

RESEAU RURAL REGIONAL POITOU-CHARENTES

FORMATION Commande publique et restauration collective dans une démarche durable

Lycée agricole de Thuré (86), le 2 décembre 2009

Relevé des échanges

CONTEXTE ET OBJECTIFS DE LA FORMATION

Suite au premier atelier du Réseau Rural Régional, « Approvisionner la restauration collective hors domicile en produits locaux » du 15 mai 2009 au LPA de Montmorillon, proposer une formation par un accompagnement pédagogique et un partage d'expériences sur la commande publique.

Formation, non qualifiante, concrète, accessible, pour un apport de connaissances, illustrée d'exemples, qui puisse répondre aux questions des participants et les amener à une culture commune.

ACCUEIL : JEAN-MICHEL BREGEON, PROVISEUR LYCEE PROFESSIONNEL HORTICOLE DE THURE

Présentation lycée : www.lpah-thure.com

Formation : 400 personnes.

80 personnes travaillent sur site.

65 ha grandes cultures, horticulture.

Ferme découverte : Animation du territoire et développement : 40 couchage : accueil écoles et adultes : thématique agriculture et environnement.

Système de chauffage de serre avec colza produit : en fonctionnement depuis 15 jours. Serre autonome en eau (récupération eau des toits+ chauffage).

Réseau producteurs : consommateurs : soutenus par la Région et la communauté d'Agglomération du pays Chatelleraudais.

Un réseau consommateurs-producteurs : vente directe à la ferme découverte du lycée de Thuré : fonctionnement par commande et livraison les 1ers et 3^e vendredi du mois au lycée agricole (pendant 2h). Des produits amenés dans les serres par des producteurs. Commandes passées par les personnes à l'avance.

Réflexion en cours sur la construction d'un site web : galerie marchande et produits locaux.

Volonté de modéliser ce développement.

Cuisine et restauration collective : 2 types de problèmes :

Le lycée n'est pas équipé en fours pour faire cuire 90 poulets pour la restauration le midi.

Problème de temps pour la gestion des commandes. On ne peut pas contacter chaque producteur. Une réflexion avec la communauté d'agglomération du pays Chatelleraudais. Question de l'intermédiaire entre les agriculteurs et les établissements.

FORMATEUR : JOSIC MAIGNAN, DIRECTEUR COMMANDE PUBLIQUE REGION POITOU-CHARENTES

« LES GRANDS PRINCIPES DU CODE DES MARCHES PUBLICS DEPUIS 2006 »- GENERALITES

(cf diaporama en ligne sur www.europe-en-poitou-charentes.eu dans FEADER/ Réseau Rural Régional)

Définition des termes d'achat et de marché

Achat : réponse à un besoin.

Marché : forme juridique de l'achat.

Des choses peuvent être faites quand on va dans l'interprétation des textes de façon pointue. L'essentiel des textes appliqués vient de Directives de l'Union Européenne. Dans certains cas, également des

éléments qui viennent de l'OMC¹. Les seuils des marchés sont fixés dans des négociations internationales.

Pourquoi les marchés ne peuvent pas se conclure de gré à gré ?

- Bonne utilisation des deniers publics : ce qui justifie ce système.
- Cela demande une définition préalable des besoins : le cahier des charges.

Les grands principes de la commande publique :

- Non discrimination géographique : comment utiliser des circuits courts ? Des possibilités existent.
- Egalité de traitement
- Transparence des procédures : égalité de tous.

Acheter mieux :

On sort de l'optique d'acheter à plus bas prix.

Aspect environnemental : demander l'utilisation d'écolabels, prise en compte des effets gaz à effet de serre dans les livraisons de produits...

Aspect social : que les fournisseurs aient un impact en matière d'accès à l'emploi des personnes qui en sont éloignées.

Principes du code des marchés

Allotissement : fonctionnement par lot (lot de carottes...) afin de susciter le plus de commande possible. Si on réalise un marché par type de produits, on peut donner accès à des producteurs locaux. Si tous les produits se situent dans un seul lot, seuls les producteurs que des producteurs industriels peuvent répondre et tout satisfaire.

Clauses d'exécution : une partie lot en bio...

Marchés réservés : ce sont des marchés réalisés avec des entreprises adaptées : ex CAT. Des règles spécifiques existent.

Procédures adaptées : Elles ont moins de contraintes : on peut mettre plus en avant le développement. Il peut être utilisé comme un critère de choix durable. Des groupements d'entreprises sont possibles pour répondre à ces marchés.

Marchés

Procédures formalisées : peu de marges de manœuvre : délais imposés par les textes, pas de possibilité de négocier si l'on souhaite que l'offre soit complétée ou modifiée.

Procédures adaptées : sont spécifiques à l'acheteur : plus de libertés sur les délais et les modalités de réponse. Possibilité de négocier et de demander de modifier l'offre ou de compléter des éléments.

Négociation sur le prix, le conditionnement, les délais de livraison,

Les procédures adaptées permettent de travailler avec des entreprises qui ont moins l'habitude.

Les seuils des marchés :

En dessous du seuil des 206 000 € HT : marchés à procédure adaptée.

Au dessus du seuil des 206 000 € HT : marchés à procédure formalisée.

A partir de janvier 2010 le seuil des 206 000 € passe à 193 000 € HT.

Publicité :

En dessous de 20 000 € : pas d'obligation de publicité ni de devis. Les devis peuvent être bien pour faire appel à différents producteurs, pas toujours le même.

A partir 90 000 € HT : publicité au bulletin officiel (BOAMP)

A partir 206 000 € HT : publicité à l'échelle de l'Union Européenne.

Les catégories homogènes de produits

Les acteurs publics sont libres de définir leurs catégories homogènes de produits.

La nomenclature européenne est la plus poussée : très précise.

Une nomenclature d'achat liée au code de 2001 : assez générale.

Exemples :

- SDIS (pompiers) : cantine : activité secondaire : pas trop de détail

¹ Organisation Mondiale du Commerce

- Commune : restauration collective : les besoins sont plus importants et plus détaillés : la nomenclature adonc besoin d'être plus fine. Il est important de pouvoir justifier le choix de la nomenclature qui est de la responsabilité de l'acheteur.

Qui recadre l'acheteur s'il y a dérive dans l'élaboration de la nomenclature ?

- La Chambre Régionale des Comptes (CRC)
- Une entreprise mécontente peu faire des démarches
- Le contrôle de légalité

La nomenclature : un outil propre à chaque collectivité et qui évolue.

Par exemple pour la ville de Niort : chaque famille de produits a été subdivisée en deux pour développer le bio. Cela se justifiait car il y a un volume important.

Cela nécessite d'avoir l'offre en face de la demande, quelles que soient les catégories élaborées.

Une unité fonctionnelle est une opération particulière. Elle peut être sortie des catégories : par exemple une opération bio dans une école.

Différents types de marchés : fournitures, services, travaux.

La part la plus importante du marché définit sa catégorie (par exemple si 51% sont des travaux, c'est un marché de travaux.)

Marché à bon de commande : un engagement sur un prix unitaire.

L'acheteur va émettre des bons de commande en fonction de ses besoins : par exemple 40 kg avec le prix du kg.

Accord cadre : un contrat avec plusieurs fournisseurs que l'on remet en concurrence à chacun de nos besoins. On sélectionne celui qui correspond le mieux en matière de critères.

Intérêt de tisser un lien fort avec les fournisseurs. L'accord cadre peut se conclure sur une durée de 4 ans.

Il permet de mieux anticiper les réponses si on connaît les fournisseurs et de s'inscrire dans de l'anticipation par rapport aux évolutions (ex augmentation des volumes en bio 20%)

Dématérialisation des procédures.

Documents constitutifs des marchés :

- Règlement de la consultation : donne l'info sur les règles de la consultation.
- L'acte d'engagement
- Le cahier des clauses administratives
- Le cahier des clauses techniques particulières

L'ensemble de ces documents constitue le marché public.

Phases de la vie d'un marché :

Définition du besoin préalable : ce que l'on veut acheter et l'offre disponible. Les entreprises peuvent poser des questions sur les façons de répondre.

Se poser la question de l'évaluation du marché. Elle permettra de mieux définir les besoins du futur marché.

QUESTIONS ET ECHANGES

- Un accord cadre : 4 ans maximum

On peut faire un an renouvelable 3 fois pour pouvoir reformuler le marché si certains éléments ne fonctionnent pas bien.

Les acheteurs fonctionnent souvent en 1 an renouvelable 3 fois. Sur 4 ans, on peut mettre en place un programme avec le fournisseur. Si des évolutions ont lieu en matière de prix ou autres, il est possible de sortir du marché.

- Un producteur ne peut être assuré de ses ventes sur les 4 ans dans le cas d'un accord cadre. Des évolutions sont possibles, il n'y a pas de garantie.

Pour les marchés à bon de commande on peut mettre des prix maximums et des minimums ou pas du tout.

La plupart des acheteurs ont une visibilité suffisante pour mettre des prix minimums et des maximums. Il est possible de mettre un prix minimum sans maximum et vice versa. Cela est laissé à l'appréciation de l'acheteur.

- Il faut de bonnes raisons pour ne pas reconduire un marché.

Les délais de paiement vis à vis des institutionnels : 40 jours (30 jours prévu bientôt) pour le paiement par le Trésor public effectué à la réception de la facture. Les délais de paiement sont plus courts que pour les institutionnels privés. Cela peut être un atout.

La volatilité des prix de l'alimentation : des clauses d'augmentation des prix, pas de plus de 5% par an. Les cours peuvent évoluer si le prix des matières premières s'envolent. Voir les modalités de fixation des prix. Démarche complexe à faire pour les petites collectivités et différent d'une famille de produits à une autre. Cela demande une certaine expertise.

La négociation du prix se fait aussi au niveau local, certains fournisseurs préfèrent un prix stabilisé sur l'année.

Clauses de révision de prix peuvent être mentionnées avec un pourcentage plafond et plancher.

Pour les fournisseurs, il est parfois lourd de lire le CCAP (cahier des clauses administratives particulières) où sont stipulés ces différents éléments. Le fournisseur ne peut pas faire évoluer ses prix comme il veut.

- Une collectivité (commune ou communauté de communes), si elle veut se lancer dans la restauration et l'achat de produits, quelle marche à suivre ? en parler en amont avant de lancer le marché ?

On ne peut pas annoncer que l'on souhaite acheter des produits locaux.

Par contre, il peut être judicieux de faire une publicité dans des journaux locaux et de l'information en amont (réunion) sur les perspectives de lancement du marché de produits pour la restauration collective (sans annoncer produits locaux).

La question de l'accompagnement des producteurs pour se positionner : nécessité d'intermédiaires.

Répondre à un marché en en groupement de producteurs.

Plusieurs producteurs et une structure entrepreneuriale qui a les compétences pour la gestion du marché.

- Qu'est ce qu'un fournisseur et comment s'assurer que le fournisseur travaillera étroitement et éthiquement avec les producteurs. Cela dépend de la taille de la collectivité et du volume de ses besoins.

TEMOIGNAGE : ASSOCIATION DEFI RURAUX (76) « BONS REPAS DE L'AGRICULTURE DURABLE »,
(cf diaporama en ligne sur www.europe-en-poitou-charentes.eu dans FEADER/ Réseau Rural Régional)

Distribution de matières premières locales durables et bio pour des repas dans les collèges et des lycées en Haute-Normandie, par Stéphanie HEUZÉ, Chargée de projet association Défis ruraux.

Lancement de la démarche en 2004, d'où une expérience de 6 années des Bons repas de l'agriculture durable dans les restaurants scolaires avec des produits frais issus de l'agriculture locale, des exploitations durables sélectionnées et agréées, des actions éducatives et pédagogiques, du lien entre les producteurs et les équipes de cuisine.

Une action très ponctuelle la première année (6 repas complets), puis en 2007 des repas proposés tous les 15 jours.

L'année 3, la Région Haute Normandie a laissé les lycées libres de participer ou non à cette action.

Au total, 66% des collèges travaillent avec Défis ruraux.

200 000 repas sur l'année, soit 700 000 repas servis depuis le début de l'action.

Coût moyen d'un repas : 2,18 € avec en moyenne 0,6 € de surcoût financé par la Région.

Nombre de participation par type d'établissement : pour les collèges 4,5 fois par an et pour les lycées 2,5 fois par an.

Les produits proposés : viennent tous de Haute Normandie, des évolutions dans les types de produits travaillés.

- Viandes : bœuf, porc, agneau, volaille,

- Produits maraîchers : pommes de terre, carottes, betteraves, céleris, salades, choux, blettes, potirons, radis, navets, poireaux, oignons, persil, ciboulettes, courges, ...

- Légumes secs et autres : lentilles, farine, œufs,
- Produits laitiers de vache et de chèvre : fromages, beurre, crème, yaourts, lait,...
- Fruits : pommes, poires, rhubarbe,
- Desserts : biscuits, quatre-quart, riz au lait...

Un partenariat avec le Centre d'Action Régional de Développement l'Éducation Relative à l'Environnement, agréé par le ministère de l'Éducation Nationale, et avec les professeurs pour **l'animation pédagogique** organisée en dehors des repas : 5 ateliers ludiques de 2h sous forme par exemple de plateaux de jeux pour construire une conscience de consommateur responsable et solidaire.

Le fonctionnement des repas proposé tous les 15 jours, le jeudi, facilite l'organisation des producteurs et des équipes de cuisine qui ont moins de travail le mercredi.

Tous les mois une liste de produits est envoyée aux cuisines, qui passent la commande. Défis Ruraux fait la synthèse des commandes aux producteurs qui organisent leur livraison à l'établissement 2 à 3 jours avant le repas (sauf pour le pain livré le jour même).

Choix de limiter la distance de livraison par le producteur aux établissements d'où l'organisation du territoire en 3 zones, et inscription des producteurs dans ces zones.

Sélection des producteurs selon 6 critères obligatoires (car pas encore de critère de sélection de l'agriculture durable) :

- Le respect des normes sanitaires.
- Pas d'OGM dans les champs ou dans l'alimentation animale.
- Les hormones de croissance, les antibiotiques et les farines animales sont exclus de l'alimentation des animaux.
- Les produits sont originaires de Haute-Normandie.
- Un indice de fréquence de traitement inférieur à la moyenne régionale.
- Un bilan azoté apparent inférieur à 150 U/ha.

Le **diagnostic de durabilité** réalisé sur 3 échelles : agro-écologique, socio-territoriale et économique, avec au total 42 indicateurs .

Un engagement avec le producteur pour 2 ans, avec une progression attendue pour les critères retenus.

Mise en place d'**une commission d'éthique qui se réunit** tous les 2 mois, sur le diagnostic et les points d'amélioration.

Les partenaires

- Département Seine Maritime (76) : partenaire sur l'aspect financier des repas, l'organisation (atelier, sélection des producteurs...)
- Région Haute Normandie : prend en charge le surcoût des repas et l'organisation des lycées.
- AREHN (Agence Régionale de l'Environnement de Haute-Normandie) : participe au comité d'éthique et communique sur l'opération.
- Les établissements scolaires.
- Les producteurs.

Les difficultés rencontrées

Pour l'équipe de cuisine :

- Des repas qui demandent plus de travail (lavage, épluchage),
- Un choix plus limité des produits (exemple des fruits),
- Des problèmes de cuisson,
- Des élèves réfractaires aux changements (goût, taille des fruits, des morceaux dans la purée) mais qui ont apprécié au bout de 3 – 4 repas.
- Les procédures HACCP qui « interdisent » des produits (œufs, lait cru).
- Faire la demande de financement du surcoût et le délai de remboursement.

Pour les producteurs :

- Organiser les livraisons avant la fermeture des cuisines.
- Le respect de la législation (étiquetage, bon de livraison).
- Fournir les documents aux Défis Ruraux.
- Développer leur gamme de produits (notamment les maraîchers).

Pour les Défis Ruraux :

- Organiser la logistique (zones de livraison, diffusion des listes de produits et des commandes).
- Trouver des producteurs Bio.
- Trouver des productions qui manquent dans certaines zones.
- Palier le risque de problème sanitaire.

QUESTIONS ET ECHANGES

Le lien avec les professeurs?

Se fait via l'association qui met en place les actions pédagogiques. Enjeu de créer du lien, avec un accompagnement qui doit se faire à la carte en fonction de l'âge des enfants.

Le rôle des parents?

Ils sont sollicités tous les ans pour participer à la commission d'éthique.

Qui réalise les diagnostics ?

Les techniciens de Défis Ruraux, qui s'appuient sur une norme IDEA, avec des techniciens associés de l'Ademe, des professeurs d'agronomie, des techniciens du RAR.

Le plus gros établissement livré fait 1400 convives.

Question diététique : composition des menus laissée libre aux équipes de cuisine.

Pas forcément de demande de repas complet, d'où une faible demande de cantine de petite école.

Un passage par un appel d'offre pour l'animation, la logistique... Auparavant, c'était financé par une subvention, mais le seuil de marché a été dépassé d'où un appel d'offre annuel de service.

L'appel d'offre passe au BOM, et il est proposé à des agriculteurs ou organisations agricoles.

Les producteurs ont-ils intérêt d'aller à 100% de leur production pour la restauration scolaire?

C'est très variable d'un producteur à l'autre. Le maximum est 65% de la livraison pour la restauration scolaire, mais c'est un cas à part (producteur avec une double activité...). En moyenne les taux sont de 15 à 20 %.

Gestion de la saisonnalité?

Ecoulement des productions estivales en ventes directes.

Enjeu de la question de la durabilité sur les montants alloués aux financements des restaurants scolaires.

Importance du choix politique.

