



Fiche méthodologique

S'approprier les concepts généraux

SOMMAIRE

1. Achat
2. Modes de production
3. Produits
4. Signes et démarches valorisant la qualité
5. Propriétés organoleptiques/Analyse sensorielle
6. Structuration des filières de production agricole
7. Prestation de restauration

Les concepts définis dans cette fiche sont les concepts utiles pour mieux appréhender les achats de denrées alimentaires.

Les concepts propres à chaque filière sont précisés dans les fiches filière concernées.



1. Achat

➤ Acheteurs soumis au droit des marchés publics

L'achat de denrées alimentaires doit se faire dans le respect du droit des marchés publics et en particulier des principes de liberté d'accès à la commande publique, d'égalité de traitement des candidats et de transparence des procédures, en application de l'article 1 de l'ordonnance n° 2015-899 du 23 juillet 2015 relative aux marchés publics.

Les acheteurs, publics ou privés, soumis à cette ordonnance, sont :

- les pouvoirs adjudicateurs (État, collectivités territoriales, établissements publics administratifs, établissements publics à caractère industriel et commercial,...)
- les entités adjudicatrices (entreprises publiques exerçant une des activités d'opérateur de réseaux,...).

Une association en charge de la gestion d'un ou plusieurs restaurants inter-administratifs (RIA) est soumise au droit des marchés publics, si elle est :

- un pouvoir adjudicateur au sens du 2° de l'article 10 de l'ordonnance susmentionnée ;
- une association transparente au sens de la jurisprudence du Conseil d'État, à savoir si elle est créée à l'initiative d'une personne publique, elle-même soumise au droit des marchés publics, qui en contrôle l'organisation et le fonctionnement et qui lui procure l'essentiel de ses ressources (décision du Conseil d'État du 21 mars 2007 « Commune de Boulogne-Billancourt », n° 281796).

Références :

- *Articles 1, 10 et 11 de l'ordonnance n°2015-899 du 23 juillet 2015 relative aux marchés publics*
- *Direction des Affaires Juridiques : Espace commande publique - Le conseil aux acheteurs - Vos questions / Nos réponses - Le champ d'application - Associations et commande publique.*

➤ Prescripteurs

Les prescripteurs sont des personnes qui par leur activité, leur expérience ou leur savoir-faire sont les interlocuteurs de l'acheteur dans le processus achat (de l'expression du besoin jusqu'au choix du fournisseur et au contrôle de l'exécution du marché).

Dans le cadre de la restauration collective, les prescripteurs sont par exemple les diététiciens, les services des ressources humaines, les services logistiques (gestion des équipements de cuisine, gestion des déchets de restauration)..

➤ Fournisseurs

Au sens de la présente boîte à outils, le terme « fournisseurs » désigne les opérateurs économiques (entreprises, coopératives, d'associations,...) qui répondent aux marchés publics lancés par les acheteurs et/ ou ceux qui les fournissent en denrées alimentaires.

Les opérateurs économiques sont définis à l'article 13 de l'ordonnance susmentionnée comme « *toute personne physique ou morale, publique ou privée, ou tout groupement de personnes doté ou non de la personnalité morale, qui offre sur le marché la réalisation de travaux ou d'ouvrages, la fourniture de produits ou la prestation de services.* »

Il convient de souligner qu'en fonction des phases de procédure de passation des marchés publics, les opérateurs économiques sont également nommés « candidats », « soumissionnaires », « attributaires » ou « titulaires du marché » dans les textes relatifs aux marchés publics.

Pour une meilleure lisibilité, seuls les termes « fournisseur » et « titulaire du marché » sont utilisés dans la présente boîte à outils.

Référence : article 13 de l'ordonnance n° 2015-899 du 23 juillet 2015 relative aux marchés publics.

2. Modes de production

Il existe, selon les pratiques culturales et d'élevage, différents modes de production : conventionnel, intensif, extensif, durable, ...

Les pouvoirs publics reconnaissent deux démarches en matière d'approche environnementale :

➤ L'agriculture biologique

qui est un système global de gestion agricole et de production alimentaire qui allie les meilleures pratiques environnementales, un haut degré de biodiversité, la préservation des ressources naturelles, l'application de normes élevées en matière de bien-être animal et une méthode de production respectant la préférence de certains consommateurs à l'égard de produits obtenus grâce à des substances et à des procédés naturels ; vous pouvez y faire référence dans votre cahier des charges ;

➤ L'exploitation « Haute valeur environnementale »

la certification environnementale des exploitations répond au besoin d'identifier les exploitations engagées dans des démarches respectueuses de l'environnement. La certification environnementale des exploitations est progressive selon plusieurs niveaux d'exigences environnementales (produits issus d'exploitations certifiées de niveaux 2 ou 3). Le niveau 3 « haute qualité environnementale » est fondé sur une obligation de résultats mesurée au niveau de l'exploitation par des indicateurs de performance environnementale.

NB : Cette certification a remplacé la certification « agriculture raisonnée ».

Références :

Règlement (CE) N° 834/2007 du conseil du 28 juin 2007 relatif à la production biologique et à l'étiquetage des produits biologiques

Articles R641-57 et suivants du code rural et de la pêche maritime.

3. Produits

➤ Denrées alimentaires

« On entend par « denrée alimentaire » (ou « aliment ») toute substance ou produit, transformé, partiellement transformé ou non transformé, destiné à être ingéré ou raisonnablement susceptible d'être ingéré par l'être humain ».

Les denrées alimentaires regroupent différentes familles de produits alimentaires telles que les produits carnés, les produits de la mer, l'épicerie, les produits laitiers, les fruits, les légumes.

Dans les définitions présentées ci-dessous, les termes « denrées » ou « produits » seront indifféremment employés.

Référence : article 2 du Règlement (CE) N° 178/2002 du Parlement Européen et du Conseil du 28 janvier 2002

↳ Gammes et catégories des produits alimentaires

Le tableau ci-dessous résume la définition des différentes gammes pouvant s'appliquer à la plupart des denrées alimentaires, ainsi que leurs conditions de stockage.

Produits	Gamme	Température de stockage	Durée de conservation
Produits crus, d'origine animale ou végétale	1 ^{ère}	Réfrigérée	Courte
Produits appertisés	2 ^{ème}	Ambiante	Plusieurs années
Produits surgelés	3 ^{ème}	<-18°C	Plusieurs mois
Produits crus conditionnés sous atmosphère contrôlée	4 ^{ème}	<+4°C	Quelques jours
Produits cuits conditionnés sous atmosphère modifiée ou raréfiée	5 ^{ème}	Indiquée par le fabricant (0 à 3°C en général)	6 à 42 jours selon le traitement thermique appliquée
Pâtes, riz, légumes secs, épicerie	Produits secs	Ambiante	Plusieurs mois

La distinction entre différentes catégories de denrées peut également être effectuée en fonction :

Des conditions de conservation

Produits réfrigérés (0 à +4°C)	Durée de conservation de quelques jours à quelques semaines
Produits surgelés (T < -18°C)	Durée de conservation en général de plusieurs mois
Produits à température ambiante	Durée de conservation pouvant atteindre plusieurs années

Des conditions de préparation

Produits prêts à l'emploi	Ne nécessite qu'un simple assaisonnement, un dressage ou un simple réchauffage
Produits semi-élaborés	Nécessité d'opérations simples, telles que tranchage, la cuisson rapide
Produits bruts	Nécessité d'opérations complexes

➤ Produits frais

Pour être qualifié de « frais », un produit alimentaire doit satisfaire à une triple condition :

- Posséder au moment de la vente, les caractéristiques essentielles, notamment organoleptiques et hygiéniques, qu'il présentait lors de la production ou de la fabrication ;
- Ne pas avoir été conservé grâce à l'emploi de tout traitement ou de l'addition de toute substance destiné à stopper l'activité des enzymes et de la microflore, exception faite de la réfrigération et, dans certains cas, de la pasteurisation ;
- Avoir été produit ou fabriqué depuis moins de trente jours.

Référence : Note du Conseil National de la Consommation du 08 février 1990 concernant l'emploi du terme « frais »

➤ Produits appertisés

Produits alimentaires d'origine animale ou végétale périssables dont la conservation dans des conditions normales d'entreposage à température ambiante est assurée par appertisation, c'est-à-dire par l'emploi combiné, sans que l'ordre en soit défini, des deux techniques suivantes :

- Conditionnement dans un emballage ne permettant pas la pénétration des micro-organismes (étanche aux liquides, le conditionnement doit être suffisamment imperméable au gaz, de façon à assurer la conservation des denrées) ;
- Traitement par la chaleur ayant pour effet de réduire ou d'inhiber totalement d'une part, les enzymes et, d'autre part, les micro-organismes et leurs éventuelles toxines, dont la présence ou la prolifération pourrait altérer les denrées considérées ou les rendre impropres à la consommation.

➤ Qualité des produits alimentaires

Le terme « qualité » pour les produits alimentaires regroupe différentes composantes, notamment nutritionnelle, sanitaire, organoleptique et environnementale.

➤ Etiquetage des produits

Les denrées alimentaires présentées à la vente doivent comporter un étiquetage pour bien informer le consommateur. Les obligations d'étiquetage sont différentes selon le mode de conditionnement ou de présentation des denrées alimentaires (préemballées ou non).

L'étiquetage doit être conforme à la réglementation en vigueur et notamment aux articles R112-9 et R112-10 du code de la consommation.

Le titulaire de votre marché est tenu d'assurer une traçabilité des produits faisant l'objet du marché ; il doit ainsi fournir des produits dont l'étiquetage est en conformité avec la réglementation nationale et de l'Union européenne en vigueur.

L'ensemble des mentions affichées sur l'étiquette doit reprendre, au minimum, les éléments indiqués au Codex Stan 1-1985 afin de garantir notamment la composition et la traçabilité des produits.

Pour les étiquetages spécifiques aux filières, reportez-vous aux fiches filières correspondantes.

Références :

*Articles R112-9 et R112-10 du code de la consommation
Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) : Espace Publication – Vie Pratique – Fiche Pratique – Etiquetage des denrées alimentaires.*

➤ Traçabilité

La traçabilité des denrées alimentaires, des aliments pour animaux, des animaux producteurs de denrées alimentaires et de toute autre substance destinée à être incorporée ou susceptible d'être incorporée dans des denrées alimentaires ou des aliments pour animaux est établie à toutes les étapes de la production, de la transformation et de la distribution.

La traçabilité permet de remonter du produit fini jusqu'à l'origine des ingrédients entrant dans sa fabrication (en englobant l'ensemble des intermédiaires, transporteurs, fabricants, etc). C'est une obligation, « une capacité de retracer », pour tous les acteurs de la chaîne alimentaire.

En restauration collective, la traçabilité doit être prévue au cahier des charges (Voir la fiche méthodologique «*rédigez votre cahier des charges*»). Elle se poursuit lors de la réception des marchandises (vérification et contrôle (conformité, date limite de consommation -DLC-, aspect,...) et doit garantir la conservation des informations sur les produits (nom du produit, numéro de lot, DLC ou date de durabilité

minimale -DDM-, date de conditionnement, date de livraison, numéro d'expédition, pays d'origine, etc.).

Référence : article 18 du règlement (CE) N° 178/2002 du Parlement Européen et du Conseil du 28 janvier 2002

4. Signes et démarches valorisant la qualité

Il s'agit des signes officiels d'identification de la qualité et de l'origine (SIQO), des mentions valorisantes et des démarches de certification de conformité du produit.

↳ Les signes officiels d'identification de la qualité et de l'origine (SIQO)

Des labels officiels permettent de reconnaître les produits qui bénéficient d'un SIQO. Ils garantissent des aliments de qualité, typiques ou élaborés dans le respect de l'environnement et du bien-être animal et font l'objet de contrôles réguliers réalisés par des organismes indépendants agréés par l'État.

Référence : articles L641-1 et suivants du code rural et de la pêche maritime

Les Appellations d'Origine Protégées (AOP) et les Indications Géographiques Protégées (IGP) sont des labels européens.

L'AOP protège la dénomination d'un produit dont l'origine de la matière première, la production, la transformation et l'élaboration doivent avoir lieu dans une aire géographique déterminée avec un savoir-faire reconnu et constaté.

Les caractéristiques des produits ainsi protégés sont donc exclusivement liées au terroir.

L'IGP protège la dénomination d'un produit agricole, brut ou transformé, dont la qualité, la réputation ou d'autres caractéristiques sont liées à son origine géographique.

Vous pouvez exiger dans votre cahier des charges des produits sous IGP ou AOP mais sans nommer une IGP ou une AOP particulière.

Les modalités de référence à ces SIQO sont précisées les fiches filières.

Référence : règlement (UE) n° 1151/2012 du Parlement européen et du Conseil du 21 novembre 2012 relatif aux systèmes de qualité applicables aux produits agricoles et aux denrées alimentaires.

Le Label rouge est un signe français accessible pour tous les produits sans distinction de l'origine géographique. « *Le label rouge atteste qu'une denrée alimentaire ou un produit agricole non alimentaire et non transformé possède des caractéristiques spécifiques, préalablement fixées dans un cahier des charges établissant un niveau de qualité supérieure par rapport au produit courant. Ces produits doivent se distinguer des produits similaires, notamment par leurs conditions particulières de production et de fabrication.* » (Source : DGCCRF).

L'Agriculture biologique

« *L'agriculture biologique est définie par le règlement communautaire n° 834/2007 du 28 juin 2007 et vise à établir un système de gestion durable de l'agriculture, notamment au travers d'une amélioration de la qualité du sol, de l'eau, des végétaux et des animaux et d'un développement de la biodiversité. Ainsi, il n'est pas permis de recourir aux OGM et aux pesticides et engrais chimiques de synthèse dans le cadre de la production biologique. Des conditions d'élevage sont également imposées aux agriculteurs afin de garantir le bien-être des animaux (parcours extérieurs, espace suffisant dans les bâtiments agricoles, etc.).*

Tous les opérateurs (producteurs, transformateurs, grossistes, importateurs, etc.) doivent notifier leur activité à l'Agence BIO qui tient un annuaire des professionnels du BIO et passer un contrat avec un organisme certificateur agréé par l'INAO qui contrôlera leur activité au moins une fois par an.

Seuls les produits contenant au moins 95 % d'ingrédients agricoles certifiés biologiques peuvent comporter les termes « biologique » ou « bio » dans leur dénomination de vente (exemples : purée biologique, compote bio).

Ces mentions peuvent par ailleurs apparaître au niveau de la dénomination de vente de produits composés principalement d'ingrédients issus de la chasse ou de la pêche (exemple : pâté de sanglier avec la mention « avec des herbes biologiques » au niveau de la dénomination de vente).

En-dessous de 95 %, les termes « biologique » ou « bio » ne peuvent apparaître qu'au niveau de la liste des ingrédients

Le consommateur peut reconnaître les produits de l'agriculture biologique grâce à deux logos :

- le logo communautaire (euro feuille) qui est obligatoire depuis le 1^{er} juillet 2010, sur les produits préemballés. L'origine des matières premières utilisées doit apparaître dans le même champ visuel que ce logo ;
- le logo national AB (marque qui appartient au Ministère chargé de l'Agriculture, utilisé de manière facultative) lorsqu'un produit contient au moins 95 % d'ingrédients agricoles certifiés biologiques.

En d'autres termes, c'est le logo européen qui est obligatoire et auquel les consommateurs doivent se fier, le logo AB étant facultatif ne se suffisant pas à lui seul. » (Source : DGCCRF)

Référence : règlement (CE) n° 834/2007 du 28 juin 2007

La Spécialité Traditionnelle Garantie (STG) protège une recette traditionnelle.

La particularité de la STG se définit par deux éléments distincts et pourtant très liés : la spécificité d'une recette et l'aspect traditionnel.

La STG vise à définir la composition ou le mode de production traditionnel d'un produit, sans toutefois que celui-ci ne présente de lien avec son origine géographique.

➤ Les autres modes officiels de valorisation des produits

Il existe de nombreuses démarches valorisant la qualité d'un produit ; certaines sont rappelées ci-dessous.

La mention « produit issu d'une exploitation de haute valeur environnementale » (cf paragraphe 2 « Modes de production ») vise à valoriser les exploitations agricoles qui utilisent des pratiques particulièrement respectueuses de l'environnement.

Vous pouvez y faire référence dans votre cahier des charges.

La démarche de certification de conformité d'un produit (CCP) est un mode de valorisation des denrées alimentaires et des produits agricoles non alimentaires et non transformés. Les déclarations d'engagement dans cette démarche de certification sont enregistrées par le ministre chargé de l'agriculture.

Les produits répondent, par le biais de cahiers des charges élaborés par des opérateurs individuels ou des groupements de professionnels, à des exigences en matière de règles de production, de transformation et de conditionnement ainsi qu'à des recommandations relatives à la présentation des caractéristiques certifiées (au minimum 2) à destination du consommateur. Les produits certifiés se différencient ainsi des produits courants et apportent un plus par rapport à la stricte application des spécifications de base.

Les produits certifiés sont contrôlés par des organismes certificateurs tiers, impartiaux et indépendants, accrédités par le comité français d'accréditation (COFRAC).

Le logo « CQ-Produit certifié » peut être apposé de manière volontaire sur le produit ; les caractéristiques certifiées et le nom de l'organisme certificateur figurent alors sur l'étiquetage.

Vous pouvez faire référence à cette démarche dans votre cahier des charges.

La mention « produit de montagne »

Cette mention est rattachée non pas à des régions précisément dénommées mais plutôt à des caractéristiques de milieu (altitude, pente,...).

Elle garantit que les matières premières et les aliments pour animaux d'élevage proviennent essentiellement

de zones de montagne et, en ce qui concerne les produits transformés, que la transformation ait lieu également dans une zone de montagne.

Vous pouvez y faire référence dans votre cahier des charges.

Références :

Site de la DGCCRF sur les signes officiels de la qualité :
<http://www.economie.gouv.fr/dgccrf/Publications/Vie-pratique/Fiches-pratiques/Signe-de-qualite>

Site du ministère de l'agriculture :

<http://agriculture.gouv.fr/signes-de-qualite-0>

5. Propriétés organoleptiques / Analyse sensorielle

Couleur, présentation, odeur, texture et goût constituent les principales propriétés organoleptiques des denrées alimentaires.

Vous pouvez utiliser certaines caractéristiques organoleptiques des produits que vous commandez comme levier d'action en faveur d'un approvisionnement en produits de qualité. *Des recommandations*

sont formulées, quand cela est possible, dans les fiches filières.

La **fiche méthodologique** « consulter les fournisseurs » aborde la possibilité d'organiser une dégustation des produits en phase d'analyse des offres.

6. Structuration des filières de production agricole

➤ Filières de production/acteurs des filières

La filière de production désigne l'ensemble des activités et des acteurs économiques qui concourent, d'amont en aval, à la mise sur le marché économique des produits agricoles et alimentaires.

La connaissance de la structuration des filières de production (modes de production, de transformation, de conditionnement, de distribution) constitue un excellent instrument pour favoriser l'approvisionnement de produits agricoles de qualité et l'accès au marché pour les groupements de producteurs ou les entreprises de taille modeste.

➤ Producteurs locaux

Producteurs situés dans une zone géographique proche de la demande.

Les spécifications techniques ne pouvant faire mention d'une provenance ou origine déterminée des produits, **vous ne pouvez pas exiger dans votre cahier des charges d'exiger que le lieu d'implantation d'un fournisseur soit situé dans une zone géographique identifiée.**

Les textes relatifs aux marchés publics précisent néanmoins qu'« une telle mention [...] est possible si elle est justifiée par l'objet du marché public ou, à titre exceptionnel, dans le cas où une description suffisam-

ment précise et intelligible de l'objet du marché public n'est pas possible sans elle et à la condition qu'elle soit accompagnée des termes « ou équivalent ».

Référence : article 8 du décret n° 2016-360 du 25 mars 2016 relatif aux marchés publics

➤ Commerce équitable

En 2015, la loi n°2015-990 du 6 août pour la croissance, l'activité et l'égalité des chances économiques mentionne explicitement plusieurs principes fondamentaux du commerce équitable :

« Le commerce équitable s'inscrit dans la stratégie nationale de développement durable. Le commerce équitable a pour objet d'assurer le progrès économique et social des travailleurs en situation de désavantage économique du fait de leur précarité, de leur rémunération et de leur qualification, organisés au sein de structures à la gouvernance démocratique, au moyen de relations commerciales avec un acheteur, qui satisfait aux conditions suivantes :

- un engagement entre les parties au contrat sur une durée permettant de limiter l'impact des aléas économiques subis par ces travailleurs, qui ne peut être inférieure à trois ans ;
- le paiement par l'acheteur d'un prix rémunérateur pour les travailleurs, établi sur la base d'une identification des coûts de production et d'une négociation équilibrée entre les parties au contrat ;
- l'octroi par l'acheteur d'un montant supplémentaire obligatoire destiné aux projets collectifs, en complément du prix d'achat ou intégré dans le prix, visant à renforcer les capacités et l'autonomisation des travailleurs et de leur organisation. »

Le décret du 17 septembre 2015, pris en application de la loi n°2014-856 du 31 juillet 2014 relative à l'économie sociale et solidaire, fixe la nouvelle définition du commerce équitable et en précise les critères. Cette nouvelle définition inclut désormais aussi bien le commerce avec des pays en voie de développement qu'avec des pays développés et précise la réponse que le commerce équitable doit apporter aux travailleurs en situation de désavantage économique :

- soit parce qu'ils n'ont pas accès aux moyens économiques et financiers et à la formation nécessaires ;

- soit du fait d'une situation de vulnérabilité liée à leur environnement physique, économique, social ou politique ;
- soit qu'ils ne peuvent habituellement avoir accès qu'à un marché local du fait des spécificités de leur territoire et de ses ressources.

Cette nouvelle définition étend donc le champ d'application du commerce équitable aux échanges avec les producteurs au Nord, notamment en France.

les entreprises sont désormais autorisées à utiliser la mention « commerce équitable » sur des produits français. Par conséquent, les entreprises mettant sur le marché des produits équitables qu'ils soient Sud-Nord ou Nord-Nord devront être en capacité d'apporter la preuve du respect des principes inscrits dans la loi (engagement commercial pluriannuel, versement d'un prix juste, versement d'un montant supplémentaire pour projets collectifs).

Vous pouvez insérer dans votre cahier des charges la référence aux produits du commerce équitable même s'il n'existe pas encore aujourd'hui de label reconnu par les pouvoirs publics. Sur une base volontaire, les labels et systèmes de garantie de commerce équitable présents sur le marché français pourront effectuer une demande de reconnaissance auprès de la Commission de Concertation du Commerce (3C) en application de l'article 60 de la loi du 2 août 2005 sur les petites et moyennes entreprises.

Références :

Loi n° 2015-990 du 6 août 2015 pour la croissance, l'activité et l'égalité des chances économiques

Loi n° 2005-882 du 2 août 2005 en faveur des petites et moyennes entreprises

Décret n° 2015-1157 du 17 septembre 2015 relatif au commerce équitable

Article 3 du décret n° 2015-1311 du 19 octobre 2015 relatif à la commission de concertation du commerce

Plateforme pour le commerce équitable :

<http://www.commerceequitable.org/lecommerceequitable/definitions-cadres-legaux.html>

Actualité de la DAJ sur ce sujet : <http://www.economie.gouv.fr/nouvelle-definition-commerce-equitable-fixee-par-decret>

➤ Circuit court

Un circuit court est un mode de commercialisation des produits agricoles qui s'exerce soit par la vente directe du producteur au consommateur, soit par la vente indirecte à condition qu'il n'y ait qu'un seul intermédiaire.

Le critère du circuit court n'est pas un critère géographique. L'acheteur prend en considération le circuit de fourniture et non pas l'implantation géographique du producteur. La localisation du producteur ne peut donc pas constituer un critère d'attribution du marché. »

La notion de circuit court n'étant définie dans aucun texte, il est recommandé de lui préférer la terminologie de « performances en matière de développement des approvisionnements directs de produits de l'agriculture » prévue à l'article 62 du décret relatif aux marchés publics en tant que critère d'attribution du marché.

En effet, le droit des marchés publics permet à l'acheteur de favoriser le développement des circuits courts de commercialisation dans le domaine des produits agricoles, à condition que cette prise en compte ne soit pas source de discrimination entre fournisseurs et qu'elle soit de nature à satisfaire les besoins exprimés par l'acheteur.

Cependant, les produits commercialisés en circuits courts ne sont pas automatiquement les produits qui ont parcouru la distance la plus courte entre le producteur et le consommateur. Il serait erroné de considérer cette caractéristique comme un gage de performance environnementale du produit ou de la prestation de livraison. Bien plus que le circuit d'acheminement, les conditions de production confèrent au produit ses « qualités environnementales ».

Référence :

Article 2 du règlement (UE) n° 1305/2013 sur la notion de « circuit d'approvisionnement court »

Article 62 du décret n° 2016-360 du 25 mars 2016 relatif aux marchés publics

Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) : Espace Publication – Vie Pratique – Fiche Pratique – Les produits alimentaires commercialisés "en circuits courts", 27/03/2014.

➤ Approvisionnement de proximité

Un approvisionnement de proximité ne tient pas compte du nombre d'intermédiaires mais de la distance géographique entre le producteur et le consommateur.

Les spécifications techniques d'un marché public ne pouvant faire mention d'une provenance ou origine déterminée, préciser le lieu d'implantation du fournisseur n'est par conséquent pas autorisé dans votre cahier des charges. Si vous souhaitez disposer de produits aux caractéristiques particulières spécifiques d'un lieu ou d'un mode de production, il est préférable de faire référence dans votre marché à ces critères en tant que tel.

Référence : article 8 du décret n° 2016-360 du 25 mars 2016 relatif aux marchés publics

➤ Approvisionnement local

C'est un approvisionnement effectué dans un secteur géographique proche (voir ci-avant la définition d'« approvisionnement de proximité »).

7. Prestation de restauration

➤ Restauration collective

« *Activité de restauration hors foyer caractérisée par la fourniture de repas à une collectivité de consommateurs réguliers, liée par accord ou par contrat* ».

Référence : article R112-14 du code de la consommation

➤ Secteur de la restauration collective

Trois grands secteurs de la restauration collective peuvent être distingués :

- la restauration en secteur scolaire (lieux d'enseignement de l'école maternelle jusqu'à l'université) ;
- la restauration en secteur sanitaire et médico-social (typologie d'établissements très diversifiée tels les établissements publics de santé (EPS), les établissements accueillant les personnes âgées dépendantes (EHPAD), les maisons de retraite) ;
- la restauration en secteur administratif (axé sur un service à la population active de chaque institution).

➤ Gestion directe des activités de restauration

L'acheteur gère et organise directement les activités de restauration avec ses moyens et son personnel. Il passe dans ce cadre ses propres marchés d'approvisionnement en denrées alimentaires.

Le cas échéant, il peut confier la gestion de la restauration collective à une association créée à cet effet. Voir ci-avant la définition des « acheteurs soumis au droit des marchés publics ».

➤ Gestion Déléguée / Gestion concédée

L'acheteur confie à un tiers la gestion et/ ou l'organisation de la restauration collective ; il s'agit très souvent de marchés de prestations de service (préparation des repas et gestion de la prestation de restauration dans son ensemble) incluant un approvisionnement en denrées alimentaires qui constituent les fournitures pour la réalisation de la prestation.

Dans tous les cas, l'acheteur doit garder la maîtrise de la qualité de la prestation et de la qualité des produits achetés dans le cadre de cette prestation ; une gestion déléguée ou concédée ne signifie pas de faire reposer sur le seul titulaire la responsabilité de la bonne exécution de la prestation.

Les recommandations de cette boîte à outils visent en premier lieu les prestations d'achat direct de denrées alimentaires dans le cadre d'une gestion directe. Elles peuvent néanmoins être également reprises par des prestataires dans le cadre d'une gestion déléguée. Des travaux sur les clauses utilisables dans le cadre d'une délégation de service publique en gestion concédée viendront enrichir ultérieurement cette boîte à outils.

Référence : Institut National de Recherche et de Sécurité- *La restauration collective, Aide au repérage des risques professionnels* – 2^{ème} édition septembre 2015.

➤ Coût matière du repas

Le coût des denrées donne une indication sur la qualité du repas. Il est fonction notamment de la qualité des ingrédients, de leur niveau d'élaboration et des quantités commandées.

La qualité des plats servis dépend également de la façon dont les denrées ont été préparées.



Fiche méthodologique

Connaître son besoin

SOMMAIRE

1. Recueillez les informations auprès de l'ensemble des acteurs
2. Effectuez un état des lieux
3. Analysez le contexte

Définir son besoin constitue une obligation à laquelle vous devez vous soumettre en tant qu'acheteur public aux fins de :

1. **déterminer précisément l'objet de votre marché** (par exemple le niveau de qualité recherché des produits) ;
2. **déterminer le choix de la forme juridique et du type de procédure ;**
3. **assurer la cohérence du marché avec vos enjeux en matière de performance achat.**

Ce besoin correspond à la description des attentes des utilisateurs finaux : consommateur final et acteurs exerçant différentes fonctions au sein des structures de restauration. Il constitue une « matière brute » qui sera ensuite « travaillée » afin que les professionnels consultés puissent apporter la réponse la plus adaptée aux objectifs de l'achat.

Référence : article 30 de l'ordonnance n° 2015-899 du 23 juillet 2015 relative aux marchés publics.



1. Recueillez les informations auprès de l'ensemble des acteurs

Vous devez définir si le besoin est déjà identifié ou nouveau, s'il est récurrent ou ponctuel.

La phase de définition du besoin passe nécessairement par un bilan de l'existant. Pour cela, il est important que vous collectiez le maximum d'informations concernant les achats, les consommations, les stocks, les pratiques, le restaurant, le personnel de restauration et la composition des repas et des menus.

Afin d'appréhender au mieux le contexte, c'est à dire les objectifs, les contraintes fonctionnelles et organisationnelles propres à chacun des acteurs, vous devez coordonner le recueil d'informations auprès notamment :

- du gestionnaire du site de restauration ;
- de l'équipe de restauration ;
- des prescripteurs ;
- des convives.

2. Effectuez un état des lieux

L'état des lieux a pour but de faciliter la définition du « juste besoin ». En particulier il s'agira de quantifier le gaspillage alimentaire (réel ou estimé) et d'estimer le volume et la nature du besoin à satisfaire.

Vous réaliserez :

- une analyse des données financières de la/des denrées alimentaires à approvisionner suivant une nomenclature de familles d'achats ou de produits homogènes ;
- une présentation analytique des achats, des stocks et des consommations.

L'état des lieux portera sur des critères différents selon la nature connue ou nouvelle du besoin.

Sur la méthodologie de calcul de la valeur estimée du besoin, voir l'article 21 du décret n°2016-360 du 25 mars 2016 relatif aux marchés publics.

➤ État des lieux dans le cas d'un besoin existant

L'état des lieux porte sur le volume moyen annuel en tonnage et les dépenses associées pour chaque type de produits achetés dans le cadre de votre marché actuel :

- produit classé suivant une nomenclature de familles homogènes (viande bovine, viande ovine, viande porcine, volaille, produits lactés, fromage, fruits, légumes...);

- catégorie de denrées pour chaque famille de produit analysée (exemple pour les fruits et légumes : 1^{re} gamme, 2^e gamme, 3^e gamme, 4^e gamme, 5^e gamme) ;
- spécifications du produit, notamment s'agissant des caractéristiques environnementales (notamment produits biologiques, HVE...);
- produits sous signes ou démarches valorisant la qualité (label rouge, bio, AOP, IGP, ...);
- le cas échéant, saisonnalité du produit (pour les fruits et légumes).

Le bilan du marché portera également sur :

- la forme juridique ;
- la durée ;
- les conditions de livraison ;
- les conditions de transport ;
- le conditionnement des produits ;
- les obligations et exigences inscrites dans les pièces du marché notamment en matière de performance environnementale des approvisionnements.

➤ État des lieux dans le cas d'un besoin nouveau

Votre objectif est de quantifier les futures consommations au regard :

- de la période d'ouverture du restaurant ;

- du nombre de couverts ;
- du type de produits (denrées brutes ou produits transformés selon les contraintes du site) ;
- des effectifs au sein du restaurant (cuisinier, commis, plongeur...) ;
- des matériels à disposition.

↳ Structure d'analyse des coûts

La structure de coût (ou coût complet) d'un repas servi en restauration collective permet d'identifier les postes de coût et la part que représentent les produits consommés.

- L'identification de la structure de coût passe par :
- le calcul du coût complet (méthode de calcul du coût complet) :
 - les denrées alimentaires ;
 - la masse salariale ;
 - les investissements (bâtiment, équipement) ;
 - le fonctionnement (entretien, maintenance, fluides, consommables).

L'analyse des coûts (directs et indirects) vous permettra d'agir sur différents leviers pour mieux les maîtriser et déterminer un budget « denrées alimentaires maximal » pour chaque repas.

3. Analysez le contexte

↳ Contexte lié à la situation du restaurant

L'analyse du contexte vous permettra d'identifier les contraintes liées à :

- la localisation et l'accessibilité du site ;
- la configuration des locaux et ses particularités (légalité, espaces de travail, espaces de stockage...) ;
- les matériels et équipements disponibles notamment en matière de stockage et de cuisson (chambre froide, cellule de refroidissement, four basse température...), leur capacité et leur vétusté...

↳ Contexte lié au personnel de restauration

Vous analyserez les caractéristiques de l'équipe de restauration, en particulier :

- effectifs ;
- formation et qualification ;
- compétences ;
- attentes et motivations.

Ceci vous permettra de déterminer si vous pouvez vous orienter vers un achat de produits bruts qui nécessitent plus de travail de préparation et donc des

effectifs plus importants, des compétences et des motivations solides ou bien vers des produits davantage transformés.

↳ Contexte lié aux usagers

Vous recueillerez les besoins des convives selon :

- la collectivité à laquelle ils appartiennent (crèches, établissements scolaires ou universitaires, restaurants administratifs, établissements pénitentiaires, établissements d'hébergement pour personnes âgées dépendantes...) ;
- leur type et leur âge (enfants, adolescents, adultes sédentaires, actifs...).

Un questionnaire de satisfaction peut être utilement exploité pour recueillir des besoins nouveaux ou améliorer la satisfaction d'un besoin déjà couvert.

La détermination du besoin et la contextualisation sont un préalable à la rédaction du cahier des charges. Une fois les besoins identifiés, vous pourrez les confronter à l'offre du secteur afin d'optimiser la rédaction de votre cahier des charges.

Voir la **fiche méthodologique** « *Connaître l'offre* ».



Fiche méthodologique

Connaître l'offre

SOMMAIRE

1. Maîtrisez les enjeux du « sourcing »
2. Respectez le cadre réglementaire
3. Identifiez vos sources d'information cibles
4. Définissez votre méthodologie de travail



1. Maîtrisez les enjeux du « sourcing »

↳ Définition du « sourcing »

Le « sourcing » est une méthode de recherche et d'évaluation des fournisseurs selon un ensemble de critères qui correspondent aux objectifs que vous vous fixez (recherche de gain économique, de produits ou services innovants, de produits ou services vertueux sur le plan environnemental ou social, etc).

Cette démarche fait partie de votre mission d'acheteur ; l'identification de la capacité potentielle des fournisseurs à réaliser les prestations demandées est un facteur capital de la performance économique et de la fluidité d'exécution de votre futur marché.

La connaissance de l'offre, à l'instar de la connaissance des meilleures pratiques portées par d'autres acheteurs (parangonnage) constitue donc une étape incontournable pour la réalisation d'un achat performant.

Sur le parangonnage, voir **la fiche méthodologique « Connaître les bonnes pratiques »**.

↳ Objectifs du « sourcing »

Il s'agit pour vous de connaître le marché économique et de maîtriser l'offre des fournisseurs afin de calibrer

la performance de votre achat à réaliser et les objectifs qualité recherchés :

- caractéristiques du contexte économique, commercial, juridique et environnemental du secteur d'activité, identification des contraintes associées ;
- disponibilité et qualité des produits (ou des prestations), diversité de l'offre et étendue des gammes notamment en regard des objectifs de qualité recherchés par l'acheteur ;
- avancées technologiques ou en matière de performance environnementale et/ou sociale ;
- opérateurs économiques (acteurs de la filière) et parmi eux les fournisseurs potentiels ; solidité financière des opérateurs économiques ;
- caractérisation du marché (offre monopolistique, oligopolistique, offre locale, nationale, européenne, etc) ;
- identification de l'impact potentiel de l'achat sur l'offre et la structuration de l'offre : levier d'action pour développer une offre répondant à votre besoin, taux d'emprise de l'achat sur les fournisseurs potentiels ;
- caractérisation de l'offre disponible et confrontation avec les besoins d'achat.

2. Respectez le cadre réglementaire

Le droit des marchés publics autorise la pratique du « sourcing » : « Afin de préparer la passation d'un marché public, l'acheteur peut effectuer des consultations ou réaliser des études de marché, solliciter des avis ou informer les opérateurs économiques de son projet et de ses exigences. Les résultats de ces études et échanges préalables peuvent être utilisés par l'acheteur à condition qu'ils n'aient pas pour effet de fausser la concurrence et n'entraînent pas une violation des principes de

liberté d'accès à la commande publique, d'égalité de traitement des candidats et de transparence des procédures ».

Référence : article 4 du décret 2016-360 du 25 mars 2016 relatifs aux marchés publics.

Il s'agit notamment de ne pas cibler des produits ou prestations dont l'offre très restreinte aboutirait à réduire

le champ de la concurrence à nombre très limité de fournisseurs.

Tout au contraire, cette connaissance de l'offre doit vous conduire à considérer le besoin qui sera exprimé de telle manière qu'il offre la capacité à un nombre maximal de fournisseurs de candidater au futur marché.

En tout état de cause, vos échanges avec les fournisseurs doivent cesser dès publication de la consultation, à l'exception des échanges permis par la réglementation (exemple : réponses adressées à tous les candidats pour toute question posée par l'un d'entre eux).

3. Identifiez vos sources d'information cibles

↳ Internes à votre structure

- **Les prescripteurs** (diététiciens, service des ressources humaines, services logistiques de gestion des déchets, services logistiques de gestion du parc de matériels de cuisine,).
- **Les gestionnaires des sites de restauration.**

↳ Externes

- **Entreprises et leurs représentants** : fédérations et syndicats professionnels, interprofessions régionales, regroupements de producteurs, organisations de producteurs et organisations intermédiaires, grossistes, centrales d'achat, transformateurs, distributeurs...

Ces acteurs peuvent être organisés sous-forme de plateformes physiques ou virtuelles qui ont pour objet de structurer l'offre.

↳ Acteurs institutionnels

Objectif : disposer d'une liste de sources d'informations fiables susceptibles de vous accompagner dans l'identification des cibles du « sourcing ».

Contactez les chambres d'agriculture
www.chambres-agriculture.fr/accueil

Contactez les chambres des métiers et de l'artisanat

www.artisanat.fr

Il est par ailleurs recommandé de consulter les sites des autorités officielles susceptibles de produire et de diffuser des actualités sur le secteur économique et sur le droit des marchés publics :

- Direction des affaires juridiques : www.economie.gouv.fr/daj
- Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) : www.economie.gouv.fr/dgccrf
- Ministère de l'agriculture, de l'alimentaire et de la forêt : <http://agriculture.gouv.fr>
- Direction générale de l'agriculture et du développement rural de la Commission européenne : http://ec.europa.eu/agriculture/index_fr.htm

Sur la connaissance des filières agricoles

- FranceAgriMer : www.franceagrimer.fr

Sur les statistiques agricoles, le site de l'Agreste du MAAF

<http://agreste.agriculture.gouv.fr>

Sur la production biologique et les opérateurs de produits biologiques

- L'Agence Bio : <http://annuaire.agencebio.org>

Sur les produits sous SIQO

- Institut national de l'origine et de la qualité INAO : www.inao.gouv.fr

Vous pourrez compléter votre « *sourcing* » en exerçant une veille d'information régulière : newsletter, documentation en ligne, colloques, salons, etc.

Les sources d'information propres à chaque filière de production sont consignées dans les fiches filières correspondantes.

4. Définissez votre méthodologie de travail

➤ Préalables à la conduite du « *sourcing* »

Pour mener un « *sourcing* » pertinent et efficace, vous devrez :

- réaliser un bilan quantitatif et qualitatif du marché en cours d'exécution (voir **la fiche méthodologique « Connaître son besoin »**) ;
- réaliser le recueil des besoins et l'évaluation de la satisfaction des usagers de la prestation (voir les **fiches méthodologiques « Connaître son besoin »** et « *Impliquer les acteurs* ») ;
- planifier et hiérarchiser la recherche d'information, anticiper les délais de réponse des organismes enquêtés et le temps nécessaire aux recherches notamment sur internet (particulièrement chronophages) ;
- projeter les niveaux de performances futures en matière économique, de développement durable ou de qualité des produits ;
- actualiser vos connaissances sur :
 - les évolutions réglementaires (voir le site de la DAJ susmentionné) ;
 - les orientations en matière de performance des achats de l'État (site de la direction des achats de l'État pour tous les acheteurs www.economie.gouv.fr/dae et portail interministériel pour les acheteurs de l'État www.dae.finances.ader.gouv.fr)
 - identifier vos contraintes (financières, logistiques, humaines, etc). Voir **la fiche méthodologique « Connaître son besoin »**.

Afin de bien orienter le « *sourcing* » et de cibler les informations à recueillir, vous vous interrogerez sur les objectifs de qualité de l'achat que vous recherchez, en particulier sur les améliorations possibles en matière de développement durable.

Voir l'article 30 « *Définition préalable des besoins* » de l'ordonnance n°2015-899 du 23 juillet 2015 relative aux marchés publics.

➤ Outils de conduite du « *sourcing* »

Vous pouvez utilement élaborer un questionnaire type (selon les enjeux propres à votre achat) afin d'interroger les fournisseurs sur les mêmes thématiques, de dégager les pistes d'amélioration à intégrer à votre marché et d'assurer une traçabilité de ces échanges.

Vos échanges avec les fournisseurs peuvent prendre la forme de rencontres physiques individuelles ou de rencontres collectives, d'entretiens téléphoniques, d'échanges par messagerie électronique, etc.

Dans tous les cas, il s'agit de mieux connaître leur capacité à répondre aux marchés, mieux comprendre les contraintes et les évolutions à venir de leur secteur d'activité, et de sensibiliser les fournisseurs sur les évolutions de votre besoin.

Vous pouvez également consulter les bases de données fournisseurs et études de marchés : CCI, annuaires d'entreprises, presse spécialisée, etc.



Fiche méthodologique

Connaître les bonnes pratiques

SOMMAIRE

1. Appuyez-vous sur des retours d'expériences
2. Identifiez vos leviers d'action
3. Mesurez leurs impacts sur le processus de restauration



1. Appuyez-vous sur des retours d'expériences

↳ Analyser le bilan de vos marchés précédents ou en cours

À partir du bilan de vos marchés précédents ou en cours et des informations que vous aurez rassemblées pour connaître votre besoin (voir la fiche méthodologique « *Connaître son besoin* »), analysez les points positifs en termes de qualité des produits, de qualité de la prestation et de coût afin de déterminer les bonnes pratiques à renouveler.

Repérez également les éventuels points faibles, recherchez- en les causes et par là même des pistes d'amélioration.

Vous veillerez notamment à intégrer dans votre démarche de bilan de marché les analyses de satisfaction recueillies auprès des convives (voir la section 3 « *Analysez le contexte* » de la fiche méthodologique « *Connaître son besoin* »).

↳ Recueillir le retour d'expériences d'autres structures

Vous avez tout intérêt à entretenir votre réseau professionnel notamment en participant à des salons, en suivant des formations ou en adhérant à des associations professionnelles.

Quelques associations professionnelles :

Agores, l'association nationale des directeurs de restauration collective

<http://www.agores.asso.fr>

Restau'co, le réseau de la restauration collective en gestion directe

<http://restauco.fr>

Vous pourrez ainsi interroger les membres de votre réseau pour réaliser des parangonnages (« benchmarks »), autrement dit, prendre connaissance et analyser les pratiques en matière d'achat d'autres structures présentant des points communs avec la vôtre. Ceci vous permettra d'identifier des initiatives et des opportunités intéressantes.

2. Identifiez vos leviers d'action

Le choix des leviers d'actions à mettre en œuvre afin de privilégier l'approvisionnement en produits de qualité et respectueux de l'environnement prendra en compte l'analyse préalable de vos besoins, de vos contraintes et de l'offre du secteur (« sourcing »).

Voir les **fiches méthodologiques** « *Connaître son besoin* » et « *Connaître l'offre* ».

↳ L'achat groupé

Votre structure peut rejoindre un groupement de commandes. Les groupements permettent aux acheteurs publics de coordonner et de regrouper leurs achats. Une convention constitutive, signée par les membres du groupement, définit les modalités de fonctionnement et peut confier à l'un ou plusieurs de ses membres la charge de mener tout ou partie de la procédure de passation ou de l'exécution du marché public au nom et pour le compte des autres.

Parmi les avantages des groupements d'achat, on peut citer :

- la mise en commun des compétences qui vous fera profiter des connaissances et expériences des autres membres,
- le partage des tâches nécessaires à la préparation, à la passation et au suivi du marché qui vous permettra d'optimiser le temps que vous consacrez au marché,
- la réalisation d'économies d'échelle,
- l'importance du volume d'achat qui constituera un levier fort pour inciter les fournisseurs à satisfaire des exigences particulières au point de vue social ou environnemental, voire à se convertir à un mode de production plus respectueux du développement durable (structuration et développement de l'offre fournisseurs).

Référence : article 28 de l'ordonnance n°2015-899 du 23 juillet 2015 relative aux marchés publics

Toutefois, les quantités demandées peuvent éventuellement constituer un frein à l'accès des petits fournisseurs à votre marché. Pour pallier à cet inconvénient, vous devrez veiller à allotir finement votre marché.

Voir la rubrique « *Choisissez un allotissement pertinent* » de la **fiche méthodologique** « *Consulter les fournisseurs* »).

➤ Le type de produits

Vous devez vous interroger sur la pertinence des choix à effectuer en termes de type de produits.

Sur ces aspects, les leviers d'action propres à chaque filière sont indiqués dans les fiches filières correspondantes. Seule la méthode est exposée ici.

Ces leviers d'action auront des impacts sur le processus de restauration que vous devez impérativement prendre en compte pour assurer le succès de votre démarche (voir rubrique ci-après « *Mesurez leurs impacts sur le processus de restauration* »).

Ainsi, pour élaborer un même plat, vous pouvez choisir d'acheter :

- soit un produit brut (carcasse de viande entière ou demi-carcasse, fruits et légumes entiers, fromage en meule, etc) ;

soit un produit transformé (morceaux de viande ciblés, fruits et légumes épluchés et coupés en morceaux, fromage en portions, etc).

Ce choix a un impact sur les fournisseurs qui pourront soumissionner à votre marché. Opter pour des produits bruts constitue un levier pertinent pour attirer la candidature de producteurs, ceux-ci étant en général moins en capacité de répondre sur des produits transformés.

Par ailleurs, à qualité équivalente, un produit brut coûte moins cher. C'est pourquoi si vous optez pour des produits de qualité supérieure ou bio, en les choisissant bruts, vous pourrez compenser une part du surcoût.

En effet, vous pouvez également définir directement le niveau de qualité que vous souhaitez et exiger par exemple des produits bio ou Label rouge. Concernant le Label rouge, il conviendra néanmoins de préciser dans votre cahier des charges "*Label rouge ou équivalent au sens des dispositions de l'article 10 du décret n°2016-360 du 25 mars 2016 relatif aux marchés publics*".

Enfin, demander des produits frais plutôt que surgelés ou appertisés peut également permettre aux producteurs de répondre plus facilement à votre marché.

➤ La quantité et la diversité des produits

En réduisant les quantités de certains produits vous économiserez une part de votre budget que vous pourrez réinvestir dans l'achat de produits de meilleure qualité tout en luttant contre le gaspillage alimentaire.

Exiger une gamme de produits très étendue peut limiter le nombre de fournisseurs qui candidateront à votre marché, en excluant les fournisseurs spécialisés. La réduction de votre liste de produits ayant pour effet d'augmenter les quantités des produits achetés, les fournisseurs pourront vous faire bénéficier des économies d'échelle et réduire leur prix de vente unitaire. Vous avez donc tout intérêt à engager une réflexion sur la réduction de votre liste de produits.

Sur la question spécifique de la limitation de la gamme aux fruits et légumes dits « de saison », (voir la fiche filières « fruits et légumes »).

3. Mesurez leurs impacts sur le processus de restauration

Les leviers d'action que vous choisissez de mettre en œuvre, peuvent avoir des conséquences sur les différentes étapes du processus de restauration.

Vous devez les anticiper, les prendre en compte et mettre en place les adaptations nécessaires afin de garantir le succès de votre démarche.

L'implication des acteurs est également indispensable. (Voir la **fiche méthodologique** « *Impliquer les acteurs* »).

Sur ces aspects, les impacts relatifs aux leviers d'action propres à chaque filière sont indiqués dans les fiches filières correspondantes.

➤ Impacts sur la commande, la livraison et le stockage des produits

Les produits frais ayant une durée de consommation plus réduite que les produits surgelés ou appertisés, vos commandes et livraisons seront plus fréquentes mais le temps de stockage limité. Votre gestion de stock sera donc plus serrée.

Pour les produits bruts, vous devrez prévoir des espaces de stockage adéquats suffisants.

➤ Impacts sur la préparation des plats

Les produits bruts nécessiteront une plus grande préparation et l'acquisition de machines pour couper, éplucher, hacher, mixer, etc.

Si vous optez pour une gamme de produits moins étendue, il vous faudra mettre en œuvre de nouvelles recettes pour varier les plats servis et ne pas lasser les convives.

L'évolution vers une cuisine plus élaborée pourra également nécessiter de repenser la répartition des tâches au sein de l'équipe de cuisine et l'acquisition de nouvelles compétences professionnelles. Vous devrez alors recourir à des actions de formation professionnelle.

➤ Impacts sur les menus et le service en salle

Dans le cadre de votre démarche de lutte contre le gaspillage alimentaire, en vous appuyant sur un bilan préalable des consommations, vous pourrez ajuster la taille des portions servies pour éviter les pertes.

Recommandations nutritionnelles élaborées par le GEM-RCN auxquelles vous pouvez vous référer :

www.economie.gouv.fr/daj/recommandation-nutrition

Des aménagements du service en salle vous permettront également de réduire le gaspillage alimentaire.

Voir le guide de l'ADEME « *Réduire le gaspillage en restauration collective* », octobre 2015 :

www.ademe.fr/reduire-gaspillage-alimentaire-restauration-collective

et les **différents guides** pour réduire le gaspillage à la cantine:

<http://agriculture.gouv.fr/des-guides-pour-reduire-le-gaspillage-la-cantine>

Référence : article L541-15-3 du code de l'Environnement « L'État et ses établissements publics ainsi que les collectivités territoriales mettent en place, avant le 1^{er} septembre 2016, une démarche de lutte contre le gaspillage alimentaire au sein des services de restauration collective dont ils assurent la gestion ».



Fiche méthodologique

Définir

le cahier des charges

SOMMAIRE

1. Définissez précisément l'objet de votre marché
2. Fixez une durée d'exécution adaptée
3. Précisez le cadre financier
4. Déterminez des conditions d'exécution pertinentes
5. Prévoyez le suivi de la mise en œuvre



1. Définissez précisément l'objet de votre marché

L'objet du marché est la traduction de votre besoin. Voir la **fiche méthodologique** « *Connaître son besoin* ».

↳ Définition de l'objet du marché

L'objet de votre marché doit être défini au sein d'un article spécifique de votre cahier des charges.

Ce paragraphe doit être rédigé avec précision non seulement pour apporter le niveau d'information nécessaire aux fournisseurs pour proposer une offre appropriée mais également parce que les conditions d'exécution définies au cahier des charges ainsi que les critères d'attribution du marché doivent être en lien avec l'objet.

↳ Précision de l'objet à travers les spécifications techniques

Vous précisez l'objet de votre marché en décrivant les spécifications techniques des produits ou services.

Dans ce cadre, vous ne pouvez pas faire mention d'une provenance ou d'une origine déterminée si cela est susceptible de favoriser ou d'éliminer certains fournisseurs ou certains produits.

C'est pourquoi, vous ne pouvez exiger des produits portant un signe officiel d'identification de la qualité et de l'origine (SIQO) AOP, IGP et AOC que si vous ne ciblez pas une origine géographique précise.

Par ailleurs, vous pouvez faire référence à une race ou variété particulière à condition seulement que celle-ci soit suffisamment répandue en France et en Europe.

D'autre part, vous pouvez faire référence à des labels tels que le label rouge, l'agriculture biologique ou d'autres modes de valorisation comme la spécialité traditionnelle garantie, la mention « produit de montagne », la démarche de certification de conformité des produits, l'exploitation de haute valeur environnementale, le commerce équitable.

Référence : articles 6 et suivants du décret n°2016-360 du 25 mars 2016 relatif aux marchés publics

↳ Distinction avec l'intitulé du marché

L'intitulé de votre marché est à distinguer de son objet.

L'intitulé est le titre donné au marché. De ce fait, il n'est qu'un résumé de l'objet dont il reprend les informations principales ou celles que vous souhaitez mettre en avant. Il n'a pas vocation à être exhaustif.

2. Fixez une durée d'exécution adaptée

↳ Durée pluriannuelle

En cas d'achats récurrents, choisissez une durée pluriannuelle qui donnera la visibilité nécessaire au fournisseur pour mettre en place et développer des actions dans le cadre du marché.

Vous pourrez ainsi poser des exigences particulières qui ne sont pas incluses dans l'offre « standard » des fournisseurs (action d'insertion sociale, clause de progrès, ...)

↳ Durée infra-annuelle

En cas d'achat ponctuel (ex : achat de denrées pour l'organisation d'un évènement exceptionnel), vous pouvez opter pour une durée inférieure à un an.

Par ailleurs, pour des prestations nouvelles, vous pouvez déterminer une durée ferme d'un an qui correspondra à une phase test avec une possibilité de reconduction si le test apparaît concluant et que le besoin est pérennisé.

3. Précisez le cadre financier

↳ Fixation d'un montant minimum de commandes

Afin d'obtenir des offres économiquement performantes, il convient d'offrir aux fournisseurs, en particulier à ceux avec lesquels vous n'avez jamais encore travaillé, de la lisibilité quant au volume financier de vos achats.

Ainsi, en cas d'achats récurrents, même si la réglementation ne l'exige pas, fixez un montant minimum de commandes en valeur ou en quantité à votre accord-cadre à bons de commande.

Référence : article 78 du décret n°2016-360 du 25 mars 2016 relatif aux marchés publics

↳ Conditions d'évolution des prix

Afin de prendre en compte en cours d'exécution du marché les fluctuations aléatoires, à la hausse comme à la baisse, des cours des productions agricoles, en cas d'achats récurrents, prévoyez une révision des prix à un rythme infra-annuel.

Vous pouvez cependant prévoir des prix fermes en cas d'achat ponctuel. Toutefois, ceux-ci devront être actualisables si un délai supérieur à 3 mois s'écoule entre la date à laquelle le fournisseur a fixé son prix dans l'offre et la date de début d'exécution des prestations.

Pour plus d'information : *Fiche de la DAJ sur l'indexation des prix dans les marchés publics d'achats de denrées alimentaires, mars 2015.*

http://www.economie.gouv.fr/files/files/directions_services/daj/marches_publics/oeap/concertation/autres_groupes_travail/indexation-prix-denrees-alimentaires.pdf

4. Déterminez des conditions d'exécution pertinentes

↳ Conditions à caractère social et/ou environnemental

Vous pouvez imposer des conditions d'exécution à caractère social et/ou environnemental comme par exemple :

- la réalisation d'une action d'insertion professionnelle envers des publics éloignés de l'emploi ;
- l'approvisionnement en produits issus de l'agriculture biologique, du commerce équitable, de produits de saison, et de toute autre caractéristique sociale ou environnementale à n'importe quel stade du cycle de vie du produit ;

- l'utilisation d'emballages les moins impactants sur l'environnement (volume des volumes d'emballage, nature recyclé/recyclables/issus de matières premières renouvelables dans le respect des normes d'hygiène et de sécurité attachées aux produits alimentaires) ;
- le recours à des modes de transport les moins polluants.

Référence : article 38 de l'ordonnance n°2015-899 du 23 juillet 2015 relative aux marchés publics et article 10 du décret n°2016-360 du 25 mars 2016 relatif aux marchés publics (si référence à des labels).

↳ Délais et modalités de livraison

Votre cahier des charges devra prévoir les modalités d'exécution liées aux délais, fréquence et aux conditions de livraison. Celles-ci devront tenir compte de vos contraintes internes mais aussi des spécificités propres à chaque filière et type de fournisseur.

↳ Actions de sensibilisation

Vous pouvez exiger la réalisation par le fournisseur d'actions de sensibilisation à l'égard des convives permettant de mettre en valeur les spécificités de l'exécution du marché par exemple sur la qualité des produits, la performance environnementale ou les conditions de production.

De plus, uniquement dans le cadre des marchés à destination des publics scolaires, la possibilité de réaliser des visites pédagogiques sur les sites de production peut être imposée.

Pour tout type d'autres publics, une telle exigence ne serait pas justifiée par l'objet du marché.

5. Prévoyez le suivi de la mise en œuvre

Afin de garantir tout au long de l'exécution du marché le niveau de qualité exigé voire de l'améliorer, vous devez inscrire dans le cahier des charges les modalités de suivi de la mise en œuvre du marché.

Les modalités de réalisation du suivi de la mise en œuvre sont décrites dans la **fiche méthodologique** « Suivre la mise en œuvre ».

↳ Suivi

Vous devez pouvoir identifier les difficultés rencontrées par le titulaire du marché pour prévenir et corriger d'éventuelles défaillances.

C'est pourquoi en fonction des caractéristiques du marché, vous pouvez prévoir la fourniture à intervalles réguliers par le titulaire d'éléments de suivi qui alimenteront vos tableaux de bord (tonnage par typologie de produits, montant des commandes, origine géogra-

phique des produits, part des produits répondant au label bio, au label rouge ou issu du commerce équitable, etc).

La tenue de réunions d'échanges avec le titulaire est également un élément de suivi à prévoir.

↳ Sanctions

Vous devez prévoir dans votre cahier des charges les sanctions qui s'appliqueront au titulaire en cas de non-respect des exigences que vous avez définies :

- pénalités financières pertinentes et proportionnées aux différents manquements ;
- en cas de marché à durée reconductible, possibilité de non-reconduction à laquelle le titulaire ne peut s'opposer ;
- résiliation du marché pour faute en cas de manquement grave.

Pour cela, il vous est possible de faire référence à l'article 32 du CCAG-FCS

Référence : *Cahier des clauses administratives générales applicables aux marchés publics de fournitures courantes et de services (CCAG-FCS) approuvé le 19 janvier 2009 :*

http://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do;jsessionid=6F0FEFC89DCAE4A465A19E53097DF2CA.tp_djo02v_1?cidTexte=JORFTEXT000020407115&dateTexte=20150130

↳ Clause de progrès

Les textes relatifs aux marchés publics permettent d'insérer des clauses incitant le titulaire d'un marché à améliorer la qualité de ses prestations tout au long de l'exécution du marché.

– L'article 17 du décret relatif aux marchés publics prévoit en effet que *« des clauses incitatives peuvent être insérées dans les marchés publics notamment aux fins d'améliorer les délais d'exécution, de rechercher une meilleure qualité des prestations et de réduire les coûts de production. »*

– L'article 139 du décret relatif aux marchés publics prévoit désormais que le marché public peut être modifié *« 1 ° Lorsque les modifications, quel qu'en soit leur montant, ont été prévues dans les documents contractuels initiaux sous la forme de clauses de réexamen, dont des clauses de variation du prix ou d'options claires, précises et sans équivoque.*

Ces clauses indiquent le champ d'application et la nature des modifications ou options envisageables ainsi que les conditions dans lesquelles il peut en être fait usage. »

Ce type de clause est particulièrement adapté à un marché reconductible annuellement.

Vous indiquerez dans le marché qu'avant chaque échéance annuelle du marché, le titulaire devra vous préciser les progrès de l'année passée et à venir sur les aspects contractuels encadrés par cette ou ces clauses.

À titre d'exemple, ces clauses peuvent concerner le mode de production des denrées alimentaires achetées dans le cadre du marché, les modalités de livraison,...

Référence : *article 17 et article 139 du décret n °2016-360 du 25 mars 2016 relatif aux marchés publics.*



Fiche méthodologique

Consulter les fournisseurs

SOMMAIRE

1. Choisissez un allotissement pertinent
2. Déterminez avec soin les critères d'attribution
3. Pensez aux variantes
4. Privilégiez une procédure avec négociation
5. Goûtez les produits
6. Vérifiez les affirmations des fournisseurs



1. Choisissez un allotissement pertinent

➤ Principe de l'allotissement

L'allotissement consiste à distinguer au sein de votre opération d'achat plusieurs lots correspondant à votre besoin global mais susceptibles d'être exécutés par des fournisseurs différents.

Par principe, votre marché public doit être allotir afin de susciter la plus large concurrence entre les fournisseurs et leur permettre, quelle que soit leur taille, d'accéder à la commande publique. Un allotissement pertinent facilite l'accès aux petits fournisseurs ou fournisseurs spécialisés grâce à un volume adapté, suscite une réelle concurrence entre les fournisseurs quelle que soit leur taille et permet de privilégier les aspects qualitatifs, environnementaux, ou sociaux.

Néanmoins, si vous décidez de ne pas allotir, vous devez motiver ce choix et en préciser les raisons au sein des documents de la consultation.

Si votre marché est alloti, vous devez indiquer dans les documents de la consultation si les fournisseurs peuvent soumissionner pour un seul lot, plusieurs lots ou tous les lots ainsi que, le cas échéant, le nombre maximal de lots qui peuvent être attribués à un même fournisseur.

Référence : article 32 de l'ordonnance 2015-899 du 23 juillet 2015 et article 12 du décret n°2016-360 du 25 mars 2016 relatif aux marchés publics.

➤ Types d'allotissement

Différents types d'allotissement sont à votre disposition, parmi lesquels :

- l'allotissement en fonction de la famille de produits (volaille, légumes, etc) ;
- l'allotissement en fonction de la forme des produits (frais, surgelés, appertisés, bruts, transformés) ;
- l'allotissement en fonction de la qualité exigée (standard, bio, «Label rouge ou équivalent au sens des dispositions de l'article 10 du décret n°2016-360

- du 25 mars 2016 relatif aux marchés publics", etc.) ;*
- l'allotissement en fonction de la zone géographique de consommation.

Vous pouvez utiliser un seul de ces types d'allotissement ou les combiner entre eux en fonction de l'analyse préalable de votre besoin et mais aussi de l'offre disponible afin d'éviter tout risque d'infructuosité.

Voir les **fiches méthodologiques** « *Connaître son besoin* » et « *Connaître l'offre* ».

➤ Finesse de l'allotissement

La finesse de votre allotissement, c'est-à-dire le nombre de lots et leur découpage, est déterminante pour faciliter l'accès du marché à de petits fournisseurs ainsi que pour favoriser l'achat de produits de qualité et respectueux de l'environnement.

Elle permet à un fournisseur spécialisé, y compris une petite ou très petite entreprise (PME, TPE), de pouvoir répondre à un lot dont la cible et le dimensionnement correspondent à son positionnement de marché tout en permettant, également, aux fournisseurs proposant une gamme élargie d'y répondre.

L'allotissement très fin (produit par produit) joue un rôle déterminant pour un approvisionnement de qualité. En effet, vous allez pouvoir sélectionner séparément chaque type de produit et non un lot pour lequel vous seriez très satisfait pour certains produits et peu convaincu par d'autres.

2. Déterminez avec soin les critères d'attribution

La définition des critères d'attribution de votre marché a une influence directe sur le contenu des offres que proposeront les fournisseurs. Elle est donc déterminante pour privilégier un approvisionnement en produits de qualité et respectueux de l'environnement.

↳ Choix des critères d'attribution du marché

Selon le décret relatif aux marchés publics, pour attribuer un marché, l'acheteur se fonde soit sur un critère unique qui peut être le prix ou le coût, soit sur une pluralité de critères non-discriminatoires et liés à l'objet du marché public ou à ses conditions d'exécution parmi lesquels figure le critère du prix ou du coût et un ou plusieurs autres critères comprenant des aspects qualitatifs, environnementaux ou sociaux, par exemple :

- la qualité des échantillons ;
- les conditions de production et de commercialisation ;
- la garantie de la rémunération équitable des producteurs ;
- le bien-être animal ;
- les performances en matière de protection de l'environnement ;
- les performances en matière de développement des approvisionnements directs de produits de l'agriculture ;
- les performances en matière d'insertion des publics en difficulté.

Cette liste n'est pas exhaustive et le choix des critères pertinents relève de votre appréciation. Ces critères peuvent d'ailleurs varier en fonction du type de produits qui font l'objet du marché.

Voir les fiches filières correspondantes.

Les critères, ainsi que les modalités de leur mise en œuvre devront être indiqués dans les documents de la consultation.

Référence : article 52 de l'ordonnance n°2015-899 du 23 juillet 2015 et article 62 du décret n°2016-360 du 25 mars 2016 relatif aux marchés publics.

↳ Classement des critères d'attribution du marché

Vous devez classer les critères selon leur importance respective, soit en les pondérant soit en les hiérarchisant. Vous afficherez ce classement dans les documents de la consultation.

En cas de procédure formalisée, les critères d'attribution seront pondérés ou, si la pondération n'est pas possible pour des raisons objectives, indiqués par ordre décroissant d'importance (hiérarchisation).

La pondération peut être exprimée sous forme d'une fourchette avec un écart maximum approprié.

Référence : IV de l'article 62 du décret n°2016-360 du 25 mars 2016 relatif aux marchés publics.

↳ Mise en œuvre des critères d'attribution

En lien avec les critères d'attribution, vous devez décrire dans les documents de la consultation les éléments d'information à présenter par les fournisseurs et qui seront regroupés dans leur mémoire technique.

Ces éléments constitueront leurs offres techniques, environnementales et/ou sociales, que vous pourrez évaluer à partir d'une grille de notation qui tiendra compte du classement des différents critères.

Concernant le critère financier, vous pourrez appliquer une formule mathématique pour noter les offres.

Voir le guide de la DAJ sur « le prix dans les marchés publics » et notamment son article 5.2.3.3 « comment noter le prix » :

http://www.economie.gouv.fr/files/files/directions_services/daj/marches_publics/oeap/concertation/autres_groupes_travail/guide-prix-dans-mp.pdf

3. Pensez aux variantes

Les variantes sont des propositions alternatives à l'offre de base.

Elles présentent l'avantage de vous laisser la maîtrise de leur impact financier notamment car vous pouvez choisir entre l'offre de base des fournisseurs et l'offre avec variante.

↳ Exigence de variantes

Vous pouvez demander aux fournisseurs de présenter des variantes, que vous vous réserverez le droit de commander ou non lors de la signature du marché.

Ces variantes doivent être en rapport avec l'objet du marché et vous devrez avoir défini les exigences minimales qu'elles doivent respecter ainsi que toute condition particulière de présentation dans les documents de la consultation.

↳ Autorisation des variantes

Il vous est conseillé d'autoriser (en procédure formalisée) ou de ne pas interdire (en procédure adaptée) les fournisseurs à proposer, à leur initiative, des variantes

car elles sont susceptibles de rendre l'offre plus adaptée à certains objectifs recherchés, par exemple des produits avec un plus qualitatif et/ou environnemental, que vous ne connaissez pas forcément ou pour lesquels vous n'avez pas pu formuler de manière précise des spécifications techniques dans le cahier des charges.

Vous n'exprimerez alors que des exigences minimales à respecter, que vous mentionnerez dans les documents de la consultation.

Les variantes sont autorisées en procédure adaptée sauf mention contraire dans les documents de la consultation, et interdites en procédures formalisées sauf mention contraire dans les documents de la consultation.

Exemple de rédaction

« L'acheteur est disposé à accueillir des offres répondant à certaines variantes plus favorables à la protection de l'environnement : conditionnement, caractère bio des produits. »

Référence : article 58 du décret n°2016-360 du 25 mars 2016 relatif aux marchés publics.

4. Privilégiez une procédure avec négociation

La négociation est particulièrement intéressante dans le cadre de marchés publics de denrées alimentaires, dans la mesure où les fournisseurs peuvent être des petites structures, peu habituées au formalisme administratif.

↳ Négociation dans le cadre d'une procédure adaptée

La procédure adaptée permet de négocier les offres dès lors que cette possibilité a été indiquée dans les documents de la consultation.

Vous pouvez avoir recours à la procédure adaptée lorsque l'estimation du montant de votre marché est inférieure aux seuils de procédure formalisée.

Toutefois vous pouvez également y avoir recours alors même que la valeur totale des lots de votre marché est égale ou supérieure aux seuils de procédure formalisée, pour les lots qui rempliraient les deux conditions cumulatives suivantes :

- valeur estimée de chaque lot concerné inférieure à 80 000 euros HT pour des fournitures ou des services ;
- montant cumulé de ces lots n'excédant pas 20% de la valeur totale estimée de tous les lots de votre marché.

Référence : articles 22 et 27 du décret n°2016-360 du 25 mars 2016 relatif aux marchés publics.

➤ Procédure concurrentielle avec négociation

Lorsque l'estimation du montant de votre marché est égale ou supérieure aux seuils de procédure formalisée, vous pouvez avoir recours à la procédure concurrentielle avec négociation sous réserve d'être dans l'un des cas prévus par le décret relatif aux marchés publics.

Référence : article 25 II du décret n°2016-360 du 25 mars 2016 relatif aux marchés publics.

5. Goûtez les produits

➤ Demande d'échantillons

Vous pouvez exiger dans les documents de la consultation que les offres soient accompagnées d'échantillons permettant de tester les produits, sous réserve que les produits s'y prêtent.

Voir à ce sujet les fiches filières correspondantes.

Dans ce cas, vous aurez prévu un critère d'attribution fondé sur la qualité des échantillons.

➤ Versement d'une prime

Les dégustations représentant un coût non négligeable pour les fournisseurs, surtout si ce sont des petites structures.

Bien que cela ne soit pas obligatoire, il vous est donc recommandé de prévoir le versement d'une prime, permettant de compenser en partie leur investissement. Dans ce cas, vous indiquerez le montant de la prime dans les documents de la consultation. La rémunération du titulaire du marché public tiendra compte de la prime reçue.

Référence : article 57 du décret n°2016-360 du 25 mars 2016 relatif aux marchés publics

➤ Organisation d'une dégustation collective

Il vous est conseillé d'organiser une dégustation collective des échantillons en réunissant les agents ayant participé au projet d'achat (diététicien, gestionnaire de restaurant, membres de l'équipe de cuisine, décideurs, juriste).

Cette dégustation permettra de comparer la qualité gustative et organoleptique des échantillons mais également en fonction du type de produits, la qualité d'usage (comportement à la cuisson et rendement, conservation, conditionnement – praticité du stockage, gestion des déchets).

La présence du fournisseur n'est pas obligatoire. Toutefois, si vous souhaitez que le fournisseur assiste à la dégustation, vous devez alors annoncer celle-ci dans les documents de la consultation, en précisant si elle concerne tous les soumissionnaires ou seulement certains (par exemple au cours d'une phase de négociation s'il y en a une).

6. Vérifiez les affirmations des fournisseurs

➤ Fourniture de moyens de preuve

Vous devez pouvoir vérifier les déclarations faites par les fournisseurs dans leur offre.

C'est pourquoi vous exigerez dans les documents de la consultation des moyens de preuve.

➤ Contrôle des moyens de preuve

Notamment, afin de contrôler les certificats et attestations transmis par les fournisseurs comme moyen de preuve, votre attention devra porter en particulier sur :

- leur période de validité ;
- leur référence explicite aux produits ciblés dans le marché ;
- le caractère officiel ou agréé de l'organisme dont ils proviennent ;
- la nature des informations qu'ils contiennent.

La vérification des déclarations des fournisseurs doit se poursuivre pendant l'exécution du marché, le contenu de l'offre du titulaire l'engageant sur toute la durée du marché.

Concernant le contrôle pendant l'exécution du marché : voir la **fiche méthodologique** « *Suivre la mise en œuvre* ».