RTES – le 1er octobre 2009 à Lyon

COMMANDE PUBLIQUE et AB

Florence Dodet
florence.dodet@corabio.org
Tél : 04 75 61 19 35

Plan de l'intervention

- Le réseau Corabio, son organisation, ses missions.
- Présentation de l'AB
- Comment promouvoir les produits bio locaux dans les marchés publics ?
- Des outils pour agir

Le réseau Corabio, son organisation, ses missions.

Un réseau des producteurs bio

4 échelons principaux :

- **IFOAM** : Fédération Internationale des Mouvements de l'Agriculture Biologique.

Missions : Lieu d'échange d'informations et de coopération internationale, organisation de conférences, publication du magazine Ecology and Farming

- **FNAB** : Fédération nationale d'Agriculture Biologique (Production)

Missions : réglementation, structuration des filières, formations, défense des intérêts de la bio française

Un réseau de producteurs bio

- **GRAB** : Corabio

Missions : coordination, réglementation, structuration de filières, RC, communication…

- **GAB** : ADABIO, ARDAB, Agribiodrôme, Agri Bio Ardéche

Missions : accompagnement à la conversion, appui technique, formation…

Partenariat en cours avec les collectivités

Partenariat avec les collectivités

Avec le Conseil Régional

Avec les conseils généraux

Avec les municipalités et EPCI :

- Appui à l'installation, à la conversion AB
- Politique environnementale en faveur de la qualité de l'eau, des sols…
- Mise en place d'outils de commercialisation
- Passage vers une restauration collective bio

Présentation de l’agriculture biologique

Définition de l’agriculture biologique

- L’agriculture biologique est un mode de production agricole qui exclut l'usage d’engrais et de pesticides de synthèse ainsi que les organismes génétiquement modifiés (OGM).

- C’est un système agronomique qui gère de façon globale et pérenne la production de denrées alimentaires tout en respectant les équilibres naturels.

Les bénéfices de l'agriculture biologique

- Préserve la qualité des eaux souterraines et superficielles (contamination par les pesticides à 12 et 35%. Source : Agence de l'Eau),
- Maintient la biodiversité animale et végétale,
- Limite l'érosion des sols et maintient la fertilité par l'utilisation de matière organique,
- Ne pollue par l'air,
- Limite l'utilisation des énergies fossiles,
- Créée 35% d'emplois supplémentaires, (Rapport FNAB-DATAR 1998)
- Garantit des produits alimentaires plus sains.

Réglementation AB

- L'AB est un des signes officiels de qualité reconnus par le Ministère de l'Agriculture (comme le Label Rouge, les AOC...),
- C'est le seul signe d'identification national de la qualité des produits sur le plan environnemental,
- Il est encadré par une réglementation européenne très stricte :

Règlement 834/2007 du Conseil + Règlement 889/2008 de la Commission,

- Ces textes définissent les cahiers des charges que tous les opérateurs des filières biologiques doivent respecter.

Organismes certificateurs et contrôles

- Tous les opérateurs (agriculteurs, transformateurs, importateurs, distributeurs) de la filière biologique se soumettent aux contrôles d'organismes certificateurs indépendants agréés par le Ministère de l'Agriculture,
- Les contrôles sont annuels et réguliers : un contrôle obligatoire par an et un contrôle inopiné tous les 2 ans.
- Des prélèvements pour analyse sont effectués afin de vérifier la non-contamination et donc la non-utilisation de produits interdits (pesticides, OGM…).

AB AGRICULTURE BIOLOGIQUE

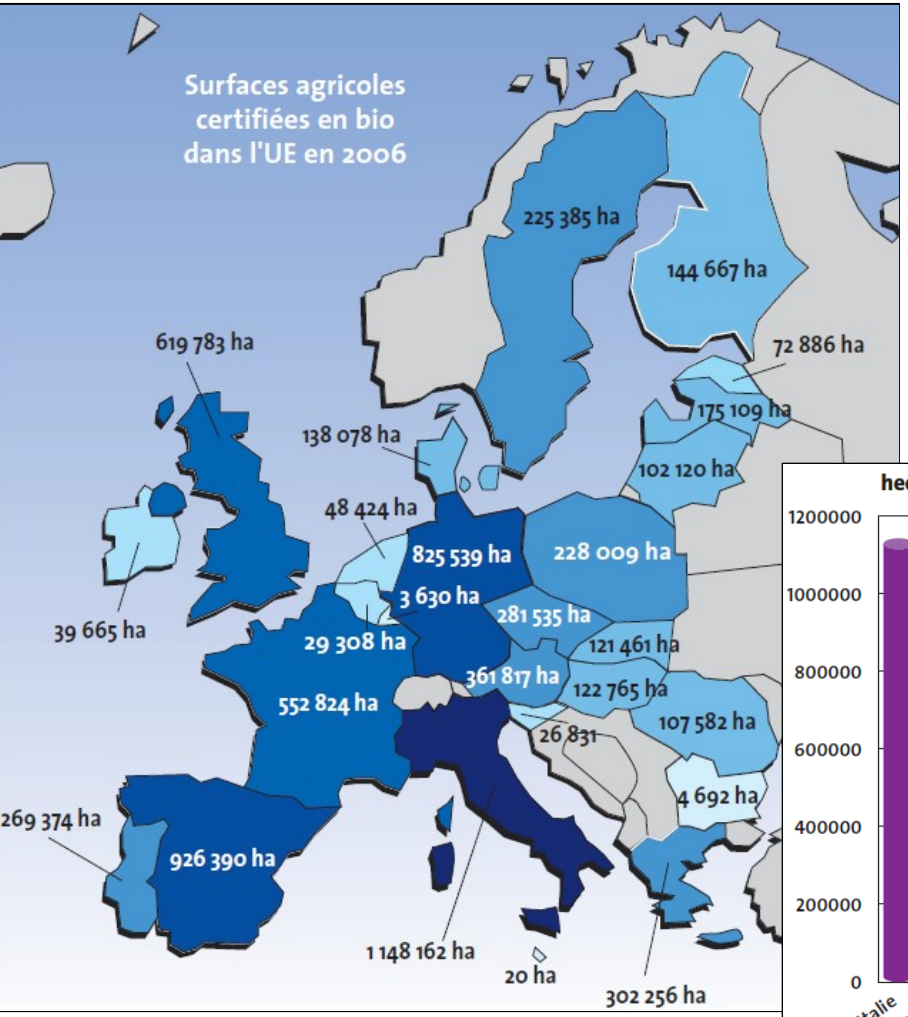
AGRICULTURE BIOLOGIQUE

Chiffres clés

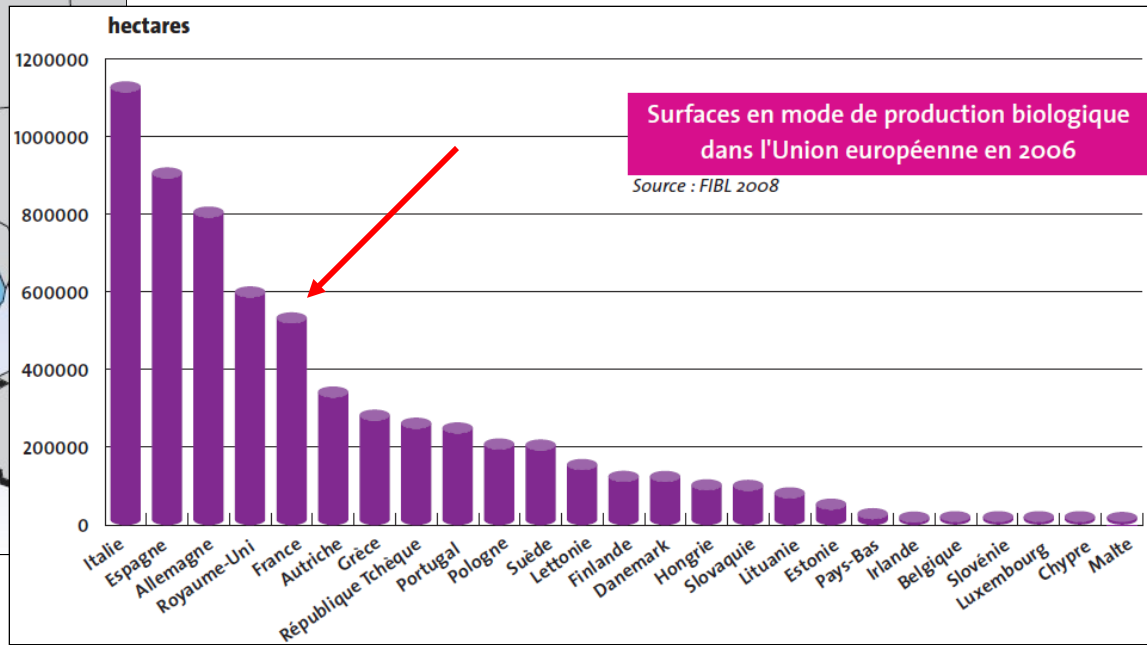
de la production

et de la consommation

Les surfaces en bio en Europe

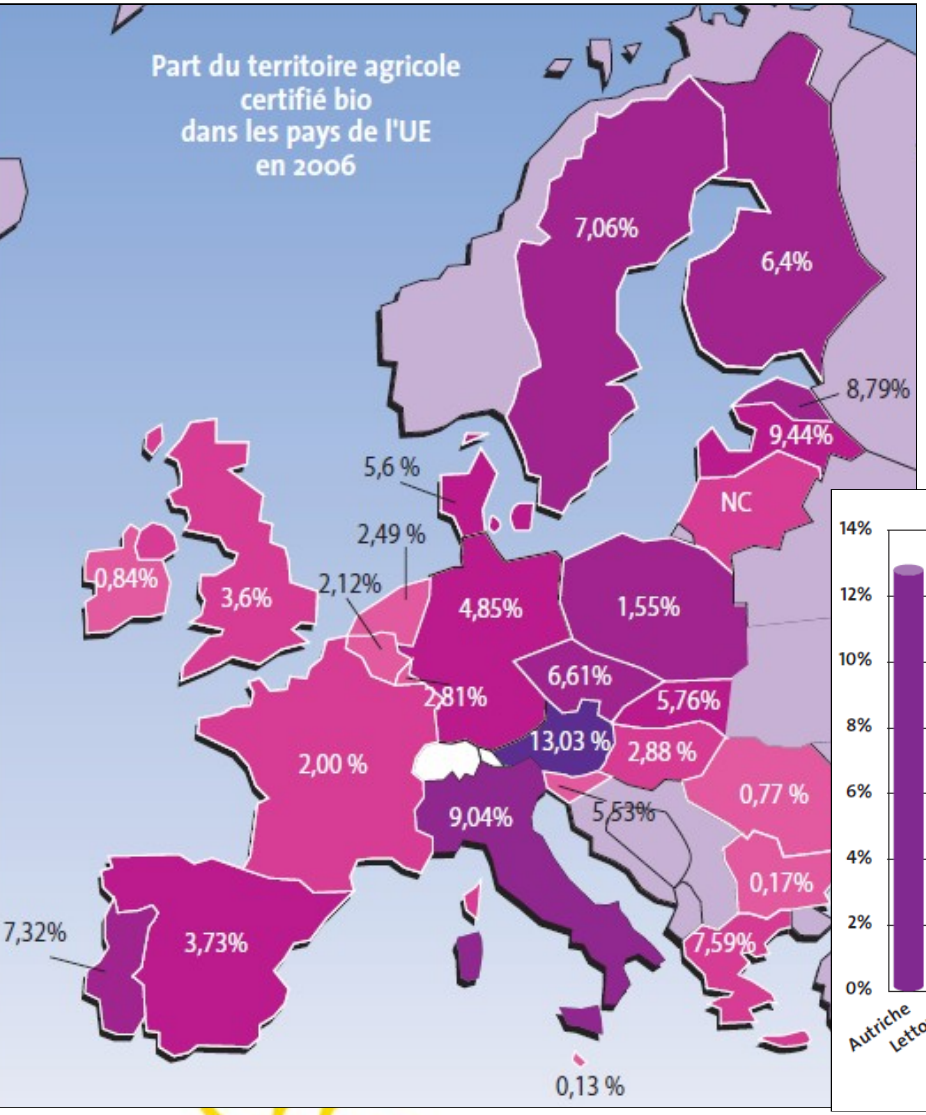


1er pays l'Italie avec
1 150 000 d'ha en bio
France en 5e position avec
552 000 ha en bio



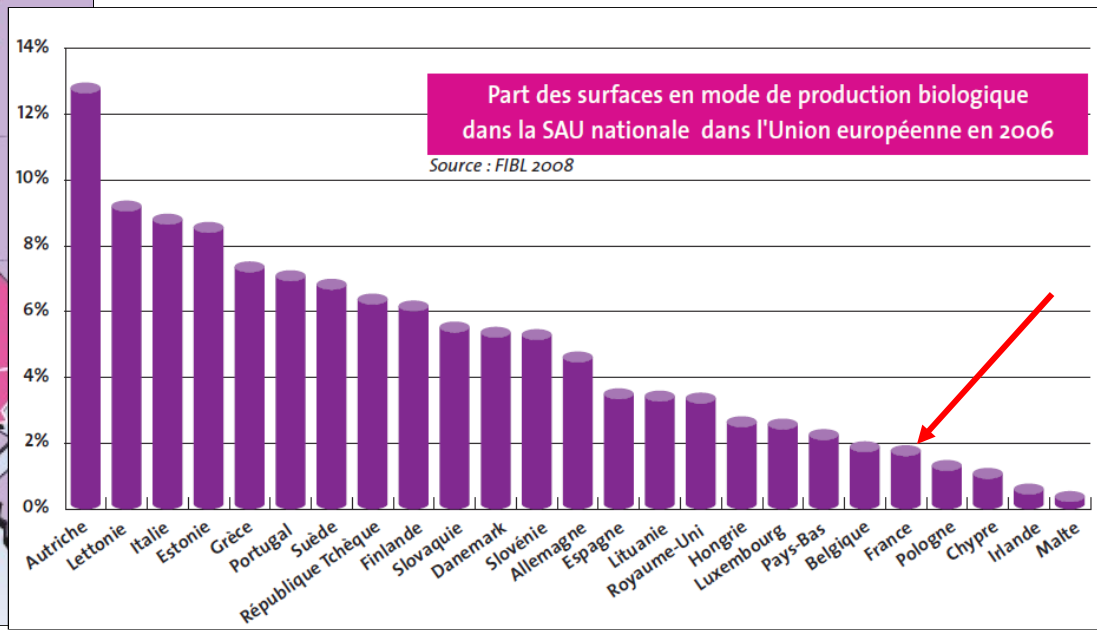
Source :

Les surfaces en bio en Europe



1er pays l'Autriche avec
13% de la SAU en bio

France en 21e position avec
2% de la SAU en bio



Source :

L'agriculture biologique en France et en Rhône-Alpes

Source : Agence Bio 2008 / Corabio	France		Rhône-Alpes	
	2008	2008/2007	2008	2008/2007
Nombre d'exploitations bio	13 300	+ 11%	1 568	+ 11,4%
Surfaces en mode de production biologique (en ha)	580 000	+ 4%	53 650	+ 6,3%
dont surfaces certifiées bio	498 450	+ 0,2%	45 670	+ 4%
dont surfaces en conversion	81 550	+ 36%	7 980	+ 19%
Part des surfaces en bio dans la SAU	2,12%		3,6%	

- En France : 5 031 transformateurs et 1 371 distributeurs de produits bio.
- En Rhône-Alpes : 982 transformateurs et 292 magasins spécialisés bio.

Consommation des produits bio

- Marché alimentaire bio de 2,6 milliards d'euros en 2008 : Progression de + 10% ces dix dernières années et de 25% entre 2007 et 2008,
- 1/3 des produits bio consommés en France (en valeur) sont importés.

- Plus d'un français sur quatre consomme des produits bio : 42% une fois par mois / 23% une fois par semaine / 6% tous les jours,
- 77% des français estiment que l'AB est une voie d'avenir pour faire face aux problèmes environnementaux,
- 84% souhaitent que l'AB se développe.

Comment promouvoir les produits bio locaux dans les marchés publics ?

Propos introductifs

- Demande croissante de la part des collectivités pour introduire des produits bio, notamment en restauration collective.
- Le code des marchés a souvent été considéré comme un frein pour l'introduction de produits bio
- Le code des marchés impose aux acheteurs publics de prendre en compte des objectifs de développement durable au niveau de la définition des besoins.

Les Enjeux d'une commande publique de produits bio

- Développement des surfaces AB et conversion des agriculteurs bio
- Encourager une alimentation de qualité
- Stimuler une politique de développement durable à l'échelle d'un territoire
- Renouer des liens producteurs-consommateurs
- Limiter les importations de denrées alimentaires coûteuses pour l'environnement

= Lier la commande publique à la démarche de projet

Les atouts d'une commande publique de produits bio

- **Pour les fournisseurs :**

La garantie d'un débouché régulier sur une ou plusieurs années

Les quantités sont connues à l'avance, ce qui permet d'organiser la production

- **Pour les collectivités :**

Véritable levier pour le développement des filières bio

Les Contraintes d'une commande publique de produits bio

- **Pour les fournisseurs :**

Nouvelle approche, lourdeurs administratives, contraintes techniques et logistiques,

Mise en concurrence avec des fournisseurs lointains

Impossibilité de faire référence à la provenance géographique des produits en tant que telle

- **Pour les collectivités:**

Difficulté de trouver des fournisseurs dans un contaxte de pénurie de l'offre au niveau national sur toutes les filières et compte tenu des contraintes citées plus haut pour le fournisseur de produits bio

Le code des marchés publics 2006

- Les principes fondamentaux de la commande publique : transparence des procédures, liberté d'accès à la commande publique, égalité de traitement des candidats
- Procédure adaptée pour les marchés inférieurs à 206 000 € HT (MAPA), sinon procédure formalisée
- Il est interdit de mentionner : une origine géographique ; « local », « de proximité » ou tout autre mention pouvant restreindre le champ de la concurrence.
- Il est possible de demander un produit bio, en référence au règlement CE n° 834/2007 et à ses règlements d'application.

Les seuils

Moins de 20 000 € HT (Etat et Collectivités)

- Exception aux exigences de pub

- De 20 000 à 90 000 € HT (Etat et Collectivités)
  - Modalités de publicité librement choisies par le PA (presse spécialisée, site Internet de la collectivité, BOAMP...)
- De 90 000 à 206 000 € HT (Collectivités)
  - Appel d'offre soit dans le BOAMP soit dans un journal habilité à recevoir des annonces légales
  - Plus, si jugé utile par le PA, une revue spécialisée

- Au-delà 206 000 € (Collectivités)
  - Appel d'offre au BOAMP et au JOUE

Bien connaitre l'offre : un préalable indispensable !

-Actuellement, l'offre en produits biologiques est insuffisante en France pour satisfaire la demande

-Selon les régions et selon les départements, l'offre disponible n'est pas la même

- Risque de se retrouver avec des lots infructueux

➔ Nécessité de se rapprocher des structures de développement de l'agriculture biologique plusieurs mois avant la rédaction du marché

Privilégier l'allotissement

- La pratique de l'allotissement est désormais érigée en principe pour susciter une réelle concurrence entre les entreprises, quelle que soit leur taille.
- Cette technique permet aux artisans et PME de se porter candidats à seulement certains des lots du marché
- Mais elle n'est pas en soi suffisante pour atteindre l'objectif de proximité dès lors que cela n'empêchera pas la candidature d'entreprises non locales disposant de meilleures capacités.
- pour des marchés d'un montant très élevé, il peut être intéressant de réaliser un marché séparé pour les produits biologiques de façon à revenir à un montant plus faible.

Choisir une publicité adaptée

Les exigences de publicité sont variables suivant le montant du marché

Quelles que soient les obligations de publicité, le pouvoir adjudicateur dispose de la faculté d'insérer son avis de publicité dans des publications spécialisées dans l'agriculture biologique, ainsi que, si cela n'est pas discriminatoire, dans des publications locales.

Attention toutefois : l'acheteur public doit savoir où se trouvent les entreprises capables de soumissionner, afin d'adapter sa mesure publicitaire au contexte concurrentiel de son achat. À défaut, la publicité ne sera pas jugée satisfaisante

Les critères de sélection des candidats

- Afin de vérifier si les candidats sont à même de s'acquitter des mesures de gestion environnementales ou sociales imposées par le marché, la personne publique peut leur demander de démontrer leur capacité technique à cet égard (RC)
- Possibilité de se fonder sur l'expèrience acquise + qualifications professionnelles des fournisseurs + description circuits d'approvisionnement
- Doit être en lien avec l'objet du marché.

Définir des spécifications techniques

- L'acheteur public doit définir ses besoins en recourant à des spécifications techniques (CCTP)

- Ces spécifications sont des prescriptions techniques qui décrivent, de manière lisible, les caractéristiques techniques d'un produit

➡Référence à des normes, à des labels : *« des produits issues de l'agriculture biologique ou équivalent »*

➡Définition de performances ou d'exigences fonctionnelles pouvant inclure des performances environnementales

Définir des spécifications techniques

Ces spécifications ne doivent pas porter atteinte au principe d'égalité des candidats : ne mentionner ni marque, ni type, ni origine qui auraient pour effet de favoriser ou d'écarter certains produits de manière injustifiée.

- Chaque référence devra, dans tous les cas, être accompagnée de la mention « *ou équivalent* ».

- Les caractéristiques définies par les spécifications techniques peuvent inclure notamment les niveaux de la performance environnementale, les niveaux de qualité, l'emballage, le marquage et l'étiquetage, les processus et méthodes de production, etc Eviter les simples transpositions produits conventionnels/Bio.

Définir des spécifications techniques

- Les spécifications exigées devront dans tous les cas être liées à l'objet du marché pour ne pas être discriminatoires.

- Exemple de formulation pour l'objet du marché :

« Marché de denrées alimentaires issues de l'agriculture biologique ET DESTINÉ A REDUIRE LES IMPACTS ENVIRONNEMENTAUX DE LA CONSOMMATION ALIMENTAIRE

Définir des spécifications techniques

-Mettre en adéquation les spécifications techniques avec l'offre des fournisseurs locaux (grâce aux fiches techniques des produits)

- Demander des produits de saison

- S'assurer que les emballages utilisés pour conditionner et/ou transporter les produits coïncident avec la pratique des fournisseurs

- Les spécifications techniques qui intègrent des facteurs environnementaux doivent adopter une approche tenant compte du coût du cycle de vie

Les conditions d'exécution

•Article 14 :

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

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

Les conditions d'exécution

•Les acheteurs publics peuvent donc faire figurer des conditions d'exécution à caractère environnemental dans les règles et modalités fixées pour la réalisation du marché

➔ *Quelques exemples de conditions d'exécution :*

- Faire livrer le produit en quantité appropriée et en vrac afin de limiter l'incidence du transport par article

-Spécifier un mode de transport respectueux de l'environnement

-- Exiger un délai de livraison / d'exécution de la prestation court du fait d'un souhait de fraîcheur des produits alimentaires

- Exiger des produits de saison

Le recours aux variantes et options

La technique de la variante permet de laisser à l'initiative des entreprises la définition d'autres modalités techniques de satisfaction du besoin de l'acheteur public et lui donne ainsi l'opportunité de proposer des solutions favorisant l'environnement.

➔ Exemple : remplacement d'un conditionnement individuel par un conditionnement en vrac

➔ Limite : complexité de l'analyse des offres

- Les options : ce sont des variantes aux conditions d'exécution de base prédéterminées par l'acheteur public lui-même. Celles-ci doivent être limitées afin de ne pas fausser la concurrence.

Bien choisir les critères d'attribution

•Le principe de « l'offre économiquement la plus avantageuse » vise à tenir compte d'autres critères d'attribution que le seul critère du prix :

• Liste non exhaustive (les critères choisis doivent être liés à l'objet du marché)

– la qualité
– la valeur technique
– le caractère esthétique et fonctionnel
– les performances en matière de protection de l'environnement
– les performances en matière d'insertion professionnelle des publics en difficulté
– le coût global d'utilisation
– le caractère innovant
– le service après-vente et l'assistance technique
– la date de livraison
– le délai de livraison ou d'exécution,
– Le coût du cycle de vie

Bien choisir les critères d'attribution

Qualité du produit

- L'acheteur public pourra décomposer ce critère en sous-critères : fraîcheur du produit, aspect, goût, qualités nutritionnelles, etc.
- L'efficacité de ce critère au regard des considérations de proximité sera multipliée par le couplage avec d'autres critères

Délai de livraison

- En prévoyant des délais de livraison relativement courts, les producteurs se situant à proximité peuvent éventuellement se trouver avantagés
- Plus le délai dans lequel le candidat s'engage à livrer ses denrées alimentaires est restreint, meilleure sera sa note

Bien choisir les critères d'attribution

Critère environnemental

L'acheteur public peut insérer, parmi les critères d'attribution, un critère environnemental pour autant que celui-ci :

– soit lié à l'objet du marché,

– ne confère pas une liberté de choix illimitée au pouvoir adjudicateur,

– soit expressément mentionné dans l'avis de marché

Bien choisir les critères d'attribution

Critère additionnel : le coût du cycle de vie

L'impact environnemental du cycle de vie des produits renvoie à la notion d'empreinte écologique.

A toutes les étapes de la vie d'un produit, les impacts sur l'environnement peuvent être plus ou moins importants

Plusieurs rapports de la Commission européenne visent à encourager les achats publics de produits dont le coût environnemental est faible.

Un critère d'attribution inédit dans le cadre de la réglementation des marchés publics

- Pas de jurisprudence se prononçant sur le caractère licite de ce critère
- Mais le PA peut prévoir n'importe quel critère de choix des offres tant que celui-ci est non discriminatoire et lié à l'objet du marché.

Bien choisir les critères d'attribution

Limite de ce critère : difficile à mettre en oeuvre dans la pratique car il n'existe pas de référentiel ACV pour les denrées alimentaires.

➡ Nécessité pour les acheteurs de dégager une méthode fiable et non discriminatoire de calcul du coût du cycle de vie.

Pondération des critères d'attribution

- Le prix n'est pas un critère d'attribution obligatoire

- La pondération devra être déterminée lors de la rédaction des avis d'appel public à la concurrence.

- La pondération à hauteur de 45% du critère environnemental a été reconnue licite par la jurisprudence européenne.

- Tout produit dont les performances seront supérieures au niveau minimal requis pourra recevoir des points supplémentaires dont il sera tenu compte dans la phase d'attribution.

Des outils de contrôle

- Evaluer
- Se doter d’outils de contrôle = notamment important lors d’une gestion concédée en restauration collective.

Quelques repères sur la restauration collective bio

Quelques chiffres …

- En France : Plus de 900 000 repas **100 % bio**,
  - Plus de 8 millions de **repas mixtes**,
  - Des volumes multipliés par 10 en moins de 5 ans…
  - Mais toujours : 0,16 % de la restauration collective totale,

    0,5 % de la restauration collective scolaire.

- En Rhône-Alpes : Plus de 300 établissements concernés, principalement scolaires (dont 40 lycées pilotes)

- 26 % des 3 - 18 ans ont déjà mangé bio en restauration scolaire,
- 78 % des parents dont les enfants n’ont jamais mangé bio à la cantine le souhaiteraient,
- 39 % des actifs aimeraient se voir proposer des produits bio dans leurs restaurants d’entreprises,
- 36 % des établissements de la restauration collective déclarent proposer des produits bio, ne serait-ce que de temps en temps dans leurs menus,
- 71 % des restaurants collectifs ont déclaré avoir l’intention de maintenir ou d’introduire des produits bio dans leurs repas d’ici 2012.

Source : Baromètre Agence Bio 2008 + Etude CSA/Gressard/Agence Bio 2009

Des textes incitatifs

- Circulaire du 2 mai 2008 relative à l'exemplarité de l'Etat en matière d'utilisation de produits issus de l'AB dans la restauration collective. Objectif de 15 % de denrées issues de l'AB d'ici 2010 et de 20 % en 2012
- Circulaire du 3 décembre 2008 concernant l'exemplarité de l'Etat en matière de développement durable : reprend ces objectifs dans la fiche 5 « alimentation »

Les clefs de réussite

- Etablir un **projet global** et un **travail d'équipe** : concertation et préparation,

- Faire le choix d'une **progressivité** et d'une **régularité**

- **Diagnostiquer ses atouts et contraintes** ; poser ses objectifs , évaluer ses capacités

- **Prendre connaissance de la filière bio locale** : adaptation du menu à l'offre,

Les clefs de réussite

- **Modifier ses pratiques d'achats :** délai de commande plus long, relation différente au fournisseur (planification des besoins…), budget et coût matière…

- **Modifier ses pratiques de cuisine :** choix de produits basiques, respect de la saisonnalité, mode de cuisson, introduction de nouvelles denrées, revoir la composition des menus, privilégier les produits frais, s'appuyer sur le PNNS et le GEMRCN,

- **Informer et sensibiliser** les convives,

- **Evaluer**, accepter les risques de l'expérimentation.

La problématique du prix

- Le surcoût est une notion relative : quelle référence de prix choisissons nous ?
- En conventionnel, le prix réel est biaisé : dépollution des eaux et aides PAC sont payées par le consommateur mais indirectement !
- La production bio est plus coûteuse : plus de main d'œuvre, rendements moins élevés, contrôles payants obligatoires à tous les niveaux, moins de subventions, peu d'économies d'échelles pour : transport, transformation, distribution et intrants bio.

La problématique du prix

- **Composition du coût d'un repas pour l'établissement :**

Coût des matières premières + Coût de la livraison +	Coût matière 50 %
Coût de gestion + Coût du personnel + Coûts structurels du restaurant	Coût structurel 50 %

- **Coût matière :**

Pour un coût matière de l'ordre de 30 à 50 % du prix total
et un surcoût en bio de 10 %
⇒ Augmentation du prix total de 3,5 % à 5 %

En conventionnel de 1 à 2,5 € / repas
En bio de 1,86 € (protéines végétales) à 2,52 € (100g viande)
En bio sans mise en pratique des recommandations : 3 à 5 €

La problématique du prix

- 39 % des français estiment normal que les produits bio coûtent plus cher : ils se déclarent prêts à payer 12 % plus cher.
- 14 % des établissements scolaires ayant introduit des produits bio ne constatent pas de surcoût.
- Parmi les 86 % qui ont constaté un surcoût : 60 % ont cherché à le réduire, limitant celui-ci à 16 % en moyenne
- Les 60 % ayant cherché à limiter le surcoût ont :
  - Limité le gaspillage 67 %,
  - Remplacé certains produits par d'autres moins couteux 60 %,
  - Optimisé les frais de logistique 44 %,
  - Formé le personnel 31 %,
  - Réduit le grammage 24 %.

Source : Etude CSA/Gressard/Agence Bio-2009

➔ Modification des pratiques et volonté politique

Des outils pour agir

- *Bon Appétit*, l'actualité des repas bio en Rhône-Alpes,
- Un annuaire des fournisseurs bio,

- Des exemples de cahiers des charges pour la passation de vos marchés,
- Un guide pédagogique pour sensibiliser les convives,
- Des formations à destination du personnel de services et de cuisine,
- Et bientôt un guide pour agir…

Un accompagnement individualisé et/ou collectif

- Appui méthodologique auprès des restaurants,
- Développement et structuration d'un approvisionnement adapté,
- Accompagnement des responsables des achats et des cuisiniers,
- Conseil sur la rédaction des marchés,
- Actions éducatives et animations auprès des convives.