

Relevé des échanges

GROUPE « S'ORGANISER POUR REpondRE A UN MARCHÉ DE RESTAURATION COLLECTIVE »

Formateur : Josic MAIGNAN, Directeur commande publique, Région Poitou-Charentes

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

■ **COMMENT FONCTIONNE LE MARCHÉ PUBLIC ?**

Sur le marché, l'objet est de fournir et de répondre aux besoins de l'acheteur, mais on peut aller au-delà de la simple relation.

Importance de bien savoir à quel type de marché on répond.

Possibilité de sortir des (petits) lots pour les passer sur une procédure adaptée.

Possibilité d'introduire :

- des options, exemple : la fourniture de viande avec une option bio, mais le fournisseur qui ne peut pas répondre sur les deux types de viande ne pourra pas répondre au marché,
- des variantes : offre la possibilité au fournisseur de proposer des produits alternatifs, c'est-à-dire que le fournisseur, en dehors de la demande de base, pourra faire des variantes. En amont est précisé ce sur quoi porte la variante. Par exemple : variantes sur le conditionnement, les emballages, les filières... Autre exemple en lien avec la crise de la vache folle pour la connaissance de l'origine de la viande, d'où la variante sur l'origine de la viande bovine.
Cependant, il n'est pas obligatoire pour le fournisseur de proposer des variantes pour répondre au marché.

Attention : si on met des « options », il faut être sûr que les producteurs ciblés puissent répondre, sinon les faire passer en « variantes ».

■ **COMMENT SE PRESENTE UN MARCHÉ ?**

Un marché est un ensemble de documents :

Le dossier de marché ou le document de consultation des entreprises (DCE)

- Le règlement de la consultation (règles de mise en concurrence, critères, modalités de réponse, heure, date limite de réponse,...). Très important de s'y conformer.
- L'acte d'engagement : constitue l'offre, de prix notamment, du candidat (avec ses annexes).
- Le Cahier des Clauses Administratives Particulières (CCAP) qui indique les modalités d'exécution administrative du marché exemple : les modalités de révision des prix, formalisme des factures.
- Le Cahier des Clauses Techniques Particulières (CCTP) : traduction du besoin exprimé par l'acheteur.

Les autres éléments

- Le Cahier des Clauses Administratives Générales relatives aux fournitures courantes et services (non joint, il conditionne certaines clauses).
- La réponse technique et commerciale du candidat.

Chacun des critères sera décrit avec une pondération d'importance (exemple : qualité de prestation, prix, conditionnement, délais livraison...). Dans la réponse, on doit retrouver l'offre qui est faite par rapport à ces critères.

Production d'un Rapport d'analyse des différentes offres. La Préfecture peut exercer un contrôle sur cette analyse et c'est important, car les entreprises qui ne sont pas retenues sont en droit de connaître les motifs.

■ OU TROUVER LES ANNONCES DE MARCHES PUBLICS ?

Les règles de publicité :

Pour les Marchés formalisés (appel d'offre) > 206 000 € HT, publication obligatoire dans :

- Journal Officiel de l'Union Européenne (JOUE, Europe, http://ted.europa.eu/Exec?DataFlow=ShowPage.dfl&Template=TED/extended_search),
- Bulletin Officiel des Marchés Publics (BOAMP, France, <http://www.boamp.fr>),
- Journaux d'Annonces Légales (JAL, exemples : Nouvelle République, Centre Presse, Charente Libre, ...),
- Autres publications (La cuisine collective...),
- Sites Internet des collectivités (profils d'acheteurs) et abonnements automatisés.

Pour les Marchés à procédures adaptées (< 206 000 € HT), publicité selon le montant et l'objet :

> 90 000 € HT : BOAMP et/ou journal d'annonces légales et éventuellement une ou plusieurs publications évoquées ci-avant.

< 90 000 € HT : publicité adaptée, non obligatoire en dessous de 20 000 € HT.

Astuce : faire des abonnements aux « alertes » directement sur les sites Internet, elles seront automatiquement envoyées par courriel.

■ COMMENT CHERCHER UNE ANNONCE ?

- Par des abonnements gratuits avec des mots clés par zones géographiques
- Utilisation des codes CPV, vocabulaire commun d'achat de l'union européenne, basé sur une nomenclature, exemple : 03221113 pour oignons : 03 = produits agricoles, 0322 = légumes, fruits et noix, etc...
- Utilisation des codes NUTS : nomenclature géographique, exemple : FR53 Poitou-Charentes, FR533 Deux Sèvres...)

DES REMARQUES:

- Des redondances dans les annonces des différents sites sont possibles.
- Importance pour les producteurs d'avoir un accès rapide à Internet (ADSL...) pour faciliter ces consultations en ligne.
- Constat d'une prise de conscience des collectivités d'avoir une démarche d'achat de développement durable.
- Dans un marché, c'est l'acheteur public qui impose ses conditions.
- Un enjeu de faire de la communication :
 - pour les producteurs : faire connaître sa démarche de production (exemple : contacter les communes pour communiquer sur sa production,... mais éviter de rencontrer les collectivités pendant la période du marché).
 - pour la collectivité : faire connaître sa politique d'achat.

Par une bonne connaissance du contexte local, un allotissement sans réponse ne devrait pas arriver. Exemple : le Civam connaît les producteurs, il est en mesure d'apporter des informations sur les producteurs potentiels qui seraient intéressés par une commande publique.

- Un travail des collectivités à mener pour identifier les coopérations qui peuvent se mettre en œuvre.
- Prendre en compte les contraintes des producteurs qui peuvent être organisés au sein de filières (ne pas parler du producteur seul), il y a aussi à considérer les transformateurs.
- Dans le cadre du réseau RGO, la ville de Nantes achète des volailles bio, et organise des menus différents sur l'ensemble des établissements, pour que ce soit l'ensemble de la volaille qui soit mangé et non pas seulement les cuisses.
- Souci des producteurs de préserver leur marge, en allant au plus direct du consommateur.
- Nombreuses tailles de collectivités, c'est pourquoi il est difficile de faire des généralités.
- Le maillon faible est souvent la distribution des produits alimentaires qui nécessite une logistique pour les producteurs.
- Dans le cadre de l'allotissement, à chaque lot un fournisseur différent, quelle gestion de l'approvisionnement ? Selon les produits, plusieurs contraintes. L'idée n'est pas de saucissonner à tout prix car cela multiplie les interlocuteurs, les factures... mais si l'on identifie un producteur et ses capacités de production et de livraison on rend la coopération possible .
- Rappel : 1% des achats de denrée alimentaire, dans la limite de 10 000€, peut être acheté en dehors du marché.
- Les clauses de marché peuvent évoluer : pression sociale, des situations de crises qui font évoluer ces règlements.

■ COMMENT REPONDRE A UN APPEL D'OFFRE (LES OUTILS, GROUPEMENT D'ENTREPRISES...).

Répondre seul ou à plusieurs à un marché?

Seul, c'est difficile. Attention dans un marché, la sous-traitance est interdite, mais la co-traitance et le groupement momentané d'entreprises sont autorisés :

Groupement solidaire : chacun est solidaire envers l'autre, si l'un est défaillant l'autre doit pallier pour fournir.

Groupement conjoint.

Des structures intermédiaires répondent aux marchés et organisent la co-traitance, exemple avec des statuts d'association, regroupement de producteurs (à privilégier en cas d'offres équivalentes).

Quels documents pour la candidature

- La lettre de candidature (DC4)
- Les capacités et références (DC5) : comment l'entreprise est capable, au vue de ses capacités, de répondre à ma demande ?
- La situation fiscale et sociale (DC7) pour savoir si toutes les cotisations ont été payées.

■ COMMENT REDIGER UNE OFFRE ?

- Prendre le temps nécessaire pour rédiger la partie administrative.
- Respecter scrupuleusement le règlement de la consultation (les dates limites de réponse, les pièces demandées au titre de l'offre du candidat...).
- Toujours signer l'acte d'engagement avant de remettre une offre.

■ PEUT-ON NEGOCIER UN MARCHÉ ?

Possible seulement dans les procédures de marché adaptés. Interdit dans les marchés formalisés.

Que peut-on négocier ?

- Les prix
- Les autres éléments de l'offre (exemple : conditions de livraison,...)