

Région



Provence-Alpes-Côte d'Azur

GUIDE DE PROCÉDURES DES MARCHÉS PUBLICS ALIMENTAIRES pour l'achat de produits de qualité en circuits courts



Photo Région © Patrice Terraz

Année 2015

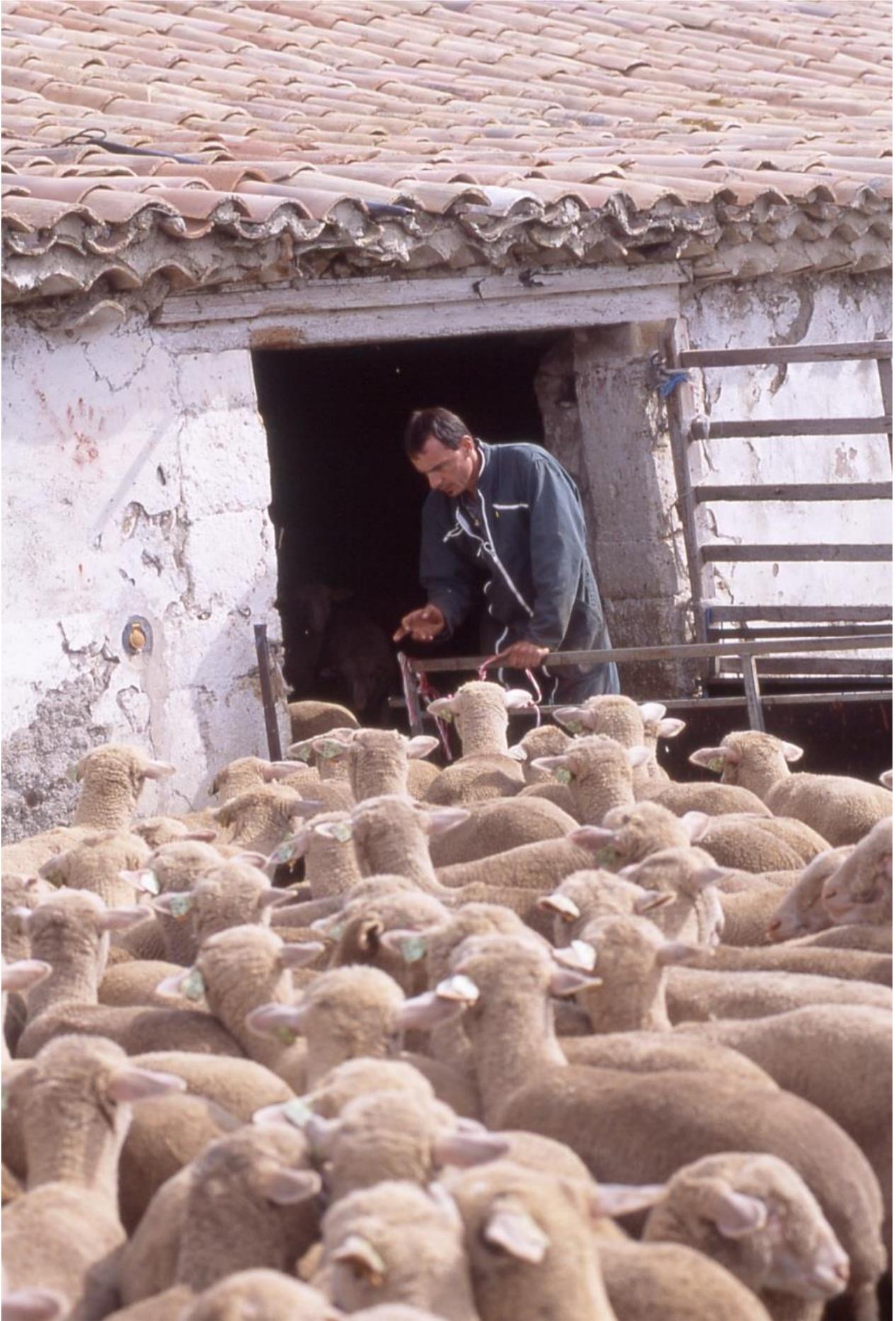


Photo Région © Lionel Roux

SOMMAIRE

1. OBJET ET CONTENU	4
• Quelques précisions importantes	5
2. MISE EN PLACE D'UNE DÉMARCHE D'ACHATS EN FAVEUR DES CIRCUITS COURTS	9
• Etape primordiale : la détermination des besoins	10
3. ÉLABORATION D'UNE STRATÉGIE D'ACHAT RELATIVE AUX CIRCUITS COURTS ALIMENTAIRES	11
• L'exploration de l'offre locale	12
• Importance des échanges avec les fournisseurs locaux	12
• La nomenclature, le découpage des marchés et l'allotissement	14
• L'estimation des seuils	16
4. CONTENU PROPOSÉ DES DOCUMENTS DE MARCHÉ ET PRINCIPES D'UTILISATION	19
• Documents-types de marchés à procédure adaptée (MAPA) proposés	20
• Principes de fonctionnement	20
• Ajustement des différentes pièces du marché	21
• Ajuster ses demandes afin de ne pas submerger les candidats	22
5. ANNEXES	25
• Annexe 1 : Contacts utiles	26
• Annexe 2 : Différentes manières de valoriser une offre bio-locale de qualité dans un dossier de consultation	28



Photo Région © Jean-Pierre Garrufi

OBJET ET CONTENU

Le présent document constitue à la fois un vade-mecum pour l'achat de produits alimentaires bio locaux de qualité issus de circuits courts de distribution¹ (chapitres 2 et 3) et un mode d'emploi des marchés à procédure adaptée qui ont été élaborés dans le cadre d'un projet porté par la Région PACA, afin de faciliter la passation de marchés par les lycées de la région (chapitre 4).

Ce guide s'adresse à toute personne s'intéressant à la question des circuits courts alimentaires en restauration collective mais est plus particulièrement à destination du binôme chef de cuisine/gestionnaire du lycée, qui constitue dans notre cas « l'acheteur public ».

Ce document, ainsi que les marchés publics-types qu'il décrit, s'inscrivent dans le cadre de la charte régionale « Santé-alimentation – Manger autrement » adoptée par la Région Provence-Alpes-Côte d'Azur. Les 5 objectifs de la charte sont :

- Objectif n°1 : qualité nutritionnelle
- Objectif n°2 : alimentation – santé et développement durable
- Objectif n°3 : qualité de l'approvisionnement
- Objectif n°4 : sécurité alimentaire
- Objectif n°5 : qualité du service

QUELQUES PRECISIONS IMPORTANTES

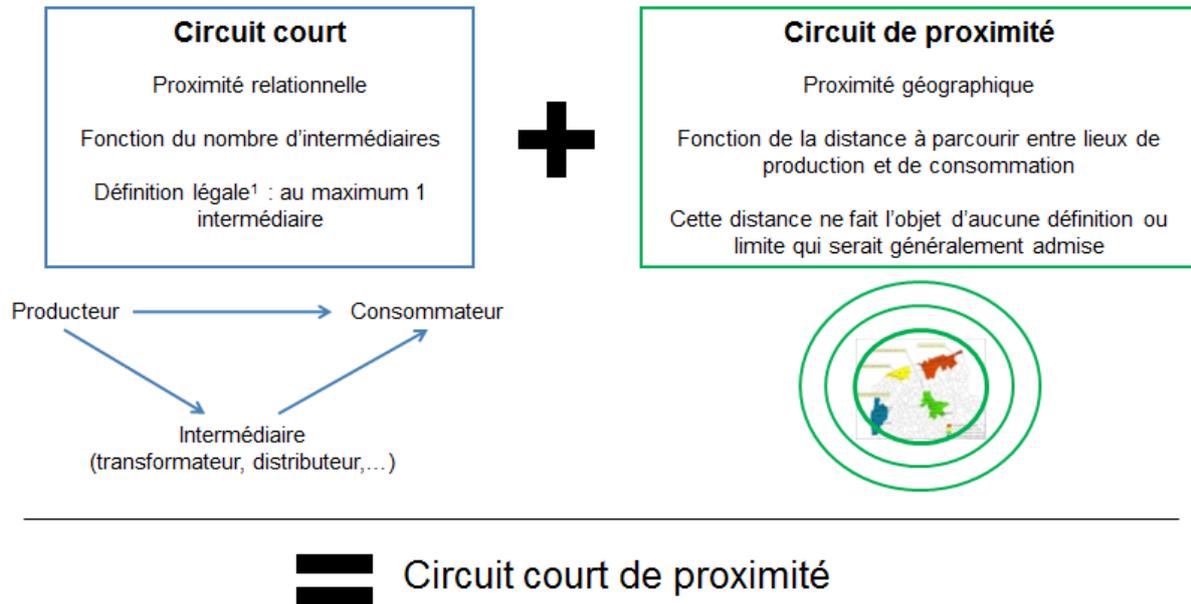
Le sujet de l'achat local comporte quelques idées reçues qu'il convient d'évacuer avant d'aller plus loin.

Local et issu de circuits courts, c'est la même chose !

FAUX. La définition généralement reconnue à propos des circuits courts ne s'appuie pas sur le nombre de kilomètres parcourus mais sur la quantité d'intermédiaires entre le producteur et le consommateur final. Pour parler de circuit court alimentaire, on doit compter au maximum un intermédiaire. Cette définition se passe totalement de considération géographique (une banane antillaise peut, par exemple, être distribuée en circuits courts, alors même qu'elle est consommée en France métropolitaine).

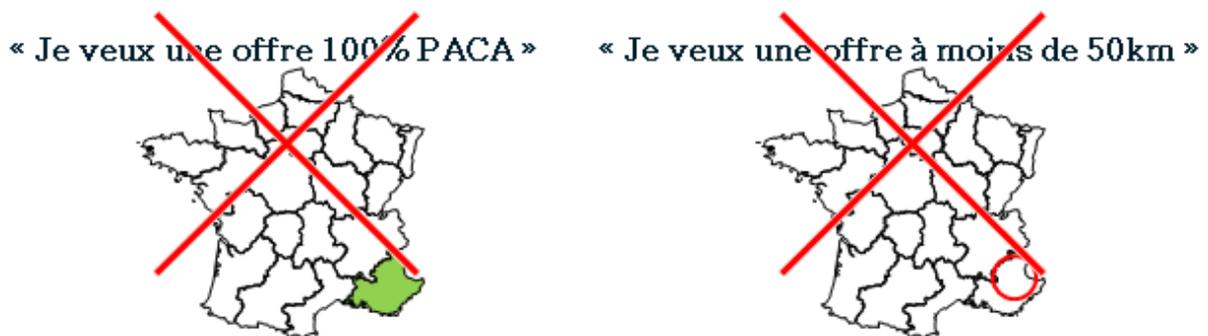
¹ En ce qui concerne cette première partie, le but n'est pas de paraphraser ce qui a déjà été produit, mais de reprendre de manière synthétique et pragmatique certains principes essentiels. Pour des développements plus fournis, on pourra utilement se reporter au guide produit par la DRAAF Rhône-Alpes (<http://draaf.rhone-alpes.agriculture.gouv.fr/Guide-Favoriser-une-restauration>)

Si l'on souhaite intégrer cette dimension géographique, on pourra parler de *circuits courts de proximité*.



Le code des marchés publics interdit d'acheter local !

FAUX. Un acheteur public peut parfaitement acheter en local. En revanche, ce qu'interdit le code des marchés publics (de même que les réglementations internationales et européennes régissant le commerce) c'est de faire du « localisme », c'est-à-dire de faire du caractère local du fournisseur un élément discriminatoire pour remporter un marché public. Concrètement, ce genre d'exigence est interdit :



Est-ce si regrettable ? Peut-être pas... :

- La France est un pays exportateur de denrées alimentaires (généralement de grande qualité), que se passerait-il si tous les acheteurs privilégiaient une logique d'achat local systématique ?

- Tout le monde plébiscite l'achat local, mais personne n'est prêt à être « 100% locavore » : plus de riz, de café, de chocolat, de vanille, de bananes, etc., ou alors à des coûts (environnementaux et économiques) prohibitifs.

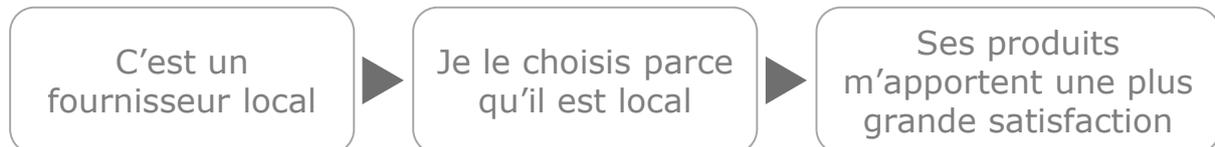
Un acheteur public ne peut pas acheter local !

FAUX.

Ainsi :

- Un verger local aura toutes les chances de pouvoir fournir des fruits de saison à pleine maturité, contrairement à un fournisseur ayant des circuits de distribution très longs. L'acheteur public aura alors tout le loisir d'imposer un délai maximum entre cueillette et livraison lui permettant de valoriser la plus-value de ce producteur local (ou bien de faire des dégustations d'échantillons).
- Un abattoir local s'approvisionnant auprès d'éleveurs de la région (pratiquant un élevage extensif) proposera une viande qui, n'ayant pas plusieurs centaines ou milliers de kilomètres à parcourir, pourra mûrir un délai suffisant avant d'être livrée. Cette viande sera de bien meilleure qualité (moins de perte à la cuisson, de meilleures qualités organoleptiques). L'acheteur public a alors parfaitement le droit de valoriser ces qualités afin de choisir ce fournisseur de viande plutôt qu'un autre.
- Un fabricant de yaourts artisanaux pourra être le seul à proposer des yaourts sucrés avec seulement 5% de sucre contre 7 voire 9% pour des yaourts industriels. Ces yaourts pourront présenter un avantage diététique que l'acheteur valorisera lors de la passation de son marché.

L'essentiel est donc de passer de cette logique :



À celle-ci :



C'est donc au moment de l'acte d'achat qu'on devra apporter la démonstration que l'offre locale est de plus grande valeur. Une démarche utile dans tous les cas : si elle aboutit en général à confirmer l'orientation vers l'offre locale, il arrive parfois que l'acheteur fasse machine arrière. Ainsi, tel lycée qui, après avoir organisé des dégustations dans le cadre de son achat d'épicerie, a fait le constat que les biscuits régionaux plaisaient peu, et qu'il n'était sans doute pas souhaitable de les servir aux convives.

Acheter en local est souvent plus cher !

VRAI. Lorsqu'on s'intéresse à une offre de qualité et locale, elle est souvent plus chère. D'abord parce qu'elle est intrinsèquement de meilleure qualité (des matières premières irréprochables, un processus de fabrication très étudié...). Ensuite parce qu'elle est produite en moindre quantité et ne bénéficie donc pas des économies d'échelles réalisées par l'industrie (que ce soit pour l'approvisionnement, la fabrication ou la distribution). Le yaourt est un exemple emblématique de cet état de fait. Il n'est pas rare de l'acheter en grande quantité à 10 centimes pièce, alors qu'un producteur plus artisanal le proposera à 30 centimes pour les mêmes volumes.

Il existe heureusement quelques exceptions. Ainsi il arrive qu'un producteur local de fruits ou de légumes offre de meilleurs tarifs au kilo qu'un grossiste. De plus, le surcoût à l'achat n'équivaut pas toujours à un surcoût à l'usage. Ainsi, un pain artisanal, plus nourrissant, pourra être servi en moins grandes quantités, tout comme un produit laitier. Une viande perdra moins d'eau à la cuisson et pourra présenter un prix de revient à l'assiette équivalent avec un coût d'achat au kilo plus élevé.

En conclusion, rien n'empêche un acheteur public d'acheter local, dès lors :

1- qu'il se donne les moyens de montrer que cette offre locale représente un meilleur rapport qualité-prix pour lui (par exemple : le pain du boulanger local, bien plus apprécié et moins gaspillé par les convives qu'un pain industriel)

2- qu'il en a les moyens économiques. Ainsi, acheter de la viande de bœuf local provenant d'un éleveur de « races à viande » peut paraître inaccessible économiquement comparativement à de la viande issue de vaches laitières réformées. Néanmoins, une modification des recettes pour adapter les grammages, une lutte active contre le gaspillage alimentaire et une démarche d'introduction de plats végétariens sont de nature à pouvoir rendre ce « rêve » accessible.



Photo Région © Patrice Terraz

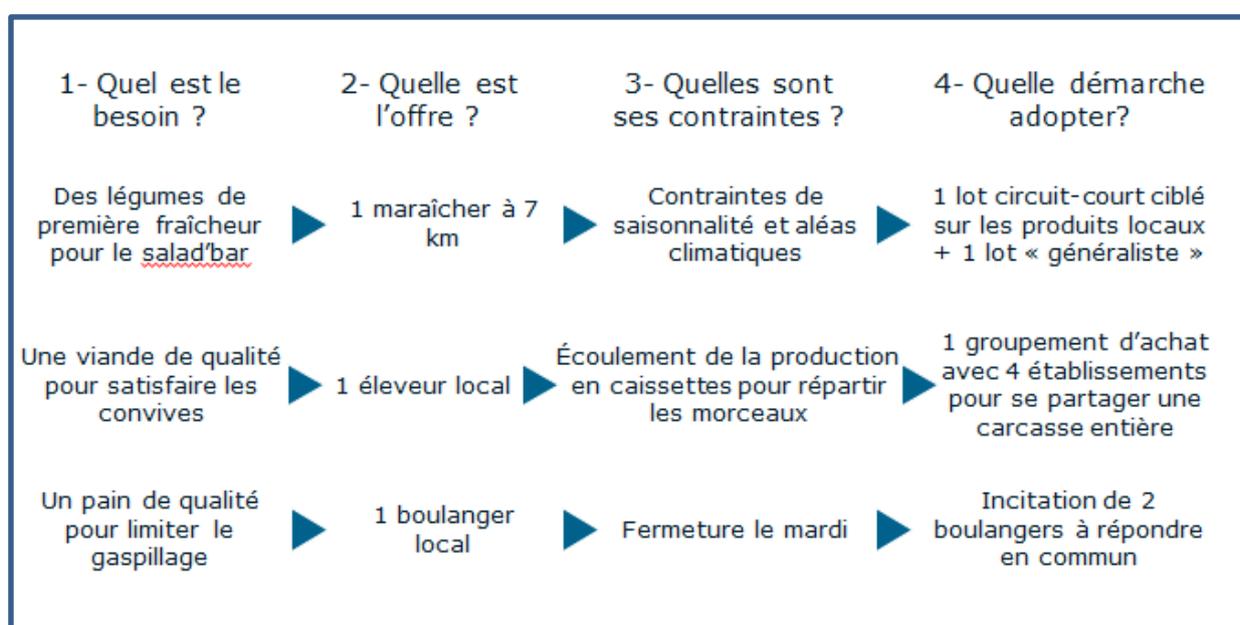
MISE EN PLACE D'UNE DÉMARCHE D'ACHATS EN FAVEUR DES CIRCUITS COURTS

ÉTAPE PRIMORDIALE : LA DETERMINATION DES BESOINS

L'achat local s'obtient via la mise en place d'une démarche globale d'achat en direction de l'offre locale. Cette démarche comportera d'ailleurs bien souvent des prolongements sur l'organisation et le fonctionnement de la restauration collective, voire sur les habitudes de consommation des convives. Point de départ et étape primordiale de cette démarche : la détermination des besoins. Celle-ci est évoquée en ces termes par le code des marchés publics (art. 5) : « La nature et l'étendue des besoins à satisfaire sont déterminées (...) en prenant en compte des objectifs de développement durable ».

À cette étape, l'acheteur public devra tout à la fois reconsidérer ses consommations alimentaires, tant en termes de quantité que de qualité (en intégrant par exemple les attentes des convives) et identifier, voire aller à la rencontre de l'offre locale².

Le tableau ci-dessous expose schématiquement le cheminement du constat sur un besoin à une décision en termes d'organisation ou de stratégies d'achat :



Le groupement de commandes pourra également être recommandé pour les denrées alimentaires faisant l'objet d'une importation et ne pouvant de ce fait donner lieu à un achat en circuits courts de proximité. Ainsi, il pourra être approprié que les lycées se regroupent pour passer un marché de fruits exotiques, pour lequel ils auront intérêt à faire jouer l'effet volume.

² Etant entendu qu'aucune réglementation n'interdit à un acheteur public d'échanger avec son marché fournisseurs (au contraire !) dès lors que cela ne l'amène pas à favoriser de manière indue l'un ou l'autre de ces fournisseurs lors de ses consultations.



Photo Région ©Gérard Ceccaldi

ÉLABORATION D'UNE STRATÉGIE D'ACHAT RELATIVE AUX CIRCUITS COURTS ALIMENTAIRES

L'EXPLORATION DE L'OFFRE LOCALE

Comme cela est décrit dans la première partie de ce document, la démarche d'achat en circuits courts doit bénéficier en premier lieu d'une étape de détermination des besoins permettant d'arrêter les contours des différents marchés et lots.

Les lycées devront se déterminer en fonction des opportunités d'achat local. Ils peuvent, pour initier cette réflexion, consulter un certain nombre d'annuaires fournisseurs qui se développent à l'échelle départementale et régionale (sur Internet notamment). Pour répondre à la demande de la Restauration Hors Domicile en produits locaux, des structures de type plateforme d'approvisionnement se sont créées en région Provence-Alpes-Côte d'Azur. Elles regroupent une offre de produits locaux (et bio) et proposent des solutions de livraison aux services de restauration (se référer au tableau « contacts utiles » en annexe 1).

Les chambres d'agriculture régionale ou départementales ou les représentants d'agriculteurs biologiques, les syndicats professionnels ou groupements de producteurs, (...) peuvent être des relais d'information intéressants en fonction de la zone géographique.

Les conseils départementaux peuvent également être consultés car ils disposent généralement de chargés de mission restauration collective qui connaissent bien l'offre au niveau départemental (l'agriculture étant une compétence départementale). Ceux-ci peuvent également susciter des collaborations avec des collègues qui travailleraient également au développement de circuits courts alimentaires.

IMPORTANCE DES ECHANGES AVEC LES FOURNISSEURS LOCAUX

Une fois des producteurs locaux identifiés, une prise de contact directe est absolument nécessaire afin de valider l'intérêt réciproque de travailler ensemble. Les points d'ajustement avant de se lancer sont en effet multiples :

- 1- le prix et les conditions de paiement ;
- 2- les fréquences et conditions de livraison ;
- 3- la saisonnalité et les volumes de consommation annuels (...)

Ces échanges, qu'ils soient formels ou informels, à distance ou sur place, au lycée ou à l'exploitation **sont autorisés par la réglementation**. Le lycée devra prendre soin, indépendamment de ces échanges, de mettre en place une consultation qui soit neutre de manière à choisir objectivement la meilleure offre. Mais ces rencontres auront généralement permis de bien prendre connaissance des contraintes du producteur afin d'éviter d'imposer dans le cahier des charges des exigences qui lui seraient inaccessibles. A titre d'exemple :

- 1 livraison quotidienne ;
- Des conditionnements qu'il ne possède pas ;
- Des commandes tout au long de l'année, indépendamment des saisons ;
- Etc.

A l'inverse, ces rencontres pourront permettre d'identifier des atouts de cette offre locale qui présentent une plus-value pour le lycée :

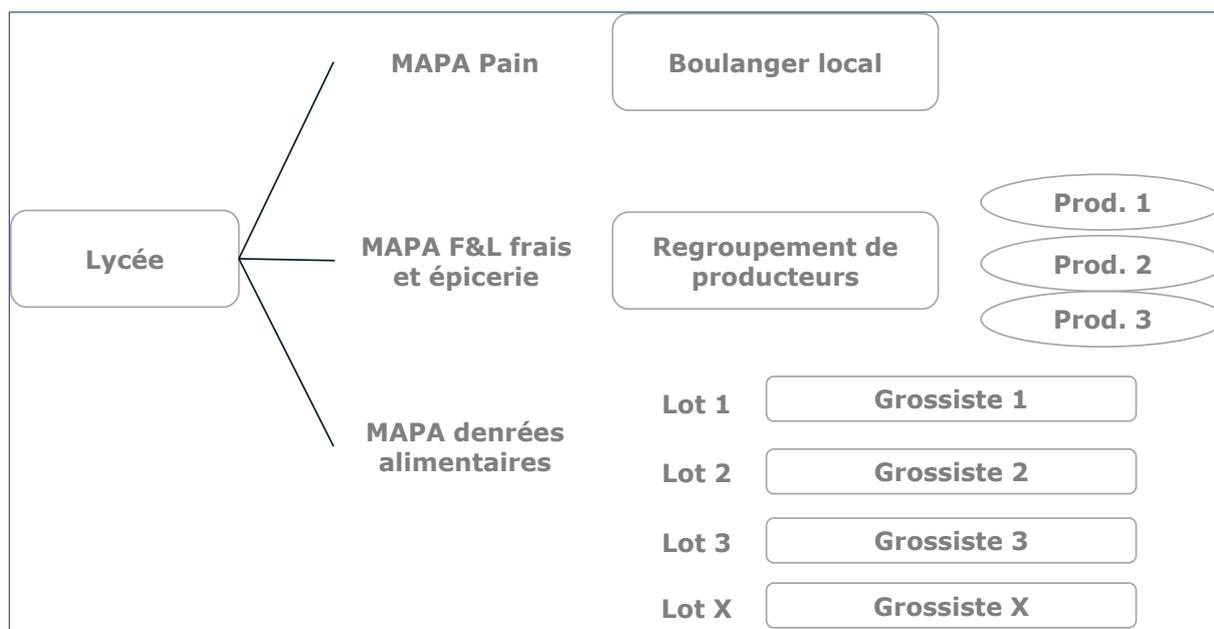
- Un taux de sucre plus élevé dans les fruits ;
- La capacité à réutiliser les emballages ;
- La possibilité d'organiser des visites pédagogiques à l'exploitation ;
- Etc.

Autant d'exigences qui pourront dès lors être incluses dans le cahier des charges.

Cette étape sera également l'occasion de sensibiliser les différents candidats en leur faisant passer, par exemple, les messages suivants :

- 1- L'établissement a fait des efforts pour simplifier autant que possible le marché public, l'effort commercial et administratif est réduit au plus simple ;
- 2- Cette mise en concurrence permettra au producteur d'avoir de la visibilité sur au moins 1 an (plutôt que des commandes « au coup par coup ») ;
- 3- Au-delà de l'intérêt économique pour le producteur (qui n'est pas avéré dans tous les cas), le fait de fournir l'établissement de manière régulière contribue à sensibiliser les élèves à une alimentation de qualité et faire d'eux, autant que possible, des futurs consommateurs attentifs à ces aspects.
- 4- Etc.

A l'issue du travail de repérage et d'échanges avec l'offre locale, se dessine l'organisation générale de l'achat vers laquelle se dirige le lycée. En l'état actuel du développement de l'offre fournisseurs, il est possible qu'elle ressemble dans un certain nombre de cas à cela :



Dans ce cas, il existe localement (généralement au niveau départemental) un regroupement de producteurs avec une structure juridique autonome qui est habilitée à répondre à des marchés publics. Cette situation présente de nombreux avantages :

- Cette entité est généralement habituée à répondre à des marchés publics ;
- Elle consolide localement des offres alimentaires diversifiées (F&L, produits laitiers, viandes...) et permet ainsi au lycée de rassembler ces différents produits locaux dans un seul et même marché ;
- La facturation est unique pour tous les producteurs et généralement plus fiable.

LA NOMENCLATURE, LE DECOUPAGE DES MARCHES ET L'ALLOTISSEMENT

Nomenclature

Tout acheteur public, lors de la détermination de ses besoins, doit s'appuyer sur une nomenclature des achats, laquelle regroupe l'ensemble des dépenses sous-forme de catégories homogènes. Le montant de chaque catégorie sera par la suite utilisé pour définir le type de procédure de marché public à adopter, étant entendu que les catégories ne doivent pas être volontairement divisées afin d'en diminuer indûment le montant, de sorte que l'établissement pourrait se soustraire aux règles normalement applicables aux marchés publics.

En ce qui concerne les denrées alimentaires, on essaiera de trouver le bon équilibre en évitant les 2 extrêmes suivants :

Une catégorie unique : toutes les denrées alimentaires réunies dans un seul et même marché (pain, surgelés, viande, F&L...) – ce qui aboutirait à recruter un seul fournisseur, qui aura très peu de chances de donner satisfaction sur tous les produits

Une multitude de petites catégories : fruits d'hiver, de printemps, légumes racines, etc. qui outre le fait de se soustraire aux règles, présenterait une lourdeur impossible à gérer à toutes les étapes de l'achat et n'offrirait aux fournisseurs de chaque marché qu'un très faible chiffre d'affaires.

Pour les besoins d'un établissement public local d'enseignement tel qu'un lycée et hors cas particulier de très gros lycées ou de groupements de commande, il semble approprié, en première approche, d'adopter le niveau de détail suivant :

- 1- Pain (et éventuellement autres spécialités boulangères et pâtisseries)
- 2- F&L frais
- 3- Viandes et charcuterie
- 4- Epicerie
- 5- Produits laitiers
- 6- Surgelés

Mais la réflexion sur la détermination du besoin, ou l'étude du marché, qu'il soit local ou non, peut amener certains établissements à adopter des dispositions spécifiques :

- 1- dès lors que le lycée aurait constaté que les fournisseurs de viandes sont plutôt spécialisés sur l'une ou l'autre des viandes et donnent rarement satisfaction sur tout type de viande, il peut décider de singulariser des catégories telles que viandes de porc et charcuterie, viande bovine, etc.
- 2- si des biscuiteries régionales existent et que les produits correspondent aux besoins de l'établissement sur les plans gustatifs et économiques, le lycée pourra envisager de créer une catégorie spéciale pour les biscuits. La même logique s'appliquera si une filière maraîchère locale existe.

Un exemple assez courant consistera à dédoubler les catégories ci-dessus, et obtenir ainsi 12 catégories :

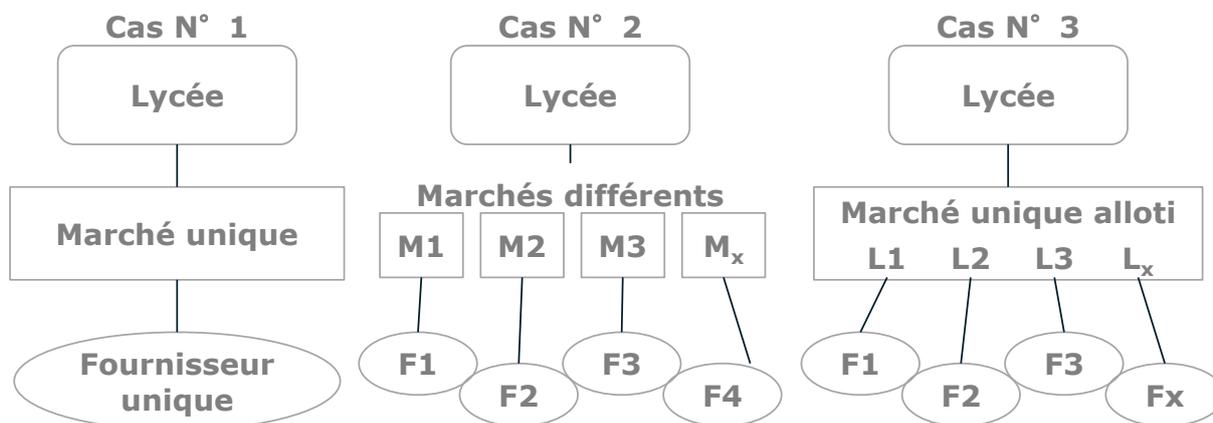
	Conventionnel	Biologique
Pain	1	7
F&L frais	2	8
Viandes et charcuterie	3	9
Epicerie	4	10
Produits laitiers	5	11
Surgelés	6	12

Ce découpage est légitime dès lors que le lycée a une démarche volontariste en matière de produits biologiques, quand bien même il permet de faire passer certaines catégories « bio » à un niveau de formalisme moindre (le gré à gré en l'occurrence).

Découpage des marchés et allotissement

Une fois la nomenclature arrêtée, le lycée établira les procédures de marchés publics adaptées à chacune des catégories (et ce, en fonction de seuils définis par la réglementation - voir infra).

Schématiquement, les cas de figures que l'on peut rencontrer sont représentés ci-après³ :



Dans la pratique, le cas n°1 ne semble pas adapté pour un lycée (on le rencontre plutôt pour de toutes petites structures telles que des crèches). L'arbitrage en fonction des cas n°2 et 3 se fera en fonction des éléments suivants :

³ Volontairement et par souci de simplification étant donné que ces configurations sont plus marginales pour un lycée achetant ses denrées de manière autonome, ne sont pas abordées ici les formes de marchés publics permettant de mobiliser différents fournisseurs pour un même marché ou lot (accord-cadre et marché à bon de commande multi-attributaire).

L'ESTIMATION DES SEUILS ET L'APPLICATION D'UNE PROCEDURE

	Marchés différents	Marché alloti
Condition de réalisation	La passation des marchés peut se faire de manière indépendante	Il y a une passation unique dans l'année pour l'ensemble des types de denrées
Avantages	Le travail peut être échelonné tout au long de l'année	Un certain nombre d'éléments sont mutualisés entre les différents lots (une publication, un règlement de consultation).
Inconvénients	Il faut refaire l'ensemble du travail plusieurs fois dans l'année ou sur un cycle de 4 ans (si les marchés durent 4 ans)	Cela oblige à tout faire en même temps (notamment la phase d'analyse des offres qui peut être chronophage)

(Les chiffres annoncés ici sont applicables en octobre 2015 mais susceptibles d'évoluer un peu au fil des ans)

Le formalisme imposé par la réglementation sur les marchés publics varie en fonction des montants que l'on s'apprête à dépenser. Ainsi :

- Lorsque le montant d'un achat est inférieur à 25.000€, l'acheteur public pourra réaliser un achat sur simple demande de devis (la règle voulant que ce ne soit pas toujours le même fournisseur qui soit sollicité selon cette modalité). On parle alors d'achat en gré-à-gré.
- Lorsque le montant des dépenses envisagées est compris entre 25.000 et 90.000 euros, l'établissement pourra mettre en place un marché à procédure adaptée tel que défini par l'article 28 du code des marchés publics. Celui-ci impose un certain nombre d'éléments pour assurer la meilleure utilisation possible des deniers publics (publicité, bonne information des candidats...), mais laisse encore de nombreuses marges de manœuvres à l'acheteur (notamment sur les délais, les possibilités de négocier...). Conformément à l'article 40 du code des marchés publics, l'acheteur choisit librement les modalités de publicité de son marché.
- Lorsque le montant des dépenses envisagées est compris entre 90.000 et 207.000 euros, l'acheteur se conforme aux mêmes dispositions que précédemment, sauf en ce qui concerne la publicité. Conformément aux dispositions de l'article 40, il est tenu de publier *un avis d'appel public à la concurrence soit dans le Bulletin officiel des annonces des marchés publics, soit dans un journal habilité à recevoir des annonces légales, ainsi que sur son profil d'acheteur* (le site internet du lycée en l'occurrence).
- Au-delà de 207.000€, on passe dans la catégorie des procédures formalisées (appel d'offres ouvert ou restreint notamment) qui cadrent de manière beaucoup plus précise les modalités de passation.

Afin de déterminer le niveau de formalisme à adopter, on compare les volumes d'achat prévisionnels avec les seuils énoncés ci-dessus.

Etant donné qu'un marché sera généralement passé sur une hypothèse théorique de 4 ans (1 an reconductible 3 fois), c'est sur cette durée que seront cumulés les montants d'achats. De plus, dans le cas d'un marché alloti, c'est le montant de l'ensemble des lots qui sera cumulé afin de déterminer le niveau de procédure à adopter.

Exemple : un lycée s'apprête à lancer une consultation pour un marché viandes fraîches et charcuterie, le montant annuel estimé est de 30.000€ (soit 120.000 euros sur 4 ans), il peut adopter le marché à procédure adaptée (MAPA).

Dans la très grande majorité des cas, et en application de la nomenclature « achats » évoquée plus haut (pain, F&L frais, viande, produits laitiers, épicerie...), les lycées se trouvent dans cette situation. C'est donc sous cette forme (MAPA) qu'ont été bâtis les documents proposés par la Région PACA.

Comme on l'a vu plus haut, il existe toutefois des situations où un lycée pourra se contenter d'achats en gré à gré. Par exemple, s'il décide, suite à son travail de détermination des besoins, de passer un marché concernant des fruits et légumes frais produits en agriculture biologique et issus de circuits courts de distribution, il est probable que le montant annuel soit peu élevé (par exemple 3500€) dans un premier temps. Les montants ne dépassant pas 25 000€ sur 4 ans, le marché pourrait être simplement passé en gré à gré.

Une fois que les quantités augmentent, il faudra passer à une procédure de MAPA.

Montants indicatifs des marchés

Les marchés de denrées alimentaires étant par nature fluctuants dans les quantités commandées, il s'agit de marchés à bon de commande. Il est coutumier d'annoncer un minimum et un maximum annuel. On recommande de définir un minimum correspondant à la moyenne arithmétique des 3 dernières années moins 30%, et un maximum correspondant à la même moyenne + 20%. L'acheteur n'est pas tenu d'annoncer ces données (qui offrent néanmoins une précieuse visibilité aux fournisseurs). Attention toutefois, dès lors qu'aucun maximum ne serait annoncé, le marché est réputé être passé en appel d'offres et non en MAPA.

« Si je passe un marché spécifique pour des pommes et des poires, est-ce que c'est du saucissonnage ? »

La pratique du saucissonnage consiste à « éclater » ses achats de sorte que chacun, pris un par un, représente un niveau de dépense inférieur à un des seuils des procédures évoqués précédemment ; l'objectif étant de réduire sensiblement le formalisme de la procédure (un principe déjà décrit en ce qui concerne la constitution de la nomenclature des achats).

Comment ne pas être accusé de faire du saucissonnage ?

Une fois que la nomenclature des achats de denrées alimentaires est consolidée de manière adaptée aux besoins du lycée et au marché fournisseur, c'est l'ensemble des dépenses pour chacune des catégories de produits qui est prise en considération au moment de faire le calcul des seuils.

Voici le cas de figure d'un lycée :

Catégorie	Dépenses annuelles	Dépenses sur 4 ans	Type de procédure à appliquer ⁴
Pain	7.500	30.000	MAPA
F&L frais	12.000	48.000	MAPA
Viandes et charcuterie	30.000	120.000	MAPA
Produits laitiers	12.000	48.000	MAPA
Epicerie	11.000	44.000	MAPA
Surgelés	7.000	28.000	MAPA

Un verger local produit des pommes et des poires succulentes et pour un tarif défiant toute concurrence. Il intéresse bien entendu le lycée qui pourra par exemple définir deux marchés différents :

- 1 marché fruits et légumes frais (10.000 euros environ) qui aura vocation à s'adresser à un grossiste ;
- 1 marché pommes et poires (2.000 euros environ) qui aura vocation à être remporté par le verger local (à condition qu'il produise une offre conforme et que celle-ci soit jugée plus intéressante sur un plan technico-économique que celle de ses éventuels concurrents !).

Même si le marché « pommes et poires » est très en deçà du seuil des 25 000 euros, y compris sur 4 ans, il sera passé **non pas en gré à gré, mais en MAPA**, car c'est le total de la catégorie qui est pris en compte pour définir le niveau de formalisme. Dès lors, le lycée ne pourra aucunement être taxé, ni de saucissonnage, ni de localisme, ni de favoritisme...

⁴ Attention, si l'ensemble de ces catégories sont rassemblées au sein d'une procédure unique avec différents lots, on est tenu de faire la somme de tous les lots. L'achat bascule dès lors, compte tenu des montants annoncés, dans la catégorie « appel d'offres ».



Photo Région ©Régis Cintas-Florès

CONTENU PROPOSÉ DES DOCUMENTS DE MARCHÉ ET PRINCIPES D'UTILISATION

DOCUMENTS-TYPES PROPOSES MARCHES A PROCEDURE ADAPTEE (MAPA)

On trouve dans le « kit MAPA » mis à disposition différents documents :

- Un règlement de consultation (RC)
- 5 actes d'engagement et cahiers des charges particulières (AECCP : pain, F&L frais, viandes et charcuterie, produits laitiers, épicerie⁵)
- 5 annexes à l'AECCP valant cadre de réponse financière et technique (1 pour chacune des catégories de produits)
- 1 document de candidature simplifié

Ces documents ont été rédigés de telle sorte qu'ils soient au maximum prêts à l'emploi. Néanmoins, le rédacteur du marché public devra les adapter à sa situation.

Sur l'organisation générale des documents, libre à lui de passer 5 marchés indépendants ou un marché comprenant plusieurs lots.

- 5 marchés indépendants : il devra démultiplier le RC unique à ce stade en autant de RC autonomes, chacun reprenant les informations cohérentes pour la catégorie de produits concernée (notamment la partie relative aux critères de choix).
- 1 marché unique alloti : cette fois, à l'inverse, il pourra fusionner les 5 AECCP en 1 seul AECCP comportant différents chapitres pour les différents lots (il peut néanmoins dans ce cas conserver 5 documents séparés en changeant leur intitulé : lot 1, lot 2...).

PRINCIPES DE FONCTIONNEMENT : DES MAPA GENERALISTES, MAIS ADAPTABLES A L'OFFRE LOCALE

En l'état, les MAPA ont été rédigés prioritairement pour s'adresser à des fournisseurs « généralistes » de chacune des catégories. Les axes de progrès, par rapport à une situation sans marché, sont :

- 1) Un règlement de consultation qui clarifie les modalités d'analyse des offres et qui intègre des critères de choix favorisant les produits bio-locaux de qualité (en fonction des catégories de produits, ces critères porteront sur le nombre d'intermédiaires dans la chaîne de distribution, les démarches de qualité labellisées, la qualité gustative, le délai entre cueillette et livraison etc.)
- 2) Un cahier des charges qui cadre, dans la durée, les relations avec les fournisseurs (que ce soit pour les fréquences et les conditions de livraisons, la détermination des prix et leur évolution, les conditions de paiement, les pénalités...)
- 3) Des cadres de réponse qui précisent les besoins du lycée sous forme de listes de produits avec des quantités indicatives associées, clarifient les demandes faites aux candidats pour évaluer leurs offres (informations nécessaires, fournitures d'échantillons...)
- 4) Un document de candidature qui a vocation à minimiser les informations généralement exigées dans les procédures formalisées (DC1, DC2...). Cela évite que des fournisseurs néophytes en matière de marchés publics ne rencontrent une « barrière administrative » au moment de constituer leur offre.

Mais ces documents de marchés peuvent également être utilisés spécifiquement pour acheter des produits en circuits courts de proximité.

⁵ La catégorie *Surgelés*, qui laisse peu d'opportunités d'achats en circuits-courts, n'a pas fait l'objet de documents de marchés.

Ainsi, par exemple, il est possible de passer un marché de Fruits et légumes frais dont un lot sera généraliste et s'adressera de fait aux grossistes, tandis qu'un second, resserré sur des productions locales, s'adressera à plusieurs maraîchers locaux.

Dans ce cas, on veillera à adapter les caractéristiques de chaque lot. Par exemple :

1- le lot généraliste sera doté d'un critère de choix favorisant les grossistes dont l'offre en produits labellisés est la plus attractive

2- le lot « circuits courts » imposera dans le cahier des charges un délai maximum entre cueillette et livraison, et éventuellement un critère sur les qualités gustatives des produits⁶

Pour prolonger ces réflexions et identifier une liste plus complète (quoique non exhaustive des exigences utilisables pour valoriser une offre en circuits courts de proximité), le lecteur peut consulter le tableau de synthèse en annexe 2.

AJUSTEMENT DES DIFFERENTES PIECES DU MARCHÉ

Cadre de réponse : la liste des produits consommés

Le cadre de réponse proposé dans les marchés-types constitue également le bordereau de produits, c'est-à-dire la liste des produits que le lycée sera amené à consommer plus ou moins régulièrement. Le travail de détermination des besoins doit aboutir à ajuster cette liste, et particulièrement :

- La compléter si certaines références manquent
- La réduire, si certains produits ne sont pas utilisés par le lycée
- L'ajuster, sur les conditionnements demandés, par exemple mais aussi sur les quantités indicatives annuelles.

Désignation des produits	Unité de facturation	Quantités annuelles indicatives	Nombre d'intermédiaires avéré entre le producteur initial et l'établissement (deux plus de 30% des cas)
Fruits			
Ananas sweat cat 1b 1100-1500g	Pièce	100	
Banane extra	kg	800	
Citron jaune cat 1 58-67mm	kg	500	
Clémentine Fortuna cat 1	kg	800	
Fraises cat 1	kg	400	
Kiwi cat 1 95-105g	kg		
Mandarine cat 1	kg	500	
Orange navel cat 1 (81-92mm)	kg	800	
Poire Abate Fétel cat 1 65-10mm	kg	400	
Pomelos rose	kg	230	
Pomme Boscop rouge cat 1 80-85mm	kg	500	
Pomme Chantecler cat 1 70-75mm	kg	500	
Pomme fuji cat 1 80-85mm	kg	400	
Pomme Gala cat 1 70-75mm	kg	300	

Liste de produits

Quantités indicatives

⁶ A noter : ce critère n'a pas été intégré systématiquement s'agissant des fruits et légumes, car en fonction de la période de l'année, il n'est pas forcément opportun de demander des échantillons (par exemple si l'on achète des pommes au mois de mai)

Cette étape est essentielle à réaliser car elle permettra aux candidats de se représenter le plus fidèlement possible le besoin et de faire une proposition en fonction. Les quantités ne doivent pas être exactes, au « gramme près », mais l'ensemble doit être représentatif. A défaut de renseigner toutes les lignes, le lycée pourra se contenter de ne remplir que les 25 ou 30% de denrées les plus consommées (dès lors qu'elles représentent plus de 80% du volume global).

A noter toutefois, les modalités de notation du prix, ou du critère « disponibilité et attractivité d'une offre alimentaire de qualité certifiée » devront néanmoins alors être adaptées car celles-ci s'appuient sur les quantités annuelles indicatives afin de « pondérer » la valeur de chaque ligne.

Cadre de réponse : ajustement des modalités d'évaluation des offres

Une fois le nombre de lignes ajusté et les éléments renseignés pour chacune, le lycée pourra modifier les colonnes. En effet, on y trouve les différents cadres de réponse des critères de choix utilisables le cas échéant.

Ces critères de choix constituent une proposition et ne sont pas nécessairement à reprendre en intégralité.

Cela est particulièrement vrai en ce qui concerne la viande, puisque les critères sont très (voire trop) nombreux si on les reprend en intégralité. L'établissement pourra ainsi arbitrer qu'un ou plusieurs critères ne seront pas utilisés.

Principales origines des produits (lieu d'élevage pour viandes et volailles / et de fabrication pour la charcuterie)	Temps de maturation moyen (viande bovine)	Mise à disposition de la fiche technique au moment du dépôt de l'offre	Livraison d'un échantillon (les échantillons devront être livrés avec leur emballage primaire et éventuellement secondaire, faisant apparaître toutes les informations de traçabilité)	Ce produit peut-il être proposé, en complément, avec un niveau de qualité renforcé et attesté (labels agriculture biologique, AOC, label rouge,...) Préciser et joindre systématiquement la fiche technique

Colonnes à supprimer pour les critères non utiles ou bien non analysés par le lycée

Pour information, voici la liste des critères de départ pour la viande : principales origines de produit (*ce n'est pas l'origine mais la transparence ou la connaissance des filières qui est jugée*), temps de maturation, disponibilité d'un équivalent labellisé, qualité estimée selon la fiche technique, qualités organoleptiques des échantillons testés, perte à la cuisson des échantillons testés.

AJUSTER SES DEMANDES AFIN DE NE PAS SUBMERGER LES CANDIDATS

Un point essentiel de simplification de la procédure est d'avoir des demandes proportionnées vis-à-vis des candidats au marché. A fortiori sur un marché de fournitures alimentaires qui comporte de nombreux produits différents, dont certains sont très rarement consommés.

Dans cette logique⁷, il est essentiel que les informations demandées au candidat se concentrent dans certains cas sur les produits qui sont les plus importants. Par exemple, les 20% (environ) de produits qui représentent 80% (environ) du total.

⁷ Logique qui est également sous-jacente au fait de ne pas nécessairement maintenir tous les critères de choix, mais seulement ceux qui sont jugés utiles et seront effectivement jugés.

Ainsi, on pourra décider de maintenir un critère mais de ne l'analyser que sur la base de quelques références. On prendra alors soin de griser ou de barrer les cases pour les produits non concernés :

Désignation des produits	Unité de facturation	Temps de maturation moyen (viande bovine)	
Viande bovine			
Paleron	kg	 	Information non demandée
Tende de tranche à rôtir	kg	 	
Bourguignon maigre non gélatineux 40/80g.	kg		Information demandée
Bourguignon gélatineux 40/80g.	kg		
Emincé à poëler 20/30g.	kg		

Voici, à titre d'exemple et dans le cas de la viande, les éléments pouvant ainsi faire l'objet d'un ajustement :

- La fourniture d'échantillons - cela est d'autant plus important que cela peut avoir une incidence économique importante pour les plus petits opérateurs économiques⁸ ;
- L'information sur l'origine des produits ;
- Le temps de maturation de la viande bovine.

Une fois les ajustements réalisés dans le cadre de réponse, il est recommandé de masquer les colonnes inutiles et de bloquer la feuille excel avec un mot de passe, de sorte que les candidats ne puissent modifier, par inadvertance ou non, les formules de calcul ou les listes déroulantes.

Le règlement de consultation

Le règlement de consultation sera modifié pour bien préciser - entre autres - la liste exacte des critères avec les points associés. Les points attribués aux critères finalement non utilisés seront ainsi ventilés sur les critères restant en fonction des priorités de l'établissement.

Dans tous les cas, le nombre de points associés à chaque critère (qui en détermine l'importance relative) peut/doit faire l'objet d'ajustements pour correspondre au mieux aux priorités de l'établissement.

Sauf omission, les zones qui doivent faire l'objet d'une modification par le lycée sont surlignées en jaune.

L'attention des rédacteurs de marché est attirée sur l'effet des méthodes de notation quant au classement final des offres sur le critère prix. On pourra ainsi utiliser la formule de notation suivante qui tasse les écarts et favorise donc moins le moins-disant :

⁸ A propos des échantillons, on préférera en demander moins (4 ou 5 maximum par fournisseur), mais des échantillons en quantités suffisantes, de sorte que toutes les informations de traçabilité soient obtenues (cela est particulièrement important en ce qui concerne la viande pour laquelle ces informations n'apparaissent parfois que sur le carton).

Note du candidat pour le Détail Quantitatif Estimatif (sur 40) =

$$20 + 20 \times \left[\frac{\text{moyenne des offres} - \text{prix de l'offre}}{\text{moyenne des offres}} \right]$$

La formule habituelle étant la suivante :

Note du candidat pour le Détail Quantitatif Estimatif (sur 40) =

$$40 \times \left[\frac{\text{moyenne des offres} - \text{prix de l'offre}}{\text{moyenne des offres}} \right]$$

L'acte d'engagement et cahier des charges particulières

Tout comme pour le règlement de consultation, un certain nombre de points doivent être ajustés dans le cahier des charges (notamment sur les heures et lieux de livraisons).

Sauf omission, les zones qui doivent faire l'objet d'une modification par le lycée sont surlignées en jaune.

Harmonisation de l'ensemble des pièces

Une fois les modifications de fond effectuées dans les différentes pièces, on veillera à harmoniser les différents documents (titre du document, nom du lycée, logo, date de remise des offres...)



Photo Région ©Régis Cintas-Florès

ANNEXES



Photo Région © Claude Almodovar

ANNEXE 1 : CONTACTS UTILES

BOUCHES DU RHONE

Plateforme Paysanne Locale

Contact : Vijay RATINEY 06 71 20 86 28 - Email : vijay.ppl@outlook.fr

Goûter au 13 <http://www.agri13.fr/au-service-des-agriculteurs/votre-entreprise/valorisation-et-diversification/goutez-au-13-manger-autrement-cest-notre-culture.html>

Contact : Chantal Robles Email : c.robles@bouches-du-rhone.chambagri.fr

Solid'Arles à Arles <http://solidarles.free.fr>

Contact : 04 90 49 99 10 / 06 75 81 63 90

Le Rendez-vous Paysan à Arles

Contact : Spagna Michel 04 90 49 15 26 Email : maisondesproduits-pnrc@gmail.com

Le Goût d'Ici à Venelles (enseigne Couleurs Paysannes) ;

Contact : 04 92 72 14 96 Email : communication@couleurs-paysannes.fr

Ma Terre www.materre.net

Contact 04 42 26 83 65 Email : contact.panierbio@materre.net

Terroir Bio 13 www.terroirbio13.com

Contact : 04 42 32 64 30 Email : terroirbio@oxatis.com

La Courte Echelle à Saint-Rémy de Provence <http://www.lacourte-echelle.fr/>

Contact : 04 88 61 33 83 Email : epicerie@lacourte-echelle.fr

ALPES DE HAUTE PROVENCE

REGAL dans le Pays de Haute Provence

<http://www.paysdehauteprovence.com/textes/REGAL.html>

Contact : Albert Alameldine 04 92 75 72 44 Email : alameldine@paysdehauteprovence.com

La Belle Ferme à Manosque <http://www.labelferme.com/>

Contact : 04 92 87 59 56 Email : contact@labelferme.com

Couleurs Paysannes à Valensole : <http://www.vente-directe-producteurs-manosque.fr/>

Unis Verts Paysans à Forcalquier (*pas de livraison, produits à retirer sur place*) :

<http://www.villagevert.fr/membre/unis-verts-paysans/>

Contact : 04 92 78 19 75 Email : contact@unis-verts-paysans.com

HAUTES-ALPES

Vallées de l'Ubaye et de La Blanche : Echanges paysans Hautes-Alpes <http://echanges-paysans.fr>

Contact Marc Lourdaux 06 83 56 24 08 ou Romuald 06 77 50 17 06 09 72 44 76 99

Email : contact@echanges-paysans.fr

Où trouver des produits locaux dans les Hautes-Alpes :

<http://www.produitsdeshautesalpes.fr/hautes-alpes-naturellement>

ALPES MARITIMES

Agribio 06

Contact : Vincent Markovic 06.64.42.07.97 **Email :** agribio06-restauration@bio-provence.org

Le Marché de nos Collines au Rouret ;

Contact : 04 93 77 34 21 **Email :** marchedenoscollines@wanadoo.fr

VAR

Agribio Var <http://www.mangerbiopaca.fr/> ;

Contact : Joseph Randriamanandro 06.51.60.22.96 **Email :** agribiovar.randria@bio-provence.org

VAUCLUSE

Agrilocal 84 <http://www.agrilocal84.fr/> (*plateforme virtuelle, pas de groupement de producteurs*) ;

Contact : Pauline Ricard 04.90.16.14.76 **Email :** pauline.ricard@cg84.fr

Naturellement Paysan à Maubec (Coustellet)

Contact : 04 90 05 59 08

Le Luberon Paysan d'Apt

Contact : 04 90 05 88 19 **Email :** produitslocaux.apt@free.fr

Le Luberon Paysan de la Tour d'Aigues

Contact : 04 90 07 34 93 **Email :** luberonpaysan@gmail.com

L'Épicerie Paysanne à Grillon

Contact : 04 90 34 07 09

AUTRES CONTACTS (PRODUITS AB, PRODUITS TRANSFORMÉS, GROSSISTES BIO ET CONTACTS DIRECTS PRODUCTEURS):

- Où trouver des produits bio en Provence-Alpes-Côte d'Azur : <http://www.bio-provence.org/spip.php?rubrique14>
- Plateforme produits transformés en Provence-Alpes-Côte d'Azur (attention : les matières premières ne proviennent pas nécessairement de l'agriculture de Provence-Alpes-Côte d'Azur) : <http://www.offre-alimentaire-paca.fr/>

ANNEXE 2 - DIFFERENTES MANIERES DE VALORISER UNE OFFRES BIO-LOCALE DE QUALITE DANS UN DOSSIER DE CONSULTATION

Catégorie de produits	Stratégie d'achat	Spécifications techniques	Conditions d'exécution	Critères de choix
Fruits et légumes	<ul style="list-style-type: none"> Adaptation de la forme du marché pour la rendre compatible avec la capacité de réponse des producteurs locaux (allotissement, procédure adaptée) Augmentation du niveau d'attente sur le plan qualitatif de manière à valoriser l'offre locale de qualité Achats en groupement de commandes, par exemple pour la viande, afin d'assurer l'équilibre matière 	<ul style="list-style-type: none"> Variétés locales Produits sous SIQO² (ou critères de choix) 	<ul style="list-style-type: none"> Animation ou visites pédagogiques⁴ Pas d'emballage ou reprise de ceux-ci⁵ Délai max entre cueillette et livraison¹ 	<ul style="list-style-type: none"> Produits sous SIQO Nombre d'intermédiaires Délai entre cueillette et livraison¹
Viande		<ul style="list-style-type: none"> Races locales AOC ou label rouge² Produits bio² 	<ul style="list-style-type: none"> Animation ou visites pédagogiques⁴ 	<ul style="list-style-type: none"> Pertes à la cuisson⁶
Fromage		<ul style="list-style-type: none"> Produits sous SIQO² (ou critères de choix) banon, brousse,... Produits bio² 	<ul style="list-style-type: none"> Animation ou visites pédagogiques⁴ 	<ul style="list-style-type: none"> Qualité gustative
Laitages		<ul style="list-style-type: none"> Conditionnement en seau³ ou en 100g. Produits sous SIQO² (ou critères de choix) Produits sous SIQO² (ou critères de choix) 	<ul style="list-style-type: none"> Animation ou visites pédagogiques⁴ 	<ul style="list-style-type: none"> Qualité gustative
Pain		<ul style="list-style-type: none"> Produits bio² Farines spéciales (T65, 80...) 	<ul style="list-style-type: none"> Animation ou visites pédagogiques⁴ 	<ul style="list-style-type: none"> Qualité gustative Durée de conservation
Epicerie		<ul style="list-style-type: none"> Produits sous SIQO² (ou critères de choix) : calissons 	<ul style="list-style-type: none"> Animation ou visites pédagogiques⁴ 	<ul style="list-style-type: none"> Nb de réf. sous SIQO Qualité gustative

Précisions :

- (1) Un délai court entre cueillette et livraison permet aux convives de consommer des fruits et légumes frais et à pleine maturité, qui contiennent plus de vitamines et micronutriments essentiels.
- (2) Il est possible de faire référence à des labels : <http://www.signes-qualite-paca.com/>. En toute rigueur juridique, il est nécessaire de faire figurer les critères techniques de chacun des labels, mais par mesure de simplicité/réalisme, il est sans doute préférable de renvoyer les fournisseurs à un site portail où ils peuvent prendre connaissance de l'ensemble des labels et de leur signification.
- (3) Le conditionnement en seau permet de diminuer le coût d'achat des produits laitiers (et n'est généralement le fait que de petits producteurs). Bien sûr il nécessite des adaptations en cuisine. On pourra également explorer d'autres pistes avec le producteur, par exemple si le yaourt est conditionné en 100g contrairement au classique 125g. dans l'industrie. Enfin, on pourra également imposer un taux de sucre maximum (5%) pour différencier une offre artisanale d'une offre industrielle.
- (4) Les rencontres entre producteurs et convives sont un bon moyen de faire comprendre aux élèves d'où provient leur alimentation. Cette démarche redonne à la nourriture une valeur aux yeux des convives et permet une reconnaissance du travail des producteurs.
- (5) L'absence d'emballage lors de la livraison est intéressante pour l'établissement car cela permet de diminuer les volumes de déchets et donc de faire des économies sur le traitement de ceux-ci. Une autre option est de demander au fournisseur de les récupérer.
- (6) Mesurer le taux de pertes à la cuisson permet de s'assurer de la qualité de la viande. En effet, plus la viande est de bonne qualité moins la cuisson engendre de pertes.

Région



Provence-Alpes-Côte d'Azur

Direction des Lycées

Service internat et restauration dans les lycées

Hôtel de Région

27 place Jules Guesde - 13481 Marseille Cedex 20

Tel. 04 91 57 50 57

www.regionpaca.fr