat de répondre à l'appel d'offre : quelles pièces fournir ? Comment remplir les différentes annexes de l'appel d'offre ? etc. C'est la pièce maîtresse de l'appel d'offre.

- **l'acte d'engagement** : C'est l'offre du candidat dans lequel il devra donner ses prix (bordereau de prix unitaire, décomposition du prix...).

- **le Cahier des Clauses Administratives Particulières (CCAP)** : il donne les modalités administratives pour le marché sur toute sa durée.

- **le Cahier des Clauses Techniques Particulières (CCTP)** : il consigne tous les éléments techniques relatifs à l'offre du marché. On y trouve notamment les spécifications qualitatives générales des aliments requis.

2.2 Outils pour promouvoir les produits équitables, bio et/ou locaux :

Trois outils juridiques opérationnels existent :

- La demande de renseignements sur le **savoir-faire des candidats** en matière de protection de l'environnement (au stade de la sélection des candidats) (art. 45) : la liste des pièces demandées doit apparaître dans le **règlement de consultation** (ces pièces doivent figurer dans la liste de l'arrêté du 28 août 2006). Les candidats peuvent aussi être pré-sélectionnés sur des critères environnementaux en cas d'accord-cadre.

- les **conditions d'exécution** du marché (art. 14) : elles interviennent au stade de la sélection des offres et sont définies dans toutes les pièces du marché, en particulier dans le **CCTP** au niveau des spécifications techniques des produits (avec la possibilité de se référer à des éco-labels). Elles vont conduire à écarter les offres non conformes.

- les **critères d'attribution et leur pondération**, inscrits dans le **règlement de consultation**, qui vont permettre de sélectionner le candidat qui aura présenté l'offre économiquement la plus avantageuse, en se fondant sur divers critères, tels que les performances sociales et environnementales de l'offre (art. 53), et non plus seulement le prix.

Les conditions d'exécution sont les plus efficaces

Chaque pièce du marché **devra** faire mention du souhait de la collectivité d'agir pour un développement durable et des achats citoyens.

Toutefois, la formulation des **conditions d'exécution** (sous formes de spécifications techniques produit à respecter par le titulaire du marché) est le **moyen le plus efficace** pour l'introduction de produits biologiques, équitables ou locaux. Elles **s'imposent** au titulaire du marché et donc elles « verrouillent » la procédure en amont.

L'utilisation des **critères d'attribution** est **un outil moins efficace**, car il n'a que pour effet d'attribuer une **préférence relative** aux produits citoyens, et celle-ci sera très dépendante de la pondération retenue pour chaque critère.

Néanmoins, un critère environnemental d'attribution peut permettre, à la collectivité :

- si cela n'a pas été imposé dans les conditions d'exécution : d'acheter, en **préférence** des produits respectueux de l'environnement, s'ils sont par ailleurs bien placés au niveau des autres critères.
- si cela est inscrit aussi dans les conditions d'exécution : de **renforcer** les atouts des produits les plus respectueux de l'environnement.

3. En cas de délégation de service public pour la restauration

La collectivité peut imposer des exigences de qualité au délégataire en dehors ou au-delà des normes existantes, selon des modalités définies dans le contrat de délégation (avec la description des prestations alimentaires à fournir). Elle peut ainsi fixer la fourniture de produits équitables, bio et/ou locaux.

Si la fourniture de ces produits n'est pas prévue au contrat, elle ne peut être organisée qu'avec l'accord du délégataire, en modifiant le contrat par voie d'avenant après négociation.

Les pages suivantes vont vous apporter les **infos clefs et pratiques** dont vous avez besoin à **chaque étape** de la constitution du marché public pour rendre possible et promouvoir l'introduction de produits équitables, bio et/ou locaux.

QUELLE DEMARCHE PREALABLE A LA CONSTITUTION DU MARCHE ?

Constituer une équipe

Pour passer de la volonté politique aux actes, il est important de **constituer une équipe** rassemblant toutes les personnes motivées et/ou concernées par le projet (élus, responsables, personnel de cuisine, gestionnaires, diététiciens, acheteurs, enseignants, parents d'élèves...). L'expérience montre que la **concertation** des différents acteurs est un **facteur de réussite** de ces projets en restauration collective.

Définir les objectifs

Il s'agit ensuite de définir les **orientations** de la collectivité en terme d'achat : quels types de produits veut-elle acheter (équitable, bio et/ou local) ? Quels objectifs pour sa restauration ? En terme de développement durable, impact social, économique et environnemental ?

Analyser l'offre existante

Puis il est nécessaire de se renseigner sur les caractéristiques de l'offre en produits équitables, bio et/ou locaux, pour en tenir compte lors de la définition des besoins et s'assurer que les fournisseurs de ces produits (notamment isérois) seront en mesure de répondre. Vous trouverez des informations sur l'offre disponible à la page suivante.

Définir les besoins et le projet global

En confrontant les caractéristiques de l'offre disponible et vos orientations, vous pourrez alors définir plus exactement votre projet : quels produits, avec quelles caractéristiques, en quelles quantités, dans quelles conditions et à quelle période (saisonnalité)...?

Ainsi il est **préférable** d'introduire **un ou plusieurs produits** équitables, bio et/ou locaux **de façon régulière** (par exemple au moins une fois par mois) plutôt qu'un repas occasionnel composé à 100 % de produits citoyens. En effet cela a des **avantages** à la fois pour les collectivités et la production :

- l'introduction régulière de quelques produits citoyens représente une moindre surcharge de travail au niveau administratif et technique.
- financièrement, l'opération sera moins coûteuse pour la collectivité,
- l'impact pédagogique sera plus marqué pour les convives et les élèves, avec la possibilité de réaliser des animations plus fréquentes autour de ces produits ou de les mettre en avant au quotidien.
- cela rend possible une meilleure organisation de la production et son adaptation qualitative et quantitative sur le long terme pour mieux répondre aux besoins de la collectivité.
- un plus grand impact social et environnemental, de part des volumes annuels plus significatifs pour les producteurs.

Communiquer sur le projet

Lors de la définition du projet global souhaité, il est aussi très bénéfique de **réfléchir à la communication et l'accompagnement pédagogique** qui seront mis en œuvre autour de ces produits. Ce peut être une exposition, des affiches, des animations ou interventions des professionnels de ces secteurs (agriculteurs, associations spécialisées). Cela permettra :

- de faire connaître et expliquer les actions concrètes de la collectivité en faveur d'un développement durable et citoyen,
- et de sensibiliser les convives aux spécificités et atouts de la consommation de produits citoyens.

L'expérience montre que c'est un des éléments importants pour la compréhension, la réussite et la poursuite de la démarche.

Les associations **ADABio** (pour les produits bio locaux), **Equisol** (pour les produits équitables) et **l'ADAYG** (pour les produits locaux) sont à votre disposition **pour vous accompagner** en amont dans la mise en place de votre projet dans son ensemble, ainsi que pour l'approvisionnement et l'aspect accompagnement pédagogique – communication.

CARACTERISTIQUES DE L'OFFRE EQUITABLE, BIO ET/OU LOCALE DISPONIBLE

1. Caractéristiques communes

Les **quantités disponibles** seront fonction d'une part, de la **période de l'année**, pour les produits saisonniers (fruits et légumes, produits laitiers), et d'autre part de la **fréquence et anticipation de la commande**. En effet, plus la commande sera anticipée, voire planifiée à l'année, plus les producteurs locaux (bio ou non), et équitables, seront en mesure de s'organiser pour répondre efficacement à la demande. De plus, une planification à l'année rendra possible une adaptation de la production au choix de la collectivité et le développement des filières.

Par ailleurs, concernant les **fruits et légumes disponibles**, aujourd'hui en Isère (bio ou non), ce sont essentiellement des produits **de saison, frais et non transformés**.

Un projet de légumerie est en cours d'étude de faisabilité et s'il peut se concrétiser, permettra aux collectivités sans atelier de préparation et transformation, de se procurer prochainement des légumes locaux transformés.

2. Précisions sur l'offre de produits issus du commerce équitable

Les produits équitables ne sont plus aujourd'hui réservés à la consommation des particuliers aussi les fournisseurs adaptent progressivement le conditionnement des produits et leur fonctionnement aux besoins et aux spécificités de la restauration collective. Certains fournisseurs se sont d'ailleurs spécialisés dans la restauration hors domicile et de plus en plus de grossistes (souvent spécialisés dans le bio) distribuent les produits équitables, ce qui facilite nettement les achats des collectivités. Parmi les produits actuellement disponibles :

Les céréales : en conditionnement de 5 ou 10 kg : le riz, la quinoa et le fonio. Le riz est actuellement le produit le plus facile et pratique à introduire puisque de nombreux fournisseurs le proposent. Les adaptations sont minimales. Contrairement à un riz traditionnel souvent traité, le riz équitable demande par exemple à être rincé avant la cuisson afin d'éviter qu'il ne soit collant. Plusieurs types de riz équitable sont sur le marché : violet, nacré, thaï et rouge. De plus, certaines céréales seront également issues de la culture biologique.

Les fruits frais : bananes, ananas, mangues et oranges sont également des produits adaptés. A noter que pour les ananas par exemple, un travail de découpe sera nécessaire car ceux-ci ne sont pas disponibles en boîte de conserve ou prédécoupés. Généralement les fournisseurs peuvent proposer ces fruits frais douze mois par an puisqu'ils travaillent avec les producteurs de différentes régions du monde. Certains fruits frais équitables labellisés Max Havelaar ou équivalent seront également Bio.

L'épicerie sucrée : de nombreux produits d'épicerie sucrée équitables peuvent par exemple être introduits dans les petits déjeuners des pensionnaires internes : cacao, thé, café, sucre (en vrac ou en dosette individuelle), jus de fruits, napolitains, chocolat.

Cette gamme s'élargit au fur et à mesure que la demande de produits équitables augmente. En effet, les filières équitables se développent s'il y a suffisamment de débouchés puisqu'il s'agit d'un engagement dans la durée avec les producteurs des pays du Sud, d'où l'importance de l'achat public, véritable levier du commerce équitable avec des engagements annuels et des volumes considérables.

Pour plus de renseignements

Contactez Equi'Sol au 04 38 21 05 11 – equisol38@free.fr

3. Précisions sur l'offre de produits de l'Y Grenoblois : les produits Terres d'ici

La nature et la quantité des produits locaux sont fonction de la saison. Il est important de pouvoir anticiper et planifier les commandes. Un minimum de trois semaines est nécessaire entre la commande et le repas. Une prévision annuelle est même conseillée car elle permet aux producteurs de prévoir en conséquence leur production et de correspondre au mieux aux attentes de la restauration collective.

Disponibilités indicatives en 2007 pour l'Y Grenoblois (des repas ayant déjà été réalisés avec ses produits pour 6000 repas jour) :

Les fruits et légumes proposés par les producteurs locaux sont des produits de saison, disponibles donc uniquement à certaines périodes de l'année. De plus, ce sont des produits bruts, non préparés et non transformés.

Sont aujourd'hui disponibles en quantité pour la restauration collective:

- Pommes (de septembre à mars)
- Poires (de août à mars)
- Salade (différentes variétés de mars à novembre)
- Pommes de terre (différentes variétés, toute l'année)
- Choux (différentes variétés sur toute l'année)
- Carottes (toute l'année)
- Céleri rave (de septembre à mars)

La viande bovine : bœuf bourguignon, braisé, pot au feu. Elle peut être fournie tout au long de l'année avec une prévision de 3 semaines avant la date du repas.

Des volailles peuvent également être proposées par les producteurs (poulets).

Les fromages (il s'agit de fromages non tranchés) :

- Saint Marcellin (lait cru de vache)
- Tomme (lait cru de vache)

Pour plus de renseignements

Contacteur l'ADAYG : Tel : 04-76-20-67-24, mail : karine.berthaud@adayg.org

4. Précisions sur l'offre de produits bio locaux

La **nature et la quantité** des produits **bio locaux** (isérois) disponibles sont **fonction de la régularité** des commandes. Les **commandes régulières d'un ou plusieurs produits bio** (plutôt que des repas complets 100 % bio occasionnels) présentent de **nombreux avantages** pour les collectivités comme pour les producteurs (plus pratique, économique, pédagogique et durable comme expliqué précédemment).

Pour des commandes régulières : des quantités importantes pour 5 types de produits

Disponibilités indicatives en 2007 pour la région grenobloise :

Le pain : Pain semi-complet ou pains variés, au pur levain (meilleure conservation, pain plus aromatique et de meilleure qualité nutritionnelle qu'un pain avec levure). Disponible tous les jours quelle que soit la quantité.

La viande bovine : Bourguignon, pot au feu ou braisés, pour un total de 130 kg maxi /semaine.

A noter que la viande bio est plus riche en matière sèche. Elle perd moins d'eau en cuisson, les quantités peuvent donc être légèrement réduites.

La viande de volaille :

- poulet PAC (500 par semaine), ou poulet effilé (150 par semaine), toute l'année,
- cuisses ou filets sous vide (jusqu'à 1000 par semaine), toute l'année.

Les produits laitiers

- yaourts nature (jusqu'à 1000 yaourts par semaine)
- fromages en faisselle (jusqu'à 1000 par semaine)
- fromages type St-Marcellin (jusqu'à 1000 par semaine, soit pour 4000 couverts/semaine)
- tomme de Belledonne (pâte mi-cuite, jusqu'à 40 kg/semaine, de janvier à septembre)
- gruyère (pâte cuite pressée, jusqu'à 30 kg/semaine, de janvier à septembre)
- fromage blanc (jusqu'à 30 kg/semaine).

Ces produits sont garantis sans OGM, additif ou arôme.

Les fruits

Pommes de montagne ou de l'Y Grenoblois (jusqu'à 1000 kg/semaine, de septembre à mars).

Pour des commandes occasionnelles : toute la gamme possible jusqu'à 1000 couverts/jour :

Les producteurs bio, en priorité locaux, se sont organisés et sont aujourd'hui en mesure de fournir et livrer tous les types de produits nécessaires à la confection d'un repas (pain, fruits et légumes frais, viandes bovines, de volaille ou de porcs, produits laitiers), pour les collectivités iséroises, qui peuvent préparer et transformer les produits sur place.

Dans ce cas, il est conseillé de faire connaître sa commande environ 20 jours avant la date de repas prévu.

Un délai supplémentaire est préférable pour les collectivités de plus de 1000 couverts/jour.

Pour plus de renseignements

Contactez l'ADABio : Tel : 04-76-20-67-54, mail : armelle.buisson@adabio.com

QUEL MARCHÉ METTRE EN OEUVRE ?

Il est important de **prendre en compte les caractéristiques de l'offre disponible** tout d'abord lors de la définition des besoins et type(s) de produits, mais aussi **lors du choix de la forme du marché et de son volume global**. En effet, la forme et la procédure du marché (fonction du volume global) **conditionneront le type de fournisseurs en mesure de répondre** et peuvent empêcher des fournisseurs équitables, bio et/ou locaux de proposer leur offre si le marché est inadapté. Les paragraphes suivants expliquent quels marchés sont plus accessibles à ces fournisseurs.

1. Quelle forme de marché adopter ?

La **forme du marché choisie** va avoir des **répercussions** sur le type de fournisseurs candidats et en particulier sur les **possibilités de réponses des fournisseurs équitables, bio et/ou locaux**.

1.1 Rappel sur les principales formes de marché possibles :

Le marché peut être un **marché spécifique** (ex : marché bio, ou marché équitable..) ou **global** (incluant à la fois des produits spécifiques et conventionnels). En effet, à ce sujet, le CMP exige seulement que les fournitures ou prestations de services regroupées dans un même marché soient **homogènes**, soit en raison de leurs **caractéristiques propres**, soit parce qu'ils constituent une **unité fonctionnelle**.

D'autre part, le marché se compose de **différents lots**, sans limitation par un nombre maximum de lots. Le marché unique (un seul lot) est désormais l'exception et doit être justifié.

Remarque : Les candidats étant **libres de répondre à un seul ou plusieurs lots**, l'**allotissement** peut permettre aux fournisseurs de taille modeste ou de produits spécifiques de répondre à seulement un ou plusieurs lots.

Plusieurs possibilités d'allotissement existent :

- allotissement **par famille de produits** (ex : lot pour la viande, lot pour les fruits et légumes).
- ou réalisation de **lots spécifiques** pour les produits issus de l'agriculture biologique ou du commerce équitable (ex : lot bio ou lot « pain bio », lot équitable ou lot « fruits équitables »).

Possibilité de demande d'option en plus :

La collectivité peut demander aux candidats l'étude de plusieurs solutions techniques, dénommées « options », exposées dans le dossier de consultation (par exemple une option « équitable »). L'entreprise **doit alors faire une offre pour chacune de ces options** sous peine de rejet de son offre. Les fournisseurs spécialisés peuvent alors se trouver défavorisés, n'étant pas en mesure de répondre à la fois à l'offre de base et à celle spécifique.

Possibilité d'autorisation de variante :

Si la collectivité le précise dans l'avis du marché, les « variantes » **peuvent être autorisées** pour chaque lot. Comme les options, les variantes doivent être proposées en plus de l'offre de base, mais **les candidats ne sont pas obligés d'en présenter**. La collectivité doit simplement fixer dans le CCAP des exigences minimales à partir desquelles les candidats peuvent proposer des solutions beaucoup plus diverses et variées. Attention : Si la collectivité omet d'ouvrir le marché à variante, une proposition de variante par un fournisseur ne pourra pas être retenue.

Marché à bons de commandes :

Lorsque l'acheteur n'est pas en mesure de connaître précisément les quantités à commander et le rythme de ses consommations, il aura recours à un marché (alloti ou non) exécuté par bons de commande successifs : un marché initial est conclu, puis des bons de commande sont émis au fur et à mesure de l'apparition des besoins. C'est la forme de marché communément employée pour les marchés de denrées alimentaires. Elle est possible quel que soit le marché, en définissant, pour chaque lot, un minimum et un maximum, en montant ou en volume.

Depuis le nouveau CMP 2006, il est possible pour la collectivité de **s'adresser à un autre prestataire dans un maximum de 10 000 € HT et représentant moins de 1 % du marché**. Ainsi la collectivité peut s'adresser ponctuellement à un nouveau fournisseur, **pour commencer à introduire des produits citoyens**.

1.2 Quelles formes favorables aux produits équitables, bio et/ou locaux

Lots spécifiques dans un marché global :

En cas de marché global, il est préférable de privilégier des **lots spécifiques** (par ex : lots bio, lots équitables, lot « légumes de saison », lot « volailles fermières »). Cela permet de ne **pas restreindre** les possibilités de réponses aux seuls candidats capables de fournir **tous** les types de produits (par ex : à la fois bio, équitables, conventionnels...).

En effet, les candidats doivent être en mesure de **fournir la totalité du lot** auxquels ils répondent. Or les fournisseurs de produits citoyens ont souvent une gamme plus restreinte ou spécialisée (par exemple capacité de fournir seulement des produits bio). Constituer des lots spécifiques, adaptés aux caractéristiques des opérateurs susceptibles de répondre, va faciliter l'accès aux fournisseurs spécifiques et/ou locaux en mesure de répondre à certains des lots **dans leur totalité**.

Marché spécifique alloti :

Le choix de cette forme de marché est **encore plus efficace** et peut permettre la distinction de lots par famille de produits (ex : marché bio avec un lot pain et un lot viande). Ceci peut faciliter un **élargissement de la concurrence et augmenter les possibilités** de réponses de fournisseurs spécifiques et/ou locaux ne pouvant répondre sur toute la gamme. Ce type de marché est envisageable pour les collectivités où la charge administrative et la multiplicité des livraisons engendrées peuvent être intégrées et gérées.

Autorisation des variantes :

L'autorisation explicite de variantes par la collectivité peut permettre aux candidats de présenter, en plus de l'offre de base, une proposition qui peut s'avérer plus intéressante et plus adaptée aux objectifs de la collectivité et aux caractéristiques de l'offre existante, en particulier équitable, bio et/ou locale.

Conclusion :

La forme de marché choisie va conditionner l'accès à cette offre par les fournisseurs équitables, bio et/ou locaux. Pour qu'ils puissent être candidats, il est préférable de **choisir un marché spécifique alloti**, ou, à défaut, un marché global composé de **lots spécifiques** en adéquation avec les caractéristiques des offres spécifiques (bio, équitables) et/ou locales. **L'autorisation explicite de variantes** donne une plus grande souplesse et ouvre la possibilité aux fournisseurs de présenter une offre plus intéressante et plus adaptée que l'offre de base.

2. Les différents types de procédure pour un marché public

2.1 Rappel sur le type de procédure à suivre

La procédure à suivre varie suivant le montant du marché :

Plus le **montant** du marché est **faible** et les enjeux restreints, moins la procédure est réglementée et plus les **exigences de publicité** sont **réduites**. La mise en concurrence peut ainsi être limitée et proportionnelle aux enjeux du marché. Dans ce cas, les fournisseurs spécialisés en produits équitables, bio et/ou locaux ont plus de chance de pouvoir répondre et d'être aussi bien placés que des distributeurs tout produit et de grande envergure.

Seuils considérés pour les collectivités territoriales, suite au nouveau CMP 2006 :

Montant HT du marché (en €)	Procédure	Publicité exigée
0 à 4 000	MAPA	La publicité et la mise en concurrence ne sont pas obligatoires => <i>possibilité d'acheter de gré à gré</i>
4 001 à 90 000	MAPA	Publicité obligatoire, mais libre et adaptée en fonction des caractéristiques du marché => <i>si le marché est limité : possibilité d'une simple consultation de 3 fournisseurs minimum.</i>
90 001 à 210 000	MAPA	Avis à publier dans le BOAMP (échelle nationale) ou dans un Journal d'Annonces Légales (la plupart des journaux locaux)
210 001 et plus <i>sauf pour les lots < 80 000 € *</i>	Appel d'offre MAPA	Avis à publier au JOUE (Journal Officiel des Communautés Européennes) et dans le BOAMP .

Marché A Procédure Adaptée (MAPA) :

La collectivité peut recourir à une procédure adaptée en cas de marché < **210 000 € HT** et pour les **lots < 80 000 € HT** (en cas de marché > 210 000 € et à condition que le montant cumulé de ces lots n'excède pas 20 % de la totalité des lots, ou 20 % du montant minimum du marché).

En cas de MAPA, les modalités sont librement définies par la collectivité. Le volume et l'importance des pièces du marché peuvent être proportionnés au montant et à la complexité du besoin à satisfaire.

En cas de marché < 4 000 €, il n'est d'ailleurs pas obligatoire d'écrire les pièces du marché.

Mise en concurrence limitée pour les marchés < 90 000 € :

Pour ces marchés, la publicité est obligatoire mais libre et adaptée. Les collectivités peuvent utiliser le support qu'elles veulent : BOAMP, journal local, presse spécialisée, ou internet (www.ccc-France.fr ou le site de la collectivité elle-même).

Si le marché est limité, elles peuvent aussi organiser **une consultation**, c'est-à-dire qu'elles peuvent émettre une demande de devis auprès de fournisseurs de leur choix, sous réserve qu'ils soient au minimum 3.

Cette mise en concurrence limitée permet de **donner une chance** aux producteurs **locaux (bio ou non)** de répondre, de même pour les fournisseurs spécialisés dans l'équitable.

Souplesse supplémentaire pour les marchés <4000 € :

Ces marchés peuvent être passés, à tout moment dans l'année, de **gré à gré**, c'est-à-dire hors marché et sans mise en concurrence ni publicité. La collectivité peut alors demander à un ou plusieurs fournisseurs de livrer des produits sans autre forme de procédure.

Il faut simplement veiller à définir un **besoin spécifique**, qui peut aussi permettre de donner aux produits citoyens toute leur place.

Exemple : « faire découvrir aux enfants l'agriculture biologique, ou le commerce équitable, ou les légumes de saison », à l'occasion de la semaine du goût, ou du commerce équitable, du développement durable ou du Printemps Bio.

Il est possible de passer **plusieurs marchés** de ce type tout au long de l'année et ils pourront être **comptabilisés séparément s'ils sont différents**. C'est le cas, par exemple, si la collectivité décide de faire, un repas de découverte de légumineuses et céréales bio à l'automne, puis prend une nouvelle décision pour un autre repas sur les saveurs oubliées des légumes en bio. Par contre, c'est le montant total de tous les repas qui sera pris en compte s'ils sont de même type (exemple : 4 repas bio).

2.2 Quelle procédure favorable aux produits équitables, bio et/ou locaux :

Mettre en place un marché d'un montant **inférieur à 4 000 € HT** en réponse à un besoin spécifique, ou inférieur à **90 000 € HT** peut permettre de **faciliter les réponses par les producteurs locaux (bio ou non) et spécialisé en commerce équitable**, en raison d'une plus grande souplesse permise, notamment pour la mise en concurrence.

Ces petits marchés peuvent d'autant plus être utilisés **lors du démarrage** de l'introduction de produits citoyens, la souplesse permise pouvant faciliter l'adaptation et la construction progressive du projet de la collectivité.

3. Conclusion : Quels marchés cohérents avec une demande de produits équitables, bio et/ou locaux ?

Les nombreux atouts d'un marché spécifique alloti :

Le plus cohérent et favorable pour tous est de mettre en œuvre un marché de denrées alimentaires **spécifique** en réponse à un **objectif de restauration citoyenne**. S'il demande les 3 types de produits, l'objet du marché pourrait être nommé « marché de denrées alimentaires pour une restauration citoyenne contenant des produits bio, équitables et durables ».

A noter que les marchés publics sont **d'autant plus souples et accessibles** aux fournisseurs équitables, bio et/ou locaux en cas de montant global limité (inférieur à 90 000 €, ou 10 000 € et 1 % en cas de marché à bon de commande, ou inférieur à 4 000 € en cas de besoin spécifique ou pour commencer) et donc **en cas de marchés spécifiques**.

Ce marché spécifique sera composé de **plusieurs lots, chacun contenant des produits homogènes** :

- **selon le type** de produit citoyen (*par exemple* : lot « produits équitables », lot « produits bio », lot « produits durables » ...),
- **ou mieux : selon la famille** de produits (pour faciliter l'accès au plus grand nombre de fournisseurs) : *par exemple* : lot « pain bio », lot « riz équitable », lot « légumes de saison »...

Une introduction régulière et planifiée de quelques produits citoyens :

La collectivité a aussi tout intérêt à définir ce marché spécifique **sur quelques produits, qui seront introduits régulièrement**, plutôt que sur toute une gamme pour la réalisation de repas citoyens occasionnels. En effet, l'introduction régulière présente, pour la collectivité, **beaucoup plus d'avantages** (du point de vue financier, pratique, pédagogique, social et environnemental), comme expliqué précédemment. Cette introduction régulière gagnera aussi à être planifiée dans le temps.

Cette régularité peut se concrétiser de diverses manières :

- **Introduction d'un ou plusieurs produits citoyens par semaine**, en faisant éventuellement varier le(s) produit(s) selon la semaine, le mois ou la saison (si cela a été planifié avec le fournisseur au préalable) ;
Par exemple : pain bio un jour de la semaine A, fruit de saison en semaine B, riz équitable en semaine C, viande fermière et/ou bio en semaine D.
- **Introduction chaque jour d'un produit citoyen dans le menu** pour tout ou partie des convives.
Par exemple : du pain bio, ou une céréale équitable, ou un fruit de saison.

Des exemples de collectivités déjà engagées sont présentés en annexe.

En cas de marché global pour toutes les denrées alimentaires

En cas d'impossibilité de mettre en œuvre un marché spécifique, il faut veiller à définir des **lots spécifiques** (par exemple : un lot « bio » ou un lot « équitable »), plutôt que des lots regroupant différents types de produits (bio et conventionnels par exemple), qui empêcheraient les fournisseurs spécialisés ou locaux de répondre.

Autorisation de variante

Quel que soit le marché choisi, il est important aussi **d'ajouter l'autorisation explicite de variantes**, pour ouvrir la possibilité aux fournisseurs de présenter une offre plus intéressante et plus adaptée que l'offre de base.

**REDIGER LE MARCHE :
DES PROPOSITIONS DE FORMULATION**

COMMENT REDIGER LE CCTP ?

Remarque : l'acheteur doit rédiger un CCTP pour chacun des lots du marché.

1. Au niveau des spécifications techniques des produits

1.1 Conformité à un éco-label

Les spécifications techniques des produits peuvent exiger explicitement un type de produits et en particulier la conformité à un éco-label (tels que les produits bio ou équitables).

Pour les produits bio :

Le label AB est un écolabel reconnu. Il convient donc d'inscrire « produits issus de l'agriculture biologique ou équivalent »

La condition spécifiant que les produits livrés doivent être « issus de l'agriculture biologique » est légale, à condition qu'elle soit accompagnée de la mention « ou équivalent » pour respecter le principe de non discrimination entre produits équivalents.

Il est aussi préférable d'ajouter et exiger :

- que les denrées soient **produites et transformées conformément** aux dispositions du règlement 2092/91/CEE modifié,

Exemple : « Le présent lot sera conforme aux dispositions du règlement 2092/91/CEE modifié concernant le mode de production biologique de produits agricoles et sa présentation sur les produits agricoles et les denrées alimentaires »

- que ces produits fassent l'objet d'un **étiquetage certifiant** qu'ils sont issus de l'agriculture biologique.

« Tous les produits doivent comporter un étiquetage certifiant qu'ils sont issus de l'agriculture biologique :

- le label AB ou tout signe européen équivalent
- ou un étiquetage comportant les mentions suivantes « agriculture biologique » ou « produit issu de l'agriculture biologique » avec indication de l'organisme certificateur.

En cas d'absence de certification « agriculture biologique », l'offre n'est pas rejetée par principe mais le candidat doit prouver (par tout moyen) que les caractéristiques de ses produits sont équivalentes à celles des produits certifiés issus de l'agriculture biologique. »

Pour les produits équitables :

Actuellement le commerce équitable ne bénéficie pas de label reconnu « écolabel » en tant que tel. Cependant au regard de l'article 14 du nouveau CMP, il est désormais possible d'exiger dans les spécifications techniques que « telle ou telle denrée alimentaire soit produite dans des conditions respectant les critères internationaux du commerce équitable définis par FLO (Fairtrade Labelling Organisation), IFAT (The International Fair Trade Association) ou équivalent ».

Remarque : Au vu du projet de décret « relatif à la reconnaissance des personnes veillant au respect des conditions du commerce équitable », rédigé au vu de l'article 60 de la loi du 2 août 2005, une commission nationale du commerce équitable (CNCE) est susceptible d'être créée prochainement afin d'éclaircir le cadre juridique des opérations liées au commerce équitable. Ainsi par la suite, les collectivités pourront probablement citer des garanties « reconnues par la CNCE ».

Il est aussi préférable **d'ajouter**:

- que les produits doivent faire l'objet d'un étiquetage certifiant qu'ils sont issus du commerce équitable :
« Tous les produits doivent comporter un étiquetage certifiant qu'ils sont issus du commerce équitable par la présence du label Max Havelaar par exemple ou tout autre logo renvoyant à des critères équivalents ».
- le soumissionnaire est invité à fournir la preuve de l'équivalence de la garantie proposée aux critères internationaux du commerce équitable cités dans les spécifications techniques (FLO ou IFAT par exemple).

1.2 Caractérisation du produit souhaité

Exigences qualitatives :

Les caractéristiques du produit souhaité gagnent aussi à être clairement définies. Cela peut permettre d'imposer des **exigences supplémentaires en terme de qualité nutritionnelle et gustative**.

Exemple : **pour favoriser le pain bio local**, il peut être inscrit :

« les produits doivent obligatoirement

- être composés exclusivement de farine de blé panifiable type 80 moulue à la meule de pierre, d'eau filtrée et de sel marin non raffiné ;
- être fermentés à l'aide de pur levain ».

Exemple : **pour un lot « volailles fermières »** : Il peut être inscrit « que l'âge minimum d'abattage est de 91 jours et que les volailles doivent avoir accès à un parcours ».

Exemple : **pour de la viande bovine**, il peut être noté « que les animaux ne doivent pas avoir subi de stress avant l'abattage afin de garantir une qualité optimale de la viande et donc que le temps de transport entre l'exploitation agricole et l'abattoir ne doit pas dépasser 2 heures. »

Exemple : **pour les fruits et légumes**, la qualité des produits (notamment au niveau des vitamines) diminue plus le temps entre la récolte et la consommation augmente. Il est donc intéressant de prévoir un délai maximum autorisé entre la récolte et la consommation.

Interdiction de certains produits ou substances :

Il est possible aussi, a priori, d'**exclure** les produits contenant des **OGM** et donc d'encourager les produits issus de l'agriculture bio et du commerce équitable. Il est aussi possible d'interdire certains aliments contenant certaines substances (**additifs, conservateurs...**) qui ont été interdites au niveau européen mais pas au niveau français. En effet, les directives européennes prévalent sur la loi française et on peut interdire ces produits en évoquant « l'exception d'inconventionalité » de la loi française.

2. Au niveau des spécifications techniques annexes

Il est également important de tenir compte, dans les spécifications techniques annexes, **des spécificités structurelles de l'offre existante** (équitable, bio et/ou locale). Cela sera déterminant aussi bien dans le cas d'un marché de denrées alimentaires qu'une délégation de service public.

Pour promouvoir ces produits, il est bien de **modifier les pièces techniques du marché habituel** et de les **adapter** sur les points suivants :

- **conditionnement** : il convient de préférer les produits pas ou peu emballés (plus économiques, plus respectueux de l'environnement et plus disponibles),
- **typologie des produits** : privilégier les produits non transformés, car les opérateurs équitables, bio et/ou locaux peuvent proposer une large gamme de produits, mais ils sont « moins transformés » et peuvent nécessiter plus de préparation en cuisine.
- **quantité** : à adapter à l'offre, qui peut être limitée sur certaines gammes de produits,
- **saisonnalité** : la privilégier favorise les produits bio et/ou locaux et encourage le développement local de ces filières,
- **délai de livraison et fraîcheur** : la rapidité ou la réactivité de la livraison ainsi que la fraîcheur des produits sont d'autant plus possibles pour des fournisseurs proches de la collectivité,
- **prévision et délai de commande** : il est préférable de planifier ou anticiper les commandes pour permettre aux producteurs de s'organiser pour fournir ce qui est demandé (exemple : **compter un délai optimum de 20 jours pour des commandes bio ponctuelles**).

Il convient aussi **d'autoriser expressément les variantes** pour laisser la possibilité aux candidats de proposer, **en plus**, s'il y a lieu, une offre plus adaptée et plus favorable pour la collectivité et la production.

Exemple de formulation : « **Les variantes proposées par le titulaire dans son offre sont réputées acceptées pour le présent marché (ajouter éventuellement à l'exception des produits suivants avec la liste de ces produits) ».**

La volonté d'introduction de produits citoyens doit **aussi** être **précisée et justifiée dans les autres pièces** du marché, en particulier dans le règlement de consultation, pour répondre à un souci de transparence, légitimité et contrôle. Cela est expliqué ci-après.

COMMENT REDIGER LE REGLEMENT DE CONSULTATION ?

1. Formulation de l'objet

Elle est librement déterminée par les personnes publiques. Mais elle est fonction de la forme du marché choisie et elle doit répondre au souci de transparence du marché en affichant clairement les objectifs du marché.

Cas 1 : marché spécifique : il est indispensable de l'afficher clairement dans l'objet

Exemple pour un marché de produits bio ou équitables : « fournitures de denrées alimentaires issues de l'agriculture biologique ou du commerce équitable »

Exemple pour un marché regroupant les 3 types de produits citoyens (bio, local, équitable) : « marché pour une restauration citoyenne contenant des produits bio, équitables et respectant des notions de développement durable ».

Cas 2 : marché global comprenant quelques lots spécifiques : il est préférable de préciser l'existence de ces lots à la suite de l'objet principal. Cela facilitera la rencontre entre l'offre spécifique et la demande.

Exemple : « marché comprenant des lots bio et/ou équitables ou fermiers ou légumes de saison ».

Cas 3 : marché global contenant un critère environnemental : l'article 53 dispose que « les critères sont définis dans l'avis d'appel public à la concurrence ou dans le règlement de la consultation ». Dans un souci de visibilité, il est préférable d'inscrire les critères dans l'avis d'appel public à la concurrence.

Exemple : « produits alimentaires issus d'un mode de production respectueux de l'environnement ».

2. Formulation de la demande sur le savoir-faire des candidats

Au niveau de la sélection des candidats, la personne publique peut solliciter des renseignements sur le **savoir-faire** des candidats en matière de protection de l'environnement (article 45 du CMP), et faire référence à des **éco-labels** (art. 6). Cela permet aussi de répondre au souci de contrôle des caractéristiques des produits exigé par le CMP.

Exemple pour les candidats présentant des offres de produits bio ou équivalent, vous pouvez demander :

- **un certificat de qualification professionnelle en cours de validité**, tel que le certificat ou la licence en agriculture biologique. Conformément à l'arrêté du 26/02/04, la preuve de la capacité de l'entreprise peut cependant être apportée par tout moyen, notamment par des certificats d'identité professionnelle ou des références de travaux attestant de la compétence de l'entreprise à réaliser la prestation pour laquelle elle se porte candidate,
- **et/ou un certificat établi par des services chargés du contrôle de la qualité** et habilités à attester la conformité des fournitures aux spécifications de l'agriculture biologique. Conformément à l'arrêté du 26/02/04, d'autres preuves équivalentes de garantie de la qualité seront admises.

3. Mention et justification des conditions d'exécution

Les conditions d'exécution sont mentionnées principalement dans le CCTP, mais des mentions particulières doivent **aussi** être ajoutées dans les **autres pièces du marché** (dans un souci de transparence, légitimité et contrôle).

En particulier, en cas de marché ou lot spécifique (ex : marché ou lot bio), dans un souci de transparence et légitimité du marché, il convient de **préciser**, dans le règlement de consultation, la présence de lots spécifiques et de **motiver le choix du critère d'exécution**. Il peut être fait référence à des objectifs à caractère **environnemental et/ou social**.

Exemple de formulation pour les produits biologiques :

« Suite à l'adoption de la Charte de l'environnement et aux possibilités ouvertes par le Code des marchés publics (art. 14), la collectivité... **souhaite contribuer à la protection de l'environnement et au développement durable dans ses marchés publics de fournitures de denrées alimentaires**. Pour ce faire, un critère d'exécution du marché vise à promouvoir la protection de l'environnement : les lots x,y,z ou les denrées alimentaires à fournir devront être issu(e)s de l'agriculture biologique ou équivalent. »

Exemple de formulation pour les produits équitables :

« Compte tenu de la volonté du gouvernement français de favoriser le développement d'un commerce équitable avec l'Article 60, de la loi n°2005-882 du 2 août 2005, qui en donne une définition légale, la collectivité ..., ayant opté pour une motion (une délibération ou une résolution) en faveur du commerce équitable, souhaite participer au développement des filières équitables et au développement durable dans le cadre de ses marchés publics de denrées alimentaires. Pour ce faire, un critère d'exécution du marché vise à promouvoir le commerce équitable : les lots x,y,z, ou les denrées alimentaires à fournir, devront respecter les règles du commerce équitable telles que définies par les organisations internationales concernées (IFAT- International Fédération for International Trade, ou FLO- Fairtrade labelling Organisations). Il est recommandé que la conformité à ces règles soit garantie par un organisme indépendant Max Havelaar ou équivalent».

Exemple de formulation pour les produits locaux

« Suite à l'adoption de la Charte de l'environnement et aux possibilités ouvertes par le Code des marchés publics (art. 14), la collectivité... **souhaite intégrer des clauses sociales et environnementales pour un développement durable dans ses marchés publics de fournitures de denrées alimentaires**. Pour ce faire, un critère d'exécution du marché vise à promouvoir la protection de l'environnement : les lots x,y,z ou les denrées alimentaires à fournir devront être issu(e)s d'exploitations raisonnant leurs intrants et permettant un maintien sur le territoire d'un nombre suffisant d'exploitations. »

La demande de produits bio, locaux et/ou équitables peut **également être justifiée** par la volonté de réaliser cette introduction de produits **en lien avec le projet éducatif et nutritionnel de la collectivité**. Ce dernier peut porter sur la valorisation du patrimoine culturel et des spécificités du pays, sur l'éducation à une alimentation citoyenne, responsable vis-à-vis de sa santé et de l'environnement, et/ou solidaire des pays du Sud...

4. Utilisation et formulation des critères d'attribution

4.1 Dans quels cas utiliser les critères d'attribution ?

L'insertion de critères d'attribution en lien avec le développement durable va permettre de **favoriser ou renforcer les atouts des produits les mieux placés** sur ce point.

Cette insertion sera **particulièrement utile si aucune condition d'exécution n'impose** le respect d'un certain niveau de caractéristiques en lien avec le développement durable.

Par exemple, si le critère environnemental a un poids non négligeable par rapport aux autres critères, cela peut permettre d'écarter un lot conventionnel face à une variante certifiée bio (ou une variante qui serait, par rapport au lot conventionnel, plus respectueuse de l'environnement) et qui serait donc bien placée sur ce critère.

4.2 Quels critères possibles ?

Le code des marchés publics ainsi que les directives communautaires reconnaissent la possibilité d'acheter en tenant compte **de plusieurs critères et non plus du seul critère prix**.

Le critère environnemental

Il a été reconnu comme critère d'attribution, ce qui peut être une bonne opportunité pour **les produits bio et locaux**.

Néanmoins, les critères choisis doivent être objectifs et mesurables. Ils doivent être directement liés à l'objet du marché donc **il faut bien spécifier le lien à l'environnement dans l'objet du marché** (dans le règlement de consultation), comme précisé plus haut (cas 3).

Les critères doivent aussi pouvoir être appréciés selon une **échelle ouverte** (et non obéir à une logique binaire : oui/non), afin d'éviter toute discrimination.

Par conséquent, par exemple, **pour les produits bio**, le critère « produit issu de l'agriculture biologique » ne peut être retenu tel quel (cela revient à une logique binaire : produit bio ou non bio).

Exemple de formulation possible :

« **Caractéristiques environnementales de l'offre (appréciées selon le mode de production : agriculture conventionnelle, raisonnée ou biologique – ou équivalents). Pondération x %.** »

Le critère de coût global :

Ce critère (avec la notion de coûts cachés et de cycle de produit) est également accepté, même s'il est encore peu utilisé. Il peut s'appliquer pour les **produits bio et/ou locaux** :

- en cas de produits locaux : pollution limitée si transport réduit,
- pour les produits bio : moindre pollution, avantages nutritionnels des produits bio, et donc diminution des dépenses de santé....

Pour la prise en compte du transport :

Si la collectivité souhaite prendre en considération les externalités environnementales liées aussi au transport des denrées fournies, le **critère peut être rédigé** comme suit :

« **Caractéristiques environnementales de l'offre, appréciées selon le mode de production des denrées alimentaires (agriculture conventionnelle, raisonnée ou biologique –ou équivalents-) et les externalités environnementales dues au transport de ces denrées (mode de transport et distance parcourue au cours du cycle de vie du produit). Pondération x %.** »

Il faudra alors préciser, dans le règlement de consultation, le **mode d'appréciation du critère** environnemental lié au transport :

« les externalités environnementales dues au transport des denrées seront appréciées sur la base d'un document technique décrivant, pour chaque produit final livré, les lieux de production, de transport et de livraison ainsi que le mode de transport utilisé entre chacune de ces étapes de la vie du produit. [Si un critère d'attribution relatif à la traçabilité est retenu, précisez-le]. Ces informations peuvent être présentées dans le document relatif à la traçabilité des produits. »

Attention : il appartiendra alors au fournisseur de réaliser et de présenter ce document technique dans le cadre de la description des caractéristiques techniques de son offre. Cela peut représenter une charge administrative non négligeable.

4.3 Importance d'une pondération optimale des critères d'attribution

La pondération établie entre les critères sera **déterminante** pour le choix du fournisseur. Le critère prix ne doit pas peser plus lourd que les critères environnementaux, sinon il risque d'annuler l'existence de ces critères et seule l'offre la moins-disante pourra être retenue.

Il convient aussi de **distinguer le critère qualité** du produit et ses **caractéristiques environnementales**, pour que les produits bien placés sur ses 2 critères soient favorisés, comme ce peut être le cas pour les produits bio (d'une part apports nutritionnels et souvent qualités gustatives supérieures, et d'autre part, impact réduit sur l'environnement par ce mode de production).

Exemple de pondération : **Qualité du produit (35 %), qualité du service (25 %), mode de production (20 %), prix (10 %), traçabilité (10 %).**

Remarque : En cas de variante ou option, l'acheteur public compare d'une part les offres de base entre elles et d'autre part, les variantes ou options entre elles. Puis, dans un second temps, il compare l'offre de base la plus intéressante avec la variante ou l'option la plus intéressante. **Le succès de la variante ou de l'option dépendra donc aussi de la pondération affectée à chaque critère.**

4.4 Importance de la justification du choix des critères d'attribution

Dans un souci de légitimité et pour que le critère environnemental soit non discriminatoire et lié à l'objet du marché, il est préférable de **motiver le choix du critère** dans le règlement de consultation.

Exemple de formulation :

« Suite à l'adoption de la Charte de l'environnement et aux possibilités ouvertes par le Code des Marchés Publics (art. 53), la collectivité... souhaite contribuer à la protection de l'environnement et au développement durable dans ses marchés publics de fourniture de denrées alimentaires. Pour ce faire, un critère relatif aux performances de l'offre en matière de protection de l'environnement est adopté. Il sera apprécié en fonction des caractéristiques environnementales du mode de production des denrées alimentaires contenues dans les offres [et éventuellement en fonction des externalités environnementales liées au transport des denrées]. Une pondération de 20 % lui est affectée. »

EN RESUME

Tableau récapitulatif des éléments clefs favorables pour l'introduction des produits équitables / bio / locaux.

Etape du processus	EQUITABLE	BIO (en priorité local)	LOCAL
Définition de la demande	Privilégier l'introduction régulière de quelques produits		
Procédure du marché	Privilégier des marchés < 90 000 € en adaptant la publicité aux enjeux du marché Grand atout des marchés < 4 000 € , surtout au démarrage (aucune exigence particulière autre qu'un besoin spécifique) En cas de marché à bons de commande, possibilité de faire appel à un autre fournisseur dans la limite de 10 000 € et 1 % du marché		
Type de marché : - si plus d'1 de ces 3 familles de produits :	Marché spécifique avec des lots distincts pour chaque famille de produits		
- si 1 des 3 familles de produits :	Marché équitable alloti (par famille de produits) avec autorisation de variantes	Marché bio alloti (par famille de produits) avec autorisation de variantes	Création d'un lot spécifique avec autorisation de variantes
CCTP (Conditions exécutions) : - Conformité à un éco-label	Demander des « produits respectant les critères internationaux du commerce équitable définis par FLO (Fairtrade Labelling Organisation), IFAT (The International Fair Trade Association) ou équivalent ».	Demander des « produits issus de l'agriculture biologique ou équivalent », en conformité avec le règlement 2092/91/CEE modifié	
- Spécifications techniques	Exiger des caractéristiques qualitatives favorables à ces produits		
- Spécifications annexes	Prendre en compte les spécificités de ces produits (quantité adaptée, saisonnalité, type emballage, délai de commande...)		
Règlement de consultation - Formulation de l'objet	Afficher clairement le type de produits demandés en lien avec la forme de marché (ex : bio, équitable..) En cas de demande des 3 familles de produits, il peut être inscrit « Marché spécifique pour une restauration citoyenne contenant des produits bio, équitables et respectant des notions de développement durable »		
- Justification	Expliquer pourquoi la collectivité demande ces produits (Ex : demande en lien avec un objectif de développement durable et/ou le projet éducatif et nutritionnel de la collectivité)		
- Savoir faire des candidats		Demander la licence en agriculture biologique ou l'attestation de conformité aux spécifications de l'agriculture biologique	
- critères d'attribution	Le prix ne doit pas avoir le poids le plus important. Préférer une pondération plus importante pour la qualité sociale et environnementale	Le prix ne doit pas avoir le poids le plus important. Préférer une pondération plus importante pour la qualité et le respect de l'environnement (dans le mode de production et pour le transport).	Le prix ne doit pas avoir le poids le plus important. Préférer une pondération plus importante pour la qualité et l'aspect environnemental.

LES CONTACTS POUR VOUS AIDER DANS VOS DEMARCHES

→ Pour les produits bio :



ADABio

Association pour le Développement de l'Agriculture Biologique en Isère, Pays de Savoie et dans l'Ain
Pour un accompagnement et des animations sur l'agriculture biologique

Mme Armelle Buisson

40 Avenue Marcelin Berthelot - BP 2608, 38036 GRENOBLE cedex 2

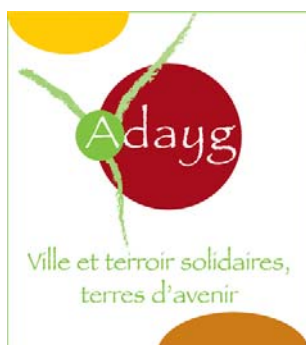
Tel : 04 76 20 67 54

Fax : 04 76 20 67 44

Email : armelle.buisson@adabio.com

Site : www.adabio.com

→ Pour les produits locaux :



ADAYG

Association pour le développement de l'agriculture dans l'Y Grenoblois
Pour un accompagnement et des animations sur l'agriculture du bassin grenoblois

Mme Karine Berthaud

40 Avenue Marcelin Berthelot - BP 2608, 38036 GRENOBLE cedex 2

Tel : 04 76 20 67 24

Fax : 04 76 40 38 44

E-mail : karine.berthaud@adayg.org

Site : www.adayg.org

→ Pour les produits issus du commerce équitable :



Equi'Sol

Association de promotion du commerce équitable en Rhône Alpes
Pour un accompagnement et des animations sur le commerce équitable

Mme Mathilde Legon

15 rue Georges Jacquet 38000 Grenoble

Tel : 04 38 21 05 11

Fax : 04 76 48 49 85

E-mail : equisol38@free.fr

Site : www.equisol.org

BIBLIOGRAPHIE

Guide pratique: « Guide CARPE de l'achat public responsable »

http://www.eurocities.org/carpe-net/site/IMG/pdf/CARPE_guide_de_l_achat_public_responsable.pdf

Guide pratique : « Guide de l'achat responsable pour les acheteurs publics »

www.ethique-sur-etiquette.org/docs/guide_achat_ethique.pdf

Guide pratique : "Changer le restaurant de l'École pourquoi et comment ?"

Guide des familles pour une restauration scolaire de qualité : UNAF - Novembre 2001.

http://www.unaf.fr/article.php3?id_article=323

Note juridique : Jérôme Michon, Groupe de collectivités Franciliennes pour une commande publique responsable, « Le cadre juridique de la commande publique responsable, nouveau code des marchés publics adopté le 1er août 2006 », ARENE, septembre 2006.

Document juridique : Décret n° 2006-975 du 1er août 2006 portant Code des marchés publics, JORF n° 179 du 4 août 2006, page 11627, texte n° 20.

Document juridique : Circulaire du 3 août 2006 portant manuel d'application du Code des marchés publics, JORF n° 179 du 4 août 2006, page 11665, texte n° 23.

Guide pratique : « L'achat de fourniture de produits bio en restauration collective », FNAB, août 2005, 51 pages.

Guide pratique sur l'introduction d'aliments biologiques en restauration collective au travers des marchés publics, CORABIO, mars 2005, 16 pages.

Guide : « Le guide lyonnais du commerce équitable, Equi'Sol, 2006.

Liste des annexes

Annexe 1 : Les articles du nouveau Code des Marchés Publics

Annexe 2 : La démarche globale pour intégrer des produits équitables, locaux et biologiques en restauration collective : de la volonté aux actes

Annexe 3 : Exemples de collectivités engagées (en bio)

Annexe 4 : Fiches expériences

Annexe 5 : Contrats producteurs (locaux)

Annexe 6 : Définitions du commerce équitable, chartes, labels et garanties : une histoire mouvementée

Annexe 1 : Les articles du nouveau code des marchés publics

Le nouveau code des marchés publics (Août 2006) renforce les possibilités offertes par la version précédente (2004). Les articles 5, 6, 14, 45, 50 et 53 du nouveau code permettent au pouvoir adjudicateur de prendre en compte des exigences environnementales lors de l'achat public dans le respect des principes généraux de la commande publique.

L'Article 5 - Une définition des besoins tout en prenant en compte des « préoccupations de développement durable »² :

Cet article impose au pouvoir adjudicateur de tenir compte de préoccupations de développement durable dans la définition des besoins. Dès cette première étape de l'achat public, le pouvoir adjudicateur peut s'interroger sur les possibilités d'intégrer des exigences en terme d'environnement, de conditions de travail et de coût global de l'achat.

Art.5 : « I. - La nature et l'étendue des besoins à satisfaire sont déterminées avec précision avant tout appel à la concurrence ou toute négociation non précédée d'un appel à la concurrence en prenant en compte des **objectifs de développement durable**. Le ou les marchés ou accords-cadres conclus par l'entité adjudicatrice ont pour objet exclusif de répondre à ces besoins. (...) »

La définition du besoin demeure un préalable obligatoire : l'objectif est de rechercher une offre qui a vocation à satisfaire un besoin. Elle doit répondre à des objectifs fixés à l'avance, notamment au niveau technique, économique, environnemental, social. Dans le cadre du CMP 2006, l'acheteur public **«doit» prendre en compte des considérations de développement durable pour la définition de ses besoins**. Il ne s'agit pas d'une possibilité, mais bien d'une obligation. Il doit en outre, surtout en procédure adaptée, étudier le potentiel de candidats susceptibles de répondre à son besoin (cela peut impliquer la nécessité de recourir à des techniques d'e-sourcing).

Le développement durable est un nouveau principe consacré avec force de droit et que les acheteurs publics ne peuvent plus ignorer dans leur politique d'achats.

L'Article 6 - Consécration pour la première fois des écolabels dans le CMP

Pour la première fois, le CMP 2006 consacre les écolabels comme étant utilisables lors de la définition des besoins. Ainsi, l'article 6 permet de définir des spécifications techniques dans les documents de la consultation concernant des exigences en matière environnementale.

*« Les prestations qui font l'objet d'un marché ou d'un accord-cadre sont définies, dans les documents de la consultation, par des spécifications techniques formulées (...) en termes de performances ou d'exigences fonctionnelles. Celles-ci sont suffisamment précises pour permettre aux candidats de connaître exactement l'objet du marché et à l'entité adjudicatrice d'attribuer le marché. Elles peuvent inclure des **caractéristiques environnementales** (...) »*

*Lorsque les performances ou les exigences fonctionnelles (...) comportent des **caractéristiques environnementales**, celles-ci peuvent être définies par référence à tout ou partie d'un **éco-label** pour autant :*

1° que cet éco-label soit approprié pour définir les caractéristiques des fournitures ou des prestations faisant l'objet du marché ;

2° que les mentions figurant dans l'éco-label aient été établies sur la base d'une information scientifique;

3° que l'éco-label ait fait l'objet d'une procédure d'adoption à laquelle ont participé des représentants des organismes gouvernementaux, des consommateurs, des fabricants, des distributeurs et des organisations de protection de l'environnement ;

4° que l'éco-label soit accessible à toutes les parties intéressées (...) »

Le code fournit une définition des écolabels et soumet leur utilisation à certaines conditions ; il convient de se référer aux écolabels reconnus attribués par des organismes indépendants et établis par les

² Source : Note de Jérôme Michon « Le cadre juridique de la commande publique responsable, nouveau code des marchés publics adopté le 1^{er} août 2006 », ARENE, septembre 2006.

pouvoirs publics en concertation avec les parties intéressées telles que les distributeurs et industriels, les associations de consommateurs et de protection de l'environnement.

Cependant un produit respectant les éléments environnementaux exigés par l'acheteur public sans disposer de l'écolabel souhaité peut malgré tout être sélectionné. Il ne peut pas être rejeté pour ce seul motif.

L'Article 14 : Impose des obligations en matière environnementale devant être respectées par le titulaire du marché quel qu'il soit.

Introduction de conditions d'exécutions environnementales dans l'avis d'appel public à la concurrence ou dans le règlement de consultation. Ces conditions ne doivent pas avoir d'effet discriminatoire.

*« Les conditions d'exécution d'un marché ou d'un accord-cadre peuvent comporter des éléments à caractère social ou environnemental qui prennent en compte les **objectifs de développement durable** en conciliant développement économique, protection et mise en valeur de l'environnement et **progrès social**.*

Ces conditions d'exécution ne peuvent pas avoir d'effet discriminatoire à l'égard des candidats potentiels. Elles sont indiquées dans l'avis d'appel public à la concurrence ou dans les documents de la consultation ».

L'Article 45 : Autorise les acheteurs publics à examiner le savoir-faire des candidats en matière de protection de l'environnement au travers de l'appréciation de leurs capacités techniques.

« I. – L'entité adjudicatrice ne peut exiger des candidats que des renseignements ou documents permettant d'évaluer leur expérience, leurs capacités professionnelles, techniques et financières ainsi que des documents relatifs aux pouvoirs des personnes habilitées à les engager. (...) »

*II. – L'entité adjudicatrice peut demander aux opérateurs économiques qu'ils produisent des certificats de qualité. Ces certificats, délivrés par des organismes indépendants, sont fondés sur les normes européennes. Pour les marchés qui le justifient, l'entité adjudicatrice peut exiger la production de certificats, établis par des organismes indépendants, et attestant leur capacité à exécuter le marché. Pour les marchés de travaux et de services dont l'exécution implique la mise en oeuvre de mesures de **gestion environnementale**, ces certificats sont fondés sur le système communautaire de management environnemental et d'audit (EMAS) ou sur les normes européennes ou internationales de gestion environnementale. Dans les cas prévus aux trois alinéas précédents, l'entité adjudicatrice accepte tout moyen de preuve équivalent ainsi que les certificats équivalents d'organismes établis dans d'autres États membres (...) »*

L'Article 50 - Possibilité de présenter des variantes sur la protection de l'environnement dans les spécifications techniques :

Cet article laisse une plus grande latitude au pouvoir adjudicateur.

« Lorsque l'entité adjudicatrice se fonde sur plusieurs critères pour attribuer le marché, il peut autoriser les candidats à présenter des variantes (...) Les documents de la consultation mentionnent les exigences minimales que les variantes doivent respecter ainsi que les modalités de leur présentation. (...) Les variantes sont proposées avec l'offre de base. »

L'article 53 - Permet aux acheteurs publics de faire peser le critère environnemental par rapport à l'ensemble des autres critères de choix de l'offre, à condition qu'il soit lié à l'objet du marché ou aux conditions d'exécution.

*« Pour attribuer le marché au candidat qui a présenté l'offre économiquement la plus avantageuse, l'entité adjudicatrice se fonde (...) sur une pluralité de critères non discriminatoires et liés à l'objet du marché, notamment la qualité, le prix, la valeur technique, le caractère esthétique et fonctionnel, les **performances en matière de protection de l'environnement**, les performances en matière d'insertion professionnelle des publics en difficulté, le coût global d'utilisation, la rentabilité, le caractère innovant, le service après-vente et l'assistance technique, la date de livraison, le délai de livraison ou d'exécution. D'autres critères peuvent être pris en compte s'ils sont justifiés par l'objet du marché ... »*

Des évolutions dans les procédures de passation des marchés favorisant l'intégration de considérations environnementales et sociales

- Le choix du mode de dévolution :

Le nouveau CMP 2006 fixe comme principe l'allotissement des marchés publics. Le marché global avec un lot unique est une exception utilisable sous certaines conditions et dont la preuve doit être apportée. **Il est donc possible de concevoir des lots à vocations sociales et/ou environnementales, c'est-à-dire des lots où des considérations particulières d'ordre social et/ou environnemental sont prévues.**

- Le marché à bons de commande et les autres marchés passés sur le fondement d'un accord-cadre :

C'est une variante des marchés qui fait suite à un « accord-cadre », comme le précise le nouveau CMP 2006. Ce dernier a par ailleurs simplifié les règles devant être respectées dans le cadre des marchés à bons de commande (suppression par exemple de l'obligation de mentionner un montant maximum et minimum ou de telles quantités). **Les accords-cadres offrent la possibilité pour les acheteurs publics de pré qualifier ou présélectionner des entreprises en matière environnementale pour une certaine durée (4 ans étant le maximum).**

Ensuite, dans une seconde phase, a lieu le « marché passé sur le fondement d'un accord-cadre » (expression du CMP 2006) ou le « marché-cadre » (expression européenne) dans lequel on retrouve des critères d'attribution plus classiques tels que le prix, les délais de livraison, la valeur technique, etc.

Ces deux types de critères, ceux de sélection intervenant au niveau de l'accord-cadre et ceux d'attribution intervenant au niveau du ou des marchés fondés sur celui-ci, doivent avoir été prévus dès le départ dans l'avis d'appel public à la concurrence relatif à l'accord cadre.

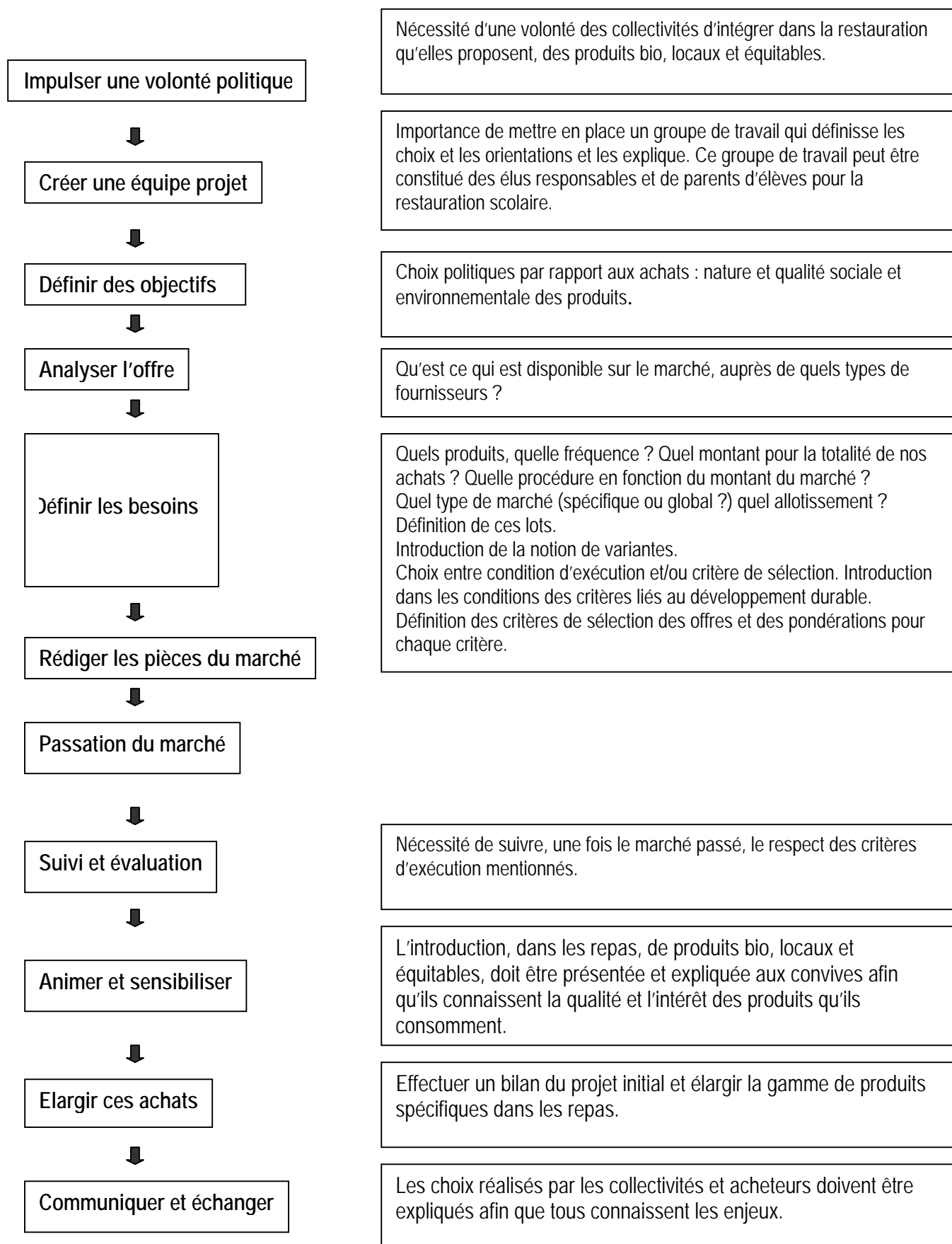
Sources :

Groupe de collectivités franciliennes pour une commande publique responsable, note de Mr Jérôme Michon, professeur en droit des marchés publics et privé « Le cadre juridique de la commande publique responsable – nouveau code des Marchés Publics adoptés le 1^{er} Août 2006 », septembre 2006.

Décret n° 2006-975 du 1^{er} août 2006 portant Code des marchés publics, JORF n°179 du 4 août 2006, page 11627, texte n°20.

Circulaire du 3 août 2006 portant manuel d'application du Code des marchés publics, JORF n°179 du 4 août 2006, page 11665, texte n°23.

Annexe 2 : La démarche globale pour intégrer des produits équitables, locaux et biologiques en restauration collective : de la volonté aux actes



Annexe 3 : Exemples de collectivités engagées (en bio)

Exemples d'initiatives régulières déjà effectuées, pour l'introduction de produits bio (en priorité locaux) :

CLT	Lieu	Type de procédure	Forme du marché	Critères utilisés	Fournisseurs /Prestataires	Produits, Fréquence, Volume	Contacts
Collège L. Mauberret	La Mure (38)	MAPA (mise en concurrence de 3 fournisseurs)	Marché spécifique bio (composé de 3 lots bio)	Bio inscrit dans les critères techniques (CCTP), avec demandes précises	Manger Bio Isère (fournisseur de produits bio locaux)	1 produit bio (pain, produits laitiers, viande bovine) 1 fois par semaine pour 500 convives	Jean-Marc CHARPIN (gestionnaire)
Collège Le Calloud	La Tour du Pin (38)	Pas d'appel d'offre	-	-	Manger Bio Isère (fournisseur de produits bio locaux)	30 kg de pain bio 1 fois par semaine	Olivier FERRAND (cuisinier)
Ville de Meylan	Meylan (38)	Appel d'offre au niveau européen	Marché de prestation de service pour la restauration scolaire	Bio inscrit dans les critères techniques (CCTP), demande de produits frais bruts de saison, cultivés en priorité à proximité, animations pour valoriser le patrimoine et spécificités du pays en lien avec le projet éducatif de la commune	SHCB (et quelques fournisseurs locaux)	1 produit bio (pain ou laitage) 1 fois par semaine et un repas bio complet 1 fois par mois	Christelle CURIEN (responsable achat) et Violette CAMBONI (responsable restauration)
Ville de Grenoble	Grenoble	Appel d'offre valable 1 an renouvelable 2 fois			Sodexo en grossiste	2 composantes bio par repas (Pain, fromage, pâtes...) 2 fois/semaine et 1 repas bio toutes les 7 semaines	Christian CHEDRU (direct. Adj. restauration municipale)

Ce tableau n'est pas exhaustif. Ce sont des exemples des diverses formes d'introductions de produits bio déjà engagées.

Annexe 4 : Fiches expériences

Fiche d'expérience de la ville de Villeneuve d'Ascq

Mots clés : Restauration municipale – riz équitable – Société de restauration collective

Titre de l'expérience :	Introduction due RIZ EQUITABLE dans la RESTAURATION MUNICIPALE gérée par la ville de Villeneuve D'Ascq	
Porteur du projet :	Ville de Villeneuve D'Ascq Hôtel de Ville Place Salvador Allende 59650 Villeneuve d'Ascq www.mairie-villeneuedascq.fr	Contact: Mr Stéphane ALLORGE <i>Directeur de la commande publique</i> sallorge@villeneuedascq.fr Tel : 03 20 43 50 99 Ou Mme Amélia Deron, aderon@villeneuedascq.fr
Principaux acteurs du projet :	Mme Marie AGBESSI <i>Elue Adjointe au Développement Durable</i> magabessi@villeneuedascq.fr Tel : 03 20 43 50 38	Mme Dominique CABAL <i>Elue en charge de la restauration et de l'éducation</i> dcabal@villeneuedascq.fr Tel : 03 20 43 50 50
	Mme Stéphanie MONTAGNE <i>Diététicienne</i> smontagne@villeneuedascq.fr	Mr SPANNEUT – Société API <i>Responsable de la cuisine centrale</i> Tel : 03 20 91 14 20
Démarche globale:	<p>Depuis 2002, la ville participe à un groupe de travail régional, regroupant la majorité des collectivités du Nord Pas-de-Calais, dont l'objectif est de mener une réflexion commune sur la faisabilité d'une politique d'achats « éthiques » ou « responsables » au sein des collectivités. La ville de Villeneuve d'Ascq affiche une volonté politique forte pour mettre en œuvre de manière effective une politique d'achat responsable.</p> <p>En 2003 et au sein de la ville de Villeneuve d'Ascq, un groupe de travail technique (regroupant les services opérationnels) et un comité de pilotage politique (présidé par le Maire, composé d'élus et du Directeur Général des Services) ont dégagé trois axes de travail : « commande publique et environnement, commande publique et clause sociale, commerce équitable et qualité sociale ». Une méthodologie de travail a par la suite été élaborée pour programmer, lancer et évaluer les marchés dans lesquels une clause d'insertion pouvait être inscrite (art 14 du Code des Marchés Publics). L'ensemble du dispositif est piloté par le Directeur de la Commande Publique, tandis que la Commission d'Appels d'Offres (CAO) joue un rôle en amont des procédures dans la validation des clauses qui doivent être insérées dans les marchés. Par ailleurs, le PLIE (Plan Local pour l'Insertion et l'Emploi) et la Mission Locale de Villeneuve d'Ascq sont partenaires du projet. Ils participent à l'analyse d'opportunité en amont, mais assurent également un rôle d'assistance-conseil pour les entreprises souhaitant répondre aux clauses de l'appel d'offres.</p>	
Objectif :	<p>Lors du renouvellement du cahier des charges pour le marché de la restauration municipale, la ville a organisé un débat public sur la restauration municipale où tous les parents ont été invités. Le thème du commerce équitable a été abordé. Par la suite, le service enseignement-restauration a étudié la possibilité de mettre des produits du commerce équitable dans les repas.</p> <p>L'objectif ainsi défini est d'introduire du riz équitable dans la restauration collective de manière permanente: tous les repas à base de riz doivent être composés de riz issu du commerce équitable. Il s'agit d'une exigence du cahier des charges.</p>	
Description :	<p>Concernant la restauration municipale, et notamment scolaire, la ville fait appel à une société de restauration collective qui doit assurer l'achat, la fabrication et la livraison des repas dans 31 restaurants scolaires. La ville met à disposition de la société les locaux de la cuisine centrale qui est un bâtiment municipal (ainsi que son équipement).</p> <p>Elle a passé un appel d'offres européen d'une durée initiale d'un an et renouvelable pour une durée maximum de quatre ans (2005 à 2008).</p> <p>L'article 3.6.3 du CCTP mentionne « qu'à chaque fois que du riz sera proposé au menu, celui-ci sera issu du commerce équitable. Toute autre proposition pourra être faite dans ce cadre. » Imposé, dans le cahier des charges, cet article n'a pas empêché le marché d'être fructueux, et n'a entraîné aucune incidence financière.</p>	

Bénéficiaires :		31 restaurants scolaires Une moyenne de 5000 repas/jours en scolaire - 2000 repas le mercredi. Les bénéficiaires sont les enfants demi-pensionnaires dans les écoles, centres de loisirs et crèches de la ville.
RIZ	Pourquoi le riz ?	Le riz a été retenu car c'est une denrée utilisée fréquemment dans les menus, C'est une denrée non périssable qui se stocke plus facilement,
	Caractéristiques :	La collectivité consomme deux types de riz équitable : - un riz thaï parfumé origine Laos labellisé Max Havelaar (3 tonnes/an) - un riz long blanc labellisé Max Havelaar (5 tonnes/an) A noter que la cuisine centrale a testé 4 sortes de riz équitables différents en amont, les 2 riz précités ont été choisis et demandés aux prestataires.
	Volume :	8 tonnes de riz par an à raison de 2 services de riz par mois (3 tonnes de riz parfumé et 5 tonnes de riz long)
	Fournisseurs :	La société de restauration collective API qui a emporté le marché, se fournit en riz équitable auprès de deux sociétés spécialisées dans le commerce de produit bio et équitable : France Interphase Bio – Roubaix – Tel : 03 20 36 58 57 Calibio – Normandie – Mr Kalid –Tel : 06 63 75 50 20
	Prix:	Prix moyen du riz consommé avant cette opération: 0.68 € HT /Kg Prix moyen du riz issu du commerce équitable labellisé Max Havelaar consommé actuellement : entre 1,60 et 1.97€HT/Kg selon le type de riz (prix négocié avec les fournisseurs en fonction du volume d'achat commandé pour une année). L'augmentation du coût du kilo de riz en raison de son caractère équitable n'a pas eu d'incidence particulière sur le prix du repas.
Difficultés rencontrées :		Les difficultés ont concerné l'approvisionnement et le conditionnement du produit : - la collectivité a eu des difficultés pour trouver des fournisseurs en mesure de proposer du riz équitable pour la consommation hors domicile. - au départ le riz était conditionné en boîte de 250g ou 1KG, désormais il est fournis en sac de 5 ou 10 kg.
Atouts :		La collectivité dispose d'une capacité de stockage importante au niveau de l'épicerie de la cuisine centrale, Une telle opération est rendue plus abordable de part le volume significatif de riz consommé à l'année.
Garantie et suivi du marché :		Le suivi du marché est effectué par la diététicienne qui contrôle les denrées et les certificats attestant que le riz est issu du commerce équitable c'est-à-dire que le produit répond aux standards internationaux du commerce équitable définis par les organisations internationales IFAT (International Fédération for International Trade) et FLO (Fairtrade labelling Organisations). La conformité du produit à ces standards est garantie par une organisation indépendante, le label Max Havelaar.
Communication autour du projet		Un article a été diffusé dans le journal municipal « La Tribune » pour informer les citoyens et valoriser la démarche. La communication auprès des parents s'est effectuée uniquement par le biais des menus.
Autres démarches :		- Café : le café servi dans les différentes manifestations organisées par la Ville, est labellisé Max Havelaar. Par ailleurs, des négociations sont en cours pour que l'intégralité des distributeurs de boissons installés dans les locaux municipaux propose du café équitable. Plusieurs distributeurs proposent ce type de café depuis 2005. - Cadeaux de fin d'année : les cadeaux de fin d'année effectués par le Maire ont été achetés chez Artisans du Monde. - Marchés de fournitures courantes (vêtements, fournitures de bureau, fournitures scolaires ...) : une charte d'engagement moral sur la qualité sociale de production et de fabrication des produits doit être signée par les candidats aux marchés (une annexe en trois volets est jointe au CCTP).
Extension possibles :		Former le personnel d'encadrement et valoriser l'action dans les restaurants scolaires grâce à des supports pédagogiques sur les caractéristiques du riz issus du commerce équitable. Organiser une séance d'information pour sensibiliser les parents d'élèves. Sensibiliser les bénéficiaires par des interventions pédagogiques dans les écoles.

Fiche d'expérience de la ville d'Annemasse

Mots clés : Société de restauration collective – commerce équitable - variantes

Titre de l'expérience :	Les variantes : une possibilité d'intégration de produits issus du commerce équitable dans la restauration collective	
Porteur du projet	Ville d'Annemasse Service des Relations Extérieures et des Relations Internationales Tel : 04 50 95 07 00 www.mairie-annemasse.fr	Contact: Yann Depiat Chargé de mission relations extérieures Tel : 04 50 95 82 68 yann.depiat@mairie-annemasse.fr
Principaux acteurs	Christian Dupessey Adjoint au maire chargé des relations extérieures et du rayonnement de la ville christian.dupessey@mairie-annemasse.fr	Cédric Denarnaud Responsable du service de restauration scolaire Tel : 04 50 95 07 00 cedric.denarnaud@mairie-annemasse.fr
Contexte	En mai 2005, la ville d'Annemasse a accueilli un atelier des 2èmes Assises régionales du commerce équitable organisées par Equi'Sol. Cet événement a favorisé l'émergence d'une réflexion au sein de l'équipe municipale sur la politique d'achats de la ville, qui s'est concrétisée en novembre 2005 par le vote d'une délibération sur la politique de solidarité internationale, dans laquelle le Conseil municipal s'est engagé dans « une démarche d'achats éthiques, interne aux services de la ville et aux structures qui en dépendent (cantines scolaires...) ».	
Définition des objectifs	Le renouvellement en septembre 2006 du marché de restauration collective fut considéré comme une première opportunité d'intégration de produits équitables dans la commande publique. Projet pilote, ce marché entend atteindre plusieurs objectifs : <ul style="list-style-type: none"> - traduire dans les faits les engagements de la ville ; - démontrer les capacités des acteurs de commerce équitable à répondre aux spécificités de la commande publique ; - former et informer les agents des services aux problématiques de la commande publique responsable. 	
Démarche	Un groupe de travail transversal s'est constitué pour réfléchir à l'intégration de produits issus du commerce équitable dans ce marché. Non spécialiste de cette question, celui-ci a sollicité l'association Equi'Sol pour qu'elle l'appuie dans sa démarche autour de deux axes : <ul style="list-style-type: none"> - un accompagnement dans la rédaction du cahier des charges ; - une formation des élus et techniciens sur la commande publique responsable. Souhaitant limiter le risque d'un marché infructueux, le groupe de travail a conservé une solution de base à laquelle elle a ajouté deux variantes: <ul style="list-style-type: none"> - 1 : la fourniture d'un repas par trimestre à base de produits équitables; - 2 : l'introduction quotidienne de produits équitables dans la confection des repas. <p><u>Article 3-1-4 du CCTP :</u> « Confection des plats dans le cadre du commerce équitable. Si la variante 1 ou la variante 2 est retenue par le groupement, le titulaire met en oeuvre les dispositions qui suivent relatives à la confection des plats dans le cadre du commerce équitable.</p> <p>Engagement dans une démarche d'achat équitable Le groupement traduit la volonté du Conseil municipal d'engagement dans une démarche d'achat équitable (exprimée par délibération numéro 05-345 du 17 novembre 2005), afin notamment de rendre cohérentes les politiques municipales de développement durable et d'achat.</p> <p>L'achat équitable vise à établir un rapport juste entre les acteurs du commerce international, afin de :</p> <ul style="list-style-type: none"> - garantir au producteur marginalisé (en particulier dans le sud) une juste rémunération « lui assurant ainsi qu'à sa famille une existence conforme à la 	

	<p><i>dignité humaine » selon l'article 23 de la Déclaration universelle des droits de l'homme,</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>garantir le respect des droits sociaux fondamentaux des personnes ,</i> - <i>instaurer des relations durables entre partenaires économiques,</i> - <i>favoriser la préservation de l'environnement,</i> - <i>proposer aux consommateurs des produits de qualité.</i> <p><i>Si l'une des variantes est retenue par le groupement, le titulaire s'assure que les produits fournis ont été obtenus conformément aux règles du commerce équitable définies par les organisations internationales et sont garantis par toute certification répondant aux critères internationaux. A la demande du groupement, le titulaire présente tous les éléments permettant le contrôle du respect des spécifications relatives au commerce équitable. Pour exercer le contrôle prévu, le groupement peut faire intervenir un organisme indépendant spécialisé de son choix, sans en référer préalablement au titulaire.</i></p> <p>Fourniture de repas composés de produits issus du commerce équitable</p> <p><i>Si la variante 1 ou la variante 2 est retenue par le groupement, le titulaire fournit un repas composés essentiellement de produits issus du commerce équitable, par trimestre. Dans ce cadre, les produits issus du commerce équitable retenus par le groupement sont : les riz, les haricots rouges ou noirs, le couscous, le quinoa, la banane, l'ananas, le chocolat, les jus de fruits, les cafés moulus.</i></p> <p><i>Conformément à l'article 2 du présent CCTP, le titulaire propose des repas composés de produits issus du commerce équitable dans le cadre des commissions « menus » du groupement.</i></p> <p><i>Il est également demandé au prestataire de fournir des supports d'animation et de travailler en partenariat avec l'équipe municipale pour la mise en place d'animations.</i></p> <p>Utilisation d'ingrédients issus du commerce équitable</p> <p><i>Si la variante 2 est retenue par le groupement, le titulaire utilise régulièrement des ingrédients issus du commerce équitable dans la confection des plats faisant l'objet du marché. Dans ce cadre, les ingrédients issus du commerce équitable retenus par le groupement sont exclusivement :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>le riz blanc,</i> - <i>l'ananas,</i> - <i>le chocolat à cuire pour dessert,</i> - <i>le café moulu.</i> <p>Suite à l'analyse des offres, lors de laquelle le commerce équitable était le 3^{ème} critère de sélection, la variante 1 a été préférée à la variante 2, dont le surcoût semblait trop important.</p>
Bénéficiaires	La restauration municipale est confiée à une société de restauration collective chargée d'assurer l'approvisionnement, la préparation et la livraison des repas Restauration scolaire : 1400 repas par jours
Produits	<ul style="list-style-type: none"> - féculent : riz, couscous, quinoa - légumineuse : haricots rouges ou noirs - fruits : bananes, ananas - jus de fruits - chocolat - café moulu
Difficultés rencontrées	<p>Il n'a pas été possible d'obtenir des échantillons pour réaliser des tests et des échantillons lors de l'analyse des offres.</p> <p>Un faible nombre de candidats ont apporté des réponses satisfaisantes aux variantes commerce équitable.</p>
Atouts	Première démarche d'envergure d'introduction de produits équitables dans les achats de la Ville.
Garantie et suivi du marché	Le suivi du marché s'effectue dans le cadre de la commission « menu »
Communication autour du projet	<p>Travail en partenariat avec le service des Relations Internationales et Artisans du Monde lors de la Semaine de la Solidarité Internationale pour la mise en place d'animations. Le service périscolaire a pu présenter ses actions au grand public lors d'une journée de sensibilisation (avec un stand présentant les produits et les animations) et les animateurs municipaux ont reçu une formation d'Artisans du Monde pour mettre en place les animations dans les cantines scolaires de la ville. L'objectif de ses animations était de sensibiliser de façon ludique les enfants aux différentes notions du commerce équitable (solidarité Nord/Sud, santé et éducation au Sud...).</p> <p>Par ailleurs, la presse a été conviée à ces animations et un article a été consacré à ce thème dans le journal municipal.</p>

<p>Autres démarches de la ville en faveur du commerce équitable</p>	<p>Des clauses de commerce équitable ont été inscrites dans le prochain marché de textile pour les services techniques. Le service protocole utilise régulièrement des produits issus du commerce équitable et lors d'un colloque international qui s'est déroulé à Annemasse en novembre 2006, la Ville a permis à des associations de solidarité d'exposer et vendre leurs produits équitables.</p>
<p>Perspectives</p>	<p>La Ville va engager le recensement de tous ses achats qu'elle fait. En matière périscolaire, les enfants vont travailler sur l'élaboration d'un logo afin d'identifier les repas équitables. Par ailleurs, des partenariats avec l'éducation nationale seront recherchés et la ville continuera à soutenir et à participer activement à Annemasse Carrefour du Commerce Equitable et de la Solidarité et la Semaine de la Solidarité Internationale, deux grands temps forts de sensibilisation du grand public.</p>

Fiche d'expérience de VERCORS RESTAURATION

Mots clés : Société de restauration collective – produits locaux – contrôle des appels d'offres

Titre de l'expérience :	Introduction de produits locaux dans les repas élaborés par VERCORS RESTAURATION	
Porteur du projet :	VERCORS RESTAURATION 5 place des Ecrins 38600 FONTAINE www.vercors-restauration.fr	Contact: Mr ABRIAL Jean Jacques <i>Directeur</i>
Principaux acteurs du projet :	M. Yves CONTRERAS <i>Président Directeur Général</i> Tel : 04 76 85 91 15	Mme Christine CLEMENT Responsable qualité Tel : 04 76 53 32 04
	M. Alain BOUVET Responsable des achats	
Démarche globale:	<p>Depuis 2002, la SEM Vercors Restauration qui approvisionne en repas des communes et établissements de l'agglomération grenobloise introduit des produits locaux de qualité dans les repas qu'elle élabore. Cette volonté correspond à son engagement pour une restauration collective avec une véritable mission sociale : santé, éducation, animation,...</p> <p>Pour cela elle a contacté l'ADAYG (Association pour le développement de l'agriculture dans l'Y Grenoblois) qui assure la promotion des produits locaux du territoire dans le quel se situe Vercors Restauration.</p> <p>Ainsi de premiers approvisionnements avec les légumes locaux ont été réalisés, puis d'autres produits ont été intégrés (fromages, fruits, viande).</p> <p>Vercors Restauration a ainsi signé un partenariat avec l'ADAYG pour que cette dernière l'accompagne dans ses approvisionnements en produits locaux.</p> <p>En 2005 une table ronde a été organisée à destination des collectivités locales afin de leur présenter la démarche et leur montrer l'importance de l'introduction de produits locaux en restauration collective à la fois pour la qualité des produits mais également dans un esprit de développement durable et de maintien des exploitations agricoles.</p> <p>Depuis, Vercors Restauration a entrepris les mêmes démarches pour les produits bio locaux et les produits issus du commerce équitable.</p> <p>Vercors Restauration s'est également engagée au côté de l'ADAYG dans la réflexion de mise en place d'un atelier de transformation des légumes de la région grenobloise afin de répondre aux besoins des entreprises en produits prêts à l'emploi.</p>	
Objectif :	L'objectif de Vercors restauration est d'introduire le plus régulièrement possible des produits locaux (viande bovine, pommes, poires, kiwis,...). Pour les légumes l'approvisionnement dépendra de la mise en place d'une légumerie. Aujourd'hui certains légumes sont achetés localement.	
Description :	Comme d'autres Sociétés de Restauration Collective, Vercors Restauration répond aux appels d'offres de fournitures de repas des collectivités locales. Dans ses offres, elle s'engage concrètement en faveur d'une économie sociale et solidaire au travers de ses approvisionnements locaux respectueux de l'environnement. Cette entreprise de restauration collective souhaiterait que les communes soient plus attentives à la qualité de l'approvisionnement de leurs prestataires et qu'elles prévoient des cahiers des charges et des moyens de contrôle adaptés.	

Bénéficiaires :		Livraison de restaurants scolaires, foyers de personnes âgées et restaurants d'entreprises pour une moyenne de 7000 repas/jour dont 5000 en scolaire. Les bénéficiaires sont donc les enfants demi-pensionnaires dans les écoles primaires, centres de loisirs et crèches de plusieurs villes, les personnes âgées et les salariés d'entreprises.
PRODUITS TERRES D'ICI	Pourquoi les produits locaux ?	Les produits locaux ont été choisis pour les méthodes de production ou d'élevage, pour la proximité entre le lieu de production et le lieu de consommation et donc pour la fraîcheur et la qualité. Mais également par souci de participer au maintien des exploitations agricoles sur le territoire concerné.
	Caractéristiques :	Vercors Restauration achète différents produits locaux : <ul style="list-style-type: none"> - des fruits de saison - des légumes frais de saison - de la viande - des fromages
	Volume :	Exemples : 600 kg de viande par service 7000 pommes par service 1000 Saint Marcellin par service
	Fournisseurs :	Vercors restauration s'approvisionne directement auprès des producteurs pour les fruits et le fromage. Elle achète les légumes auprès d'un grossiste qui s'approvisionne préférentiellement auprès des producteurs locaux agréés « Terres d'ici » (une marque mise en place par l'ADAYG en 2002 avec un cahier des charges et un contrôle par un organisme indépendant).
	Prix:	Pour les fruits et légumes, les produits locaux suivent les cours. Pour la viande, les prix sont deux fois plus élevés que les produits qui étaient auparavant achetés par Vercors Restauration.
Difficultés rencontrées :		Les difficultés ont concerné le type de morceaux de viande achetés (redéfinition des muscles qui donnent le même résultat après cuisson que les morceaux initialement achetés afin d'augmenter le nombre de kilos de viande issu d'un même animal). Une autre difficulté existe, Vercors Restauration ne dispose que d'une petite légumerie et ne peut préparer la totalité des légumes. Cette difficulté concerne un grand nombre de sociétés de restauration d'où l'étude de faisabilité d'une unité de transformation de légumes à l'échelle locale. L'entreprise a des prix de revient plus élevés que ses concurrents au niveau de ses achats alimentaires. Il est donc important que le critère prix ne soit pas le facteur dominant dans la sélection du prestataire mais bien le meilleur rapport qualité/prix tel que le préconise aujourd'hui le Code des Marchés Publics.
Atouts :		Le statut juridique de Vercors Restauration (SA) lui donne toute liberté en matière de politique achat. De plus, Vercors Restauration est actionnaire de la SOMINALP, SEML du Marché d'Intérêt National de Grenoble.
Garantie et suivi du marché :		Le suivi des marchés fournisseurs est assuré par la cellule Qualité qui vérifie l'origine et la qualité des produits livrés. Une convention est également en cours de signature entre la société et des producteurs afin de garantir l'approvisionnement en produits pour Vercors et l'écoulement des produits pour les agriculteurs (convention annuelle en fonction des besoins de l'entreprise de restauration et de la récolte des agriculteurs).
Communication autour du projet		Vercors Restauration diffuse auprès des familles la composition des menus et l'origine des produits. Elle participe également à la semaine du goût et communique auprès de tous ses convives. Dans la restauration d'entreprise qu'elle possède Vercors Restauration a également mis un panneau présentant la carte de situation des exploitations agréées « Terres d'ici ».
Autres démarches :		Introduction également des produits bio locaux et de produits issus du commerce équitable Appui à l'organisation d'une table ronde à destination des collectivités pour mettre en place une restauration citoyenne.
Extensions possibles :		Augmenter le nombre de produits locaux achetés et leur fréquence dans les menus.

Annexe 5 : Exemple de contrat entre entreprise de restauration collective (ou collectivité) et producteur

Convention de fournitures de produits alimentaires	Le .../.../....

Entre les soussignés :

M.....

Agriculteur à

Ci-après dénommé « l'agriculteur »

Producteur deadhérent à la marque Terres d'ici

D'une part,

Et

La commune de ...

Ou l'entreprise de restauration collective

.....

D'autre part,

Il a été convenu et arrêté ce qui suit :

I – ARTICLE 1 : OBJET DU CONTRAT

Le présent document a pour objet de définir les termes de l'engagement de la Collectivité ou de l'entreprise de restauration collective dans une commande régulière de produits de saison Terres d'ici et les conditions dans lesquelles l'agriculteur s'engage à fournir les produits commandés.

Ce contrat sera complété annuellement par un programme prévisionnel qui sera rédigé et signé par les 2 parties après la récolte. Ce document comportera les dates de commande des produits, le type de produits, le nombre, le calibre et le prix des produits défini pour la saison.

Un tableau type pour le programme prévisionnel est joint en annexe au présent contrat.

II – ARTICLE 2 : ENGAGEMENTS DE LA COLLECTIVITE OU L'ENTREPRISE DE RESTAURATION COLLECTIVE

La collectivité ou l'entreprise de restauration collective s'engage à commander à l'agriculteur des fruits de saison « Terres d'ici » conformément au programme prévisionnel établi annuellement.

La collectivité ou l'entreprise de restauration collective s'engage à passer la commande, conformément au programme prévisionnel, Jours avant la date de livraison.

La collectivité ou l'entreprise de restauration collective se réserve le droit de refuser ou de demander la reprise de tous les produits défectueux ou ne correspondant pas au calibre demandé. Il en sera de même si l'agriculteur perd son agrément à la marque « Terres d'ici ».

II – ARTICLE 3 : ENGAGEMENTS DE L'AGRICULTEUR

En cas de difficultés, l'agriculteur s'engage à prévenir au plus tôt la collectivité ou l'entreprise de restauration collective qu'il ne pourra honorer le programme prévisionnel en tout ou partie

Pour chaque commande, l'agriculteur s'engage à approvisionner la collectivité ou l'entreprise de restauration collective pour la totalité de celle-ci en respectant les conditions du programme.

Dans le cas contraire, il s'engage à trouver un autre fournisseur agréé « Terres d'ici » aux mêmes conditions contractuelles.

Les fruits devront avoir atteint leur degré de maturité optimum pour le jour de consommation prévu.

L'agriculteur s'engage à livrer les produits à la date demandée à la cuisine centrale. L'agriculteur assure sous sa responsabilité le transport et la livraison des produits. Les marchandises devront être livrées dans les quantités commandées (sauf si annulation) à la date et heure convenue avec le responsable des achats.

II – ARTICLE 4 : DUREE DU CONRAT

La présente convention ayant pour objectif de définir les relations entre l'agriculteur et le client, il n'est pas nécessaire de prévoir une durée au présent contrat qui s'impose aux parties pour chaque commande de produits. La relation contractuelle sera interrompue en cas de non respect des conditions par l'une ou l'autre des parties.

II – ARTICLE 5: CONDITIONS DE RESILIATION

En cas de non respect par l'une des parties de l'une quelconque de ses obligations, l'autre partie sera en droit de résilier de plein droit le dit contrat par lettre recommandée avec accusé de réception, un mois après la mise en demeure adressée par lettre recommandée avec accusé de réception restée infructueuse. Aucun dommage et intérêt ne pourront être réclamés à la partie défaillante.

A _____, le

L'agriculteur,

Le Maire ou le Directeur

**PROGRAMME PREVISIONNEL D'APPROVISIONNEMENT
 POUR L'ANNEE**
**ETABLI ENTRE LA COLLECTIVITE OU LA SOCIETE DE
 RESTAURATION COLLECTIVE
 et M..... agriculteur Terres d'ici**

	Date du repas	Type de produits	Nombre de produits
Commande 1			
Commande 2			
Commande 3			
Commande 4			

Le prix des pommes pour la saison est fixé à€

Le prix des poires pour la saison est fixé à €

A, le

L'agriculteur,

Le Maire ou le Directeur

Annexe 6 : Définitions du commerce équitable, chartes, labels et garanties : une histoire mouvementée

Mercredi 13 décembre 2006, par [Equisol 38](#)

Article publié sur le site www.alpesolidaires.org à l'occasion du dossier « Commerce équitable sort de l'adolescence ».

Le mouvement international de commerce équitable tel qu'on le perçoit aujourd'hui a plus de 30 ans. Tous les 5 ou 10 ans une initiative nouvelle et notoirement différente des précédentes s'empare du concept, suscitant espoirs et polémiques. Chartes, labels et garanties ; propriété industrielle ; normalisation ; résolution du parlement européen ; réglementation française, etc. Les définitions du commerce équitable se succèdent ainsi, racontant à leur étrange manière les évolutions du mouvement. C'est cette histoire que nous allons tenter de vous narrer.

Au début il n'y avait qu'Artisans du Monde, la planète du commerce équitable coulait des jours heureux...

Dans les années 80 et 90, et notamment avec l'apparition des démarches de certification de produits, le mouvement de CE se structure et reste la « propriété » des ONG de développement et de solidarité avec les pays du sud.

Au niveau international la structuration se fait entre les acteurs ayant des activités proches : les importateurs créent EFTA ; les labels-produits se fédèrent au sein de FLO et unifient leur registre et leur cahiers des charges, les acteurs des filières alternatives se fédèrent au sein de l'IFAT et créent la garantie FTO (Fair Trade Organisation), NEWS regroupe les différentes fédérations de magasins du Monde. Tous rédigent des chartes, des référentiels, des cahiers des charges... et se réunissent au sein du réseau FINE.

En France la Plate-forme Française pour le Commerce Equitable (PFCE) réunit des acteurs aussi divers que des entreprises, des ONG, des associations... et sa définition du commerce équitable a longtemps fait référence. Sa charte définit des engagements impératifs et des critères de progrès. Elle tente de déposer la propriété industrielle des mots « commerce équitable » mais l'entreprise échoue.

Un peu avant l'an 2000, opposées à la distribution des produits en grandes surfaces et opposées à la restriction du concept de commerce équitable au rapport nord/sud, plusieurs entreprises quittent la PFCE. Ils créent le réseau Minga, rédigent une charte et expérimentent un système original d'auto-évaluation mutuelle. C'est aussi à cette époque que différents géants de l'agroalimentaire – tel le groupe Cémoi et sa marque bioéquitable - créent des « labels maison » et concurrencent Max Havelaar dans la grande distribution.

Au début du siècle les pouvoirs publics s'en mêlent. En France, alors que différents systèmes de certification équitable (dont FLO-Max Havelaar) réfléchissent à l'obtention de la **Norme ISO 65** relative à l'exercice des métiers de la certification, Guy Hascouet, à la tête de la Délégation Interministérielle à l'Economie Sociale (DIES) demande en 2002 à l'Agence Française de Normalisation (Afnor) de travailler sur un projet de Norme de commerce équitable. Un comité qui réunit l'ensemble de la société civile et politique est créé. Trois ans de discussions acharnées ne parviennent pas à établir un consensus tant les écarts de vue entre les membres sont importants.

Au printemps 2005 le député Européen Herth publie son rapport sur le commerce équitable. Il se prononce en faveur du commerce équitable tel que défini par les organisations internationales de CE, membres du réseau FINE. Les événements se précipitent alors rapidement. Le 3 août 2005 l'article 60 de la loi sur les PME pose une première définition réglementaire du commerce équitable (JO du 6 août). En janvier 2006 l'Afnor aboutit enfin à un « accord », le plus bas niveau de ses publications. La loi et l'accord sont cohérents et posent une définition du commerce équitable : il a pour objectif de

permettre aux producteurs défavorisés des pays en développement d'améliorer leurs conditions de vie, et aux organisations de producteurs de renforcer leur capacité d'action et de négociation vis-à-vis des marchés et des pouvoirs publics. Le commerce équitable est une démarche de progrès sur l'ensemble de la filière. Trois critères importants sont précisés :

- ▶ Les producteurs participent aux décisions les concernant et bénéficient d'un appui au développement
- ▶ Le prix minimum garanti est celui défini par les fédérations internationales de commerce équitable.
- ▶ Une organisation de commerce équitable est toujours présente et garantit l'équité des échanges.

Le 4 mai 2006, le gouvernement rend public les projets de décret et de circulaire d'application de la loi d'août 2005, projets aujourd'hui ni signés ni entrés en vigueur. Ils prévoient la création d'une Commission Nationale du Commerce Equitable (CNCE), « chargée de reconnaître les personnes physiques ou morales qui veillent au respect des conditions du commerce équitable ». La CNCE serait composée de 8 ministres et délégués interministériels, de représentants de 6 fédérations et d'organisations professionnelles spécialisées ou impliquées dans le commerce équitable, de 2 associations de consommateurs, de 4 associations de solidarité internationale, de 2 personnes qualifiées. Pour les candidats à la reconnaissance, sont définis des critères d'objectifs, d'indépendance, de transparence, de présence auprès des producteurs des PVD, de contrôles effectués auprès des importateurs, d'accompagnement et de sensibilisation.

Le 6 juillet 2006 le Parlement Européen vote une résolution sur le commerce équitable. Il exhorte la Commission Européenne à publier une recommandation sur le commerce équitable et sur «les autres initiatives en matière de commerce, soumises à des contrôles indépendants et contribuant à élever les normes sociales et environnementales»; et définit les critères minimum auquel doit répondre le commerce équitable dans le but «d'empêcher qu'il ne se prête à des abus». Ces critères sont proches de ceux des ONG spécialisées. Le Parlement Européen va plus loin que la loi française. Il souhaite notamment que les producteurs participent à l'établissement des normes de CE et à la fixation du prix, ou que soit créé un taux réduit de TVA pour les produits du commerce équitable...

Liens utiles pour vérifier ce qui est dit ci-dessus :

- ▶ Le rapport d'Antoine Herth :

http://www.premier-ministre.gouv.fr/information/actualites_20/40_propositions_pour_soutenir_53088.html

- ▶ Le décret :

www.pme.gouv.fr/actualites/dossierpress/dp03052006/decret-commerce-equitable.pdf

- ▶ Le projet de circulaire :

www.pme.gouv.fr/actualites/dossierpress/dp03052006/projet_circulaire_commerce_equitable.pdf

- ▶ La résolution du Parlement :

<http://europa.eu/bulletin/fr/200607/p129001.htm>

- ▶ La Charte de la Plateforme Française du Commerce Equitable :

<http://www.commerceequitable.org/charte/>