



# Guide de l'achat public équitable



61, rue de la Chapelle  
75018 PARIS, Boîte n°4  
Tel : 01 42 09 05 53  
[www.commerceequitable.org](http://www.commerceequitable.org)

*ARF*

Association des Régions de France

282, boulevard Saint Germain  
75007 Paris  
Tel : 01 45 55 82 48  
[www.arf.asso.fr](http://www.arf.asso.fr)

## Sommaire

Introduction 1

Pourquoi engager sa collectivité en faveur du commerce équitable ? 2

Le commerce équitable 3

La mise en place d'un cadre réglementaire sur le commerce équitable 4

Le cadre juridique 5

Les articles du code des marchés publics favorables au développement durable 6

Modalités de mise en œuvre 7

Quelle forme de marché privilégier ? 8

Rédiger les éléments du marché 9

Tableaux récapitulatifs 10

Les produits disponibles 11

Ressources documentaires 12

# 1/ Introduction



Lors du Sommet Mondial sur le Développement Durable (Johannesburg – 2002), les collectivités locales françaises se sont engagées, dans une déclaration commune, à assumer un rôle de premier plan dans la promotion du développement durable.

Dans ce cadre, la commande publique représente, en raison des montants financiers mobilisés (évalués à plus de 9% du PIB) et de la grande diversité de produits et services proposés, une opportunité intéressante pour traduire concrètement les notions de responsabilité sociale et environnementale prônées par les collectivités locales.

Nombre d'entre-elles, soutenues par l'Etat qui a publié en 2007 un Plan national d'action pour les achats publics durables, ont ainsi engagé une réflexion sur leurs politiques d'achats et amorcé dans les faits certaines pratiques innovantes.

Proposant un mode de relation commerciale plus juste, le commerce équitable participe à la construction d'équilibres mondiaux durables. Dans cette optique, de nombreuses collectivités s'impliquent aujourd'hui en faveur du commerce équitable par :

- la signature de campagnes nationales,
- l'information de leurs agents et de la population sur les dysfonctionnements du commerce international,
- l'intégration de critères de commerce équitable dans leur commande publique,
- et le soutien économique aux acteurs du secteur.

Au-delà de ces premiers engagements, l'enjeu consiste aujourd'hui à systématiser ces démarches pour évoluer d'une consommation ponctuelle à une consommation régulière. Dans cette optique, les collectivités expriment d'ailleurs un besoin d'accompagnement pour réformer leurs pratiques d'achats.

Afin de répondre à ces attentes, l'Association des Régions de France et la Plate-Forme pour le Commerce Équitable ont souhaité proposer aux collectivités un guide de l'achat public équitable. Véritable outil pratique, ces fiches visent à faciliter les démarches des collectivités locales, en leur transmettant, à partir de l'analyse des pratiques et expériences, des conseils et références leur permettant de passer de l'engagement politique à la mise en œuvre concrète d'une commande publique équitable.

M. Alain Rousset  
Président de l'Association  
des Régions de France

M. Georges d'Andlau  
Président de la Plate-Forme  
pour le Commerce Équitable

## 2/ Pourquoi engager sa collectivité en faveur du commerce équitable ?



Au-delà du strict acte d'achat de produits équitables, l'engagement d'une collectivité locale dans une démarche de commerce équitable, qu'elle soit Nord-Sud ou Nord-Nord, peut s'incarner de façon transversale dans ses diverses compétences : développement économique, aménagement du territoire, éducation, formation, coopération décentralisée... C'est en agissant sur tous ces leviers et en s'inscrivant dans une véritable politique transversale, que cette politique produira le maximum d'effets sur le moyen terme. Elle s'inscrit dans l'engagement plus général des collectivités locales en faveur du développement durable.

Plusieurs clés d'entrée peuvent ainsi être mobilisées par les collectivités locales en fonction de leurs propres compétences.

### Contribuer à la structuration économique du commerce équitable

Régions, départements, intercommunalités et communes s'impliquent tous à leur niveaux et selon leurs compétences respectives dans des politiques de développement économique. Dans ce cadre, celles-ci peuvent jouer un rôle de catalyseur en accompagnant les entreprises de commerce équitable par différents types d'actions :

- une prise en compte des problématiques de commerce équitable dans la mise en oeuvre des schémas régionaux de développement économique ;
- des aides financières directes (prime régionale à l'emploi, création d'entreprises, prêts et avances à taux bonifiés) ou indirectes (garantie d'emprunt aux entreprises, exonération de la taxe professionnelle) aux entreprises de commerce équitable ;
- un accompagnement à la création d'entreprises de commerce équitable ;
- une formation des entrepreneurs ;
- une stratégie de filières dans leurs territoires, permettant d'organiser les circuits de distribution et de professionnaliser les acteurs.

### Favoriser le développement de filières via la coopération décentralisée

Les collectivités locales possèdent un savoir faire indéniable en terme de stratégie économique et de développement local. En mobilisant l'expertise des acteurs ou entreprises installés sur leurs territoires, elles peuvent contribuer, grâce à leurs actions de coopération décentralisée, au renforcement de certaines filières de production artisanale ou industrielle dans les pays du Sud, dans une démarche de commerce équitable, qui encourage un respect de l'environnement dans les modes de productions et préserve un tissu socio-économique diversifié. Au-delà, les collectivités, en tant qu'institutions responsables, peuvent agir, notamment auprès des entreprises sises dans leurs territoires, pour introduire plus d'équité dans les relations commerciales internationales.

## Améliorer l'adéquation entre l'offre et la demande

Faire progresser le commerce équitable suppose de faire se rencontrer une offre souvent diffuse et atomisée avec une demande encore peu formalisée et tâtonnante. Par leurs capacités de mobilisation des acteurs, tant publics que privés, les collectivités locales disposent des leviers d'action pour effectuer ce rapprochement entre offre et demande.



## Encourager la sensibilisation et l'information de différents publics

Les collectivités locales ont l'opportunité de mettre en œuvre un projet socio-éducatif en accord avec leurs engagements sur le développement durable. Elles peuvent dans cette optique :

- soutenir les actions de sensibilisation menées par les acteurs du territoire (organisations de commerce équitable, bibliothèques, MJC, centres sociaux...) ;
- appuyer l'organisation d'événements (colloques, salons...), ou la création et diffusion d'outils pédagogiques (exposition, affiches, manuels...);
- sensibiliser les élèves, collégiens, lycéens : régions, départements et communes sont responsables de l'organisation d'activités éducatives, sportives et culturelles dans les locaux scolaires qu'ils gèrent (lycées, collèges, écoles primaires).

A ce titre, ils peuvent faciliter les projets pédagogiques des enseignants, en finançant notamment les interventions en milieu scolaire des organisations d'éducation au commerce équitable ou d'éducation à la consommation responsable.

## S'impliquer dans une démarche d'achat public équitable

La commande publique apparaît comme une opportunité favorable pour le commerce équitable. Déclinant au niveau des collectivités le principe « d'État exemplaire » inscrit dans la Stratégie Nationale du Développement Durable, et s'appuyant sur le Plan National d'Action pour des Achats Publics Durables, la prise en compte, par les collectivités locales, de critères de commerce équitable dans la commande publique peut en effet jouer un rôle de levier économique indispensable au développement des filières de l'achat public équitable.

Les collectivités locales contribuent ainsi à la structuration d'un marché émergent, et favorisent la mise en adéquation entre l'offre et la demande. Elles peuvent par conséquent :

- formaliser leurs pratiques d'achat de produits équitable,
- encourager un engagement d'autres collectivités (participation à des réseaux d'échanges d'expériences, constitution de groupement d'achats),
- inciter, grâce à leurs volumes d'achat, l'adaptation des fournisseurs aux spécificités de l'achat collectif.





## 3/ Le commerce équitable



### Une réponse aux déséquilibres de l'économie mondiale

L'organisation actuelle du commerce international se caractérise principalement par des relations commerciales déséquilibrées entre le Nord et le Sud, entre de grands groupes transnationaux et des producteurs désavantagés, qui se voient imposer les prix et les conditions de l'échange. L'injustice qui découle de ces transactions participe à une inégalité sans cesse croissante entre les pays industrialisés et les pays en développement. Alors que le commerce pourrait jouer un rôle de catalyseur du développement humain, les politiques commerciales actuelles s'avèrent incapables de réduire les inégalités, et privent les pays en développement d'accès aux opportunités commerciales, au détriment principalement des communautés de producteurs d'Afrique, d'Asie et d'Amérique latine.

**Face à ce constat, l'objectif du commerce équitable est de permettre aux producteurs et aux consommateurs de vivre leur dignité et leur autonomie, en retrouvant la maîtrise et le sens de leurs actes.**

### Le défi du commerce équitable

« Le commerce équitable est un partenariat commercial, basé sur le dialogue, la transparence et le respect, qui vise plus d'équité dans le commerce international. Il contribue au développement durable en proposant de meilleures conditions commerciales aux producteurs marginalisés, spécialement dans le Sud, et en sécurisant leurs droits. »

(FINE — 2001)<sup>1</sup>

En instaurant un système d'échanges entre le Nord et le Sud respectueux des droits de l'Homme et de l'environnement, le commerce équitable constitue une réponse concrète aux difficultés croissantes des populations les plus pauvres, et s'articule autour des principes suivants :

- assurer une **juste rémunération** du travail des producteurs et des artisans les plus défavorisés, leur permettant de satisfaire leurs besoins élémentaires : santé, éducation, logement, protection sociale,
- garantir le **respect des droits fondamentaux** des personnes (refus de l'exploitation des enfants, de l'esclavage...),
- instaurer des **relations durables** entre partenaires économiques,
- favoriser la **préservation de l'environnement** par l'usage limité d'engrais chimiques, de pesticides et l'interdiction d'OGM,
- proposer des **produits de qualité**.

<sup>1</sup>. Mouvement éclectique, le commerce équitable implique une grande diversité d'acteurs. Partageant des objectifs convergents, quatre fédérations internationales représentant la majorité des organisations de commerce équitable (FLO, IFAT, NEWS, EFTA, regroupées sous l'acronyme FINE) ont reconnu en 2001 une définition du commerce équitable, articulée autour d'engagements communs et d'objectifs détaillés.



## Une alternative sortie de la marginalité

Longtemps confidentiel, le commerce équitable touche aujourd'hui un public plus large. Corollaire de l'émergence de la consommation responsable, il apporte en effet une réponse concrète aux attentes de « consom'acteurs » citoyens et militants pour qui l'acte d'achat revêt une dimension politique.

Dans ce contexte récent de foisonnement des initiatives (création de nouvelles filières, diversification des produits concernés, nouveaux réseaux de distribution...), ce développement se traduit par une augmentation des points de vente (près de 250 points de vente spécialisés), des volumes de produits vendus et du nombre de références disponibles pour les consommateurs publics et privés. Ainsi, outre les produits artisanaux et alimentaires, le commerce équitable concerne également les cosmétiques, le textile et les services avec l'organisation de voyages équitables et solidaires.

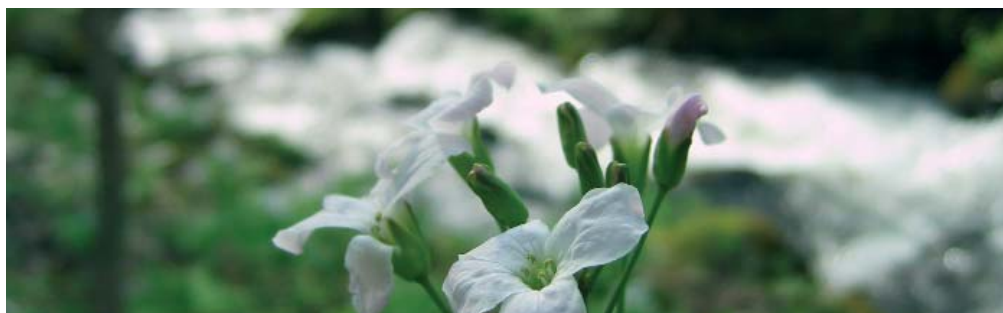


## De l'équité dans les échanges de proximité :

### **vers un commerce équitable Nord - Nord ?**

S'il s'est structuré à l'aune du commerce international, le commerce équitable connaît actuellement une mutation qui amène ses acteurs à élargir leur périmètre d'intervention, et à se positionner dans des débats sur l'équité des échanges dans un cadre plus local de commerce Nord-Nord.

Prônant en effet une démarche de cohérence globale, certaines organisations de commerce équitable revendiquent une approche globale de l'équité et déplorent une dégradation des termes de l'échange qui concerne aussi bien les producteurs du Sud que leurs homologues du Nord. Dans ce contexte, elles souhaitent notamment valoriser une agriculture locale responsable qui réponde aux enjeux du développement durable de viabilité économique, de respect de l'environnement et de maintien du tissu social.



## 4/ La mise en place d'un cadre réglementaire sur le commerce équitable.

### Vers une reconnaissance officielle des pouvoirs publics.



Il n'existait jusqu'en 2005 aucun texte réglementaire ou normatif sur le commerce équitable. Dès 2002, les pouvoirs publics ont cependant engagé un processus de concertation afin de renforcer les garanties du commerce équitable.

#### L'accord AFNor.

Confié à l'AFNor (Agence Française de Normalisation), ce travail a abouti en janvier 2006 à la publication de l'accord AC X50-340 « les critères applicables à la démarche de commerce équitable ». Document à caractère informatif, cet accord n'engage que ses signataires et n'a pas de valeur normative. Il détermine le commerce équitable sous trois aspects :

- « ● l'équilibre de la relation commerciale ;  
 ● l'accompagnement des organisations de producteurs et de travailleurs ;  
 ● l'information et la sensibilisation du consommateur, et plus globalement du public, au commerce équitable ».

#### Une première référence légale du commerce équitable :

l'article 60 de la loi 2005 - 882 du 2 août 2005 en faveur des petites et moyennes entreprises.

*« Le commerce équitable s'inscrit dans la stratégie nationale de développement durable. »*

*Au sein des activités du commerce, de l'artisanat et des services, le commerce équitable organise des échanges de biens et de services entre des pays développés et des producteurs désavantagés situés dans des pays en développement. Ce commerce vise à l'établissement de relations durables ayant pour effet d'assurer le progrès économique et social de ces producteurs.*

*Les personnes physiques ou morales qui veillent au respect des conditions définies ci-dessus sont reconnues par une commission dont la composition, les compétences et les critères de reconnaissance des personnes précitées sont définis par décret en Conseil d'Etat. »*



## Décret no 2007-986 du 15 mai 2007

Signé pour l'application de l'article 60 de la loi no 2005-882 du 2 août 2005 en faveur des petites et moyennes entreprises et relatif à la reconnaissance des personnes veillant au respect des conditions du commerce équitable.



Ce texte définit les modalités de création d'une Commission Nationale du Commerce Équitable (CNCE), « chargée d'accorder une reconnaissance aux personnes qui veillent au respect, par les organismes se prévalant de leur participation à des échanges de biens et services entrant dans le champ du commerce équitable, des conditions mentionnées à l'article 60 de la loi susvisée ». Il s'agit donc d'un cadre non contraignant de reconnaissance d'organismes à même de délivrer une garantie à des opérateurs commerciaux de commerce équitable.

La plupart des acteurs du commerce équitable français se réjouissent de la mise en place de ce cadre légal et appellent de leurs vœux la constitution rapide de la Commission.

En novembre 2007, la CNCE, dont la création reste suspendue à une décision du Conseil d'Etat, n'a cependant pas encore été constituée.

*Ce cadre réglementaire concerne le commerce équitable dans son approche originelle d'échanges entre les pays du Nord et les pays du Sud. Secteur émergent, la consommation responsable, privilégiant une proximité dans les échanges locaux, ne dispose à ce jour d'aucune réglementation particulière.*

## Une résolution du Parlement Européen

Si la France apparaît comme un véritable pionnier pour avoir légiféré sur le commerce équitable, la réglementation du commerce équitable fait également débat au niveau international.

En juin 2006, le Parlement Européen a ainsi voté une résolution dont l'article 1 « exhorte la Commission à publier une recommandation sur le commerce équitable, reconnaissant qu'un acte législatif non contraignant constitue la formule appropriée au stade actuel et qu'il n'entraînerait pas le risque d'une sur-réglementation... ». Ce texte reconnaît par ailleurs dans ses articles 22 et 23, le rôle des collectivités locales qui sont « invitées à incorporer des critères ressortissant au commerce équitable dans leurs politiques de mise en concurrence publique et de marchés publics (...) et à accorder, dans leurs appels d'offres, une attention particulière aux articles issus du commerce équitable ».

## Des travaux en cours à l'ISO

L'ISO, organisme international de normalisation, a entrepris en 2007, sur l'impulsion d'associations de consommateurs, d'évaluer la faisabilité d'une norme internationale sur le commerce équitable.

## Conseils pour les collectivités locales

Dans l'attente de la constitution de la Commission Nationale de Commerce Équitable, les collectivités locales se trouvent parfois démunies, face à une grande diversité des mécanismes de garantie, pour s'impliquer de façon résolue dans une démarche d'achat public équitable. Conscients de ces difficultés engendrées par un manque d'homogénéité entre les systèmes de commerce équitable, plusieurs organisations dont la Plate-Forme pour le Commerce Équitable, ou des acteurs implantés dans leurs territoires, ont pour mission d'accompagner les collectivités dans leur réflexion et de les guider vers l'offre de commerce équitable la mieux adaptée à leurs attentes.

## 5/ Le cadre juridique



### Un impératif : le respect du Code des Marchés Publics

Dès le premier euro d'achat, les collectivités publiques sont soumises au respect du Code des Marchés Publics et de ses trois grands principes :

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

### Un code des marchés publics favorable au développement durable

Entré en vigueur en septembre 2006, le nouveau code des marchés publics offre un cadre juridique explicitement favorable au développement durable. Ses articles 5, 6, 14, 45, 50 et 53 permettent en effet au pouvoir adjudicateur de privilégier des critères de développement durable dans ses procédures d'appel d'offres.

S'il cite explicitement le développement durable, le code des marchés publics ne mentionne pas le commerce équitable. Les collectivités locales peuvent toutefois s'appuyer sur la problématique du développement durable, dont le commerce équitable décline les trois dimensions fondamentales (développement social, développement économique et protection de l'environnement), pour justifier leur engagement.

### **L'achat public équitable ne rencontre pas d'impossibilité juridique.**

Les collectivités locales sont ainsi libres de privilégier l'achat de produits issus du commerce équitable, dans la mesure où elles respectent le Code des Marchés Publics.

### Privilégier des produits locaux au travers de la commande publique ?

Si la collectivité locale peut explicitement demander des produits biologiques ou équitables définis par des éco-labels reconnus, la mention « produits locaux » n'est pas autorisée. En vertu du principe d'égalité de traitement des candidats, toute préférence géographique, directe ou indirecte, est interdite. Chaque fournisseur doit bénéficier, quelle que soit son origine géographique, des mêmes chances et d'un même traitement pour son offre. Tout écart peut donner lieu à un « délit de favoritisme », réprimé par le code pénal.

Néanmoins, la collectivité peut s'appuyer sur les **caractéristiques des produits** qu'elle souhaite acquérir, ou rechercher des fournisseurs à même d'assurer la **fraîcheur** des produits (par une durée limitée entre la production et la consommation). Enfin, elle peut également utiliser le **critère de coût global d'utilisation** (notion en lien avec le développement durable).

Parallèlement, il est très important de veiller à ce que le marché public mis en place puisse être accessible aux fournisseurs locaux et qu'ils ne soient pas défavorisés par rapport à des opérateurs économiques de grande envergure. La procédure et la forme de marché choisis seront déterminantes à ce sujet.

# Glossaire



- **Critères de sélection :** critères permettant au pouvoir adjudicateur de contrôler les capacités techniques des candidats à répondre aux contraintes imposées par le marché (notamment pour les mesures de gestion environnementales ou sociales).
- **Conditions d'exécution :** conditions liées à l'objet du marché (mais ne correspondant pas au marché lui-même) qui s'imposent au candidat dès lors qu'il a été retenu dans le cadre de la consultation. Ces conditions 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.
- **Critères d'attribution :** critères permettant de sélectionner le candidat qui aura présenté l'offre la plus avantageuse économiquement, fondée non plus seulement sur le prix mais entre autres sur le coût global d'utilisation (prenant en compte les performances sociales et environnementales).
- **Eco-label :** label attribué à un produit ou un acteur accordé par une organisation certifiante, garantissant que le produit concerné est susceptible de réduire certains impacts négatifs sur l'environnement.
- **Marché public :** contrat administratif conclu à titre onéreux passé avec des personnes publiques ou privées et qui répond aux besoins de l'administration ou des collectivités locales en matière de fournitures, services et travaux.
- **Pouvoir adjudicateur :** organisme soumis au code des marchés publics (services de l'Etat, collectivités locales, organisations de droit public...) pour ses procédures d'achat.
- **Règlement de consultation :** descriptif des caractéristiques d'un marché public qui détermine les conditions d'envoi et de jugement des offres.
- **Spécifications techniques :** prescriptions techniques contenues dans le cahier des charges qui définissent les caractéristiques requises d'un produit ou d'une fourniture permettant de les caractériser objectivement. Les exigences environnementales du pouvoir adjudicateur sont des spécifications techniques.
- **Variante :** proposition alternative à la solution de base retenue dans le cahier des charges, qui doit être prévue dans le règlement de consultation et l'avis d'appel public à la concurrence.

## 6/ Les articles du Code des Marchés Publics favorables au développement durable



### Article 5

« La nature et l'étendue des besoins à satisfaire sont déterminées avec précision avant tout appel à la concurrence ou toute négociation non précédée d'un appel à la concurrence en prenant en compte des objectifs de développement durable. Le ou les marchés ou accords-cadres conclus par l'entité adjudicatrice ont pour objet exclusif de répondre à ces besoins. (...) »

L'article 5 fait explicitement (et de façon nouvelle) obligation au pouvoir adjudicateur de prendre en compte le développement durable lors de la définition de ses besoins. Dès cette première étape, le pouvoir adjudicateur doit s'interroger sur les possibilités d'intégrer des exigences en termes d'environnement, de conditions de travail et de production, de rémunération des fournisseurs et de coût global de l'achat.

### Article 6

« Les prestations qui font l'objet d'un marché ou d'un accord-cadre sont définies, dans les documents de la consultation, par des spécifications techniques formulées (...) en termes de performances ou d'exigences fonctionnelles. Celles-ci sont suffisamment précises pour permettre aux candidats de connaître exactement l'objet du marché et à l'entité adjudicatrice d'attribuer le marché. Elles peuvent inclure des **caractéristiques environnementales** (...) »

Lorsque les performances ou les exigences fonctionnelles (...) comportent des **caractéristiques environnementales**, celles-ci peuvent être définies par référence à tout ou partie d'un **éco-label** pour autant :

- 1° que cet éco-label soit approprié pour définir les caractéristiques des fournitures ou des prestations faisant l'objet du marché ;
- 2° que les mentions figurant dans l'éco-label aient été établies sur la base d'une information scientifique ;
- 3° que l'éco-label ait fait l'objet d'une procédure d'adoption à laquelle ont participé des représentants des organismes gouvernementaux, des consommateurs, des fabricants, des distributeurs et des organisations de protection de l'environnement ;
- 4° que l'éco-label soit accessible à toutes les parties intéressées (...) ».

Le pouvoir adjudicateur peut définir des spécifications techniques, concernant des exigences environnementales, dans les documents de la consultation. Il pourra notamment se référer aux éco-labels attribués par des organismes indépendants et établis par les pouvoirs publics en concertation avec les parties intéressées telles que les distributeurs et industriels, les associations de consommateurs et de protection de l'environnement.

### Article 14

« Les conditions d'exécution d'un marché ou d'un accord-cadre 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 ».

Le pouvoir adjudicateur peut introduire des conditions d'exécutions environnementales dans l'avis d'appel public à la concurrence ou dans le règlement de consultation. Ces conditions ne doivent cependant pas avoir d'effet discriminatoire.

Les obligations environnementales imposées par le pouvoir adjudicateur doivent être respectées par le titulaire du marché quel qu'il soit.

Exemples de mise en oeuvre de l'article 14 : produits issus du commerce équitable, livraison/emballage en vrac plutôt qu'en petit conditionnement, livraison des marchandises dans des conteneurs réutilisables, collecte et recyclage des déchets produits...

## Article 45

« I. — L'entité adjudicatrice ne peut exiger des candidats que des renseignements ou documents permettant d'évaluer leur expérience, leurs capacités professionnelles, techniques et financières ainsi que des documents relatifs aux pouvoirs des personnes habilitées à les engager. (...) »

II. — L'entité adjudicatrice peut demander aux opérateurs économiques qu'ils produisent des certificats de qualité. Ces certificats, délivrés par des organismes indépendants, sont fondés sur les normes européennes. Pour les marchés qui le justifient, l'entité adjudicatrice peut exiger la production de certificats, établis par des organismes indépendants, et attestant leur capacité à exécuter le marché. Pour les marchés de travaux et de services dont l'exécution implique la mise en oeuvre de mesures de **gestion environnementale**, ces certificats sont fondés sur le système communautaire de management environnemental et d'audit (EMAS) ou sur les normes européennes ou internationales de gestion environnementale. Dans les cas prévus aux trois alinéas précédents, **l'entité adjudicatrice** accepte tout moyen de preuve équivalent ainsi que les certificats équivalents d'organismes établis dans d'autres États membres (...) »

Les acheteurs publics sont autorisés à examiner le savoir-faire des candidats en matière de protection de l'environnement au travers de l'appréciation de leurs capacités techniques dès lorsqu'elles sont directement reliées à l'objet du marché.

## Article 50

« Lorsque l'entité adjudicatrice se fonde sur plusieurs critères pour attribuer le marché, elle peut autoriser les candidats à présenter des variantes (...) Les documents de la consultation mentionnent les exigences minimales que les variantes doivent respecter ainsi que les modalités de leur présentation. (...) Les variantes sont proposées avec l'offre de base. »

La possibilité de présenter des variantes sur la protection de l'environnement dans les spécifications techniques laisse une plus grande latitude au pouvoir adjudicateur.

## Article 53

« Pour attribuer le marché au candidat qui a présenté l'offre économiquement la plus avantageuse, l'entité adjudicatrice se fonde (...) sur une pluralité de critères non discriminatoires et liés à l'objet du marché, notamment la qualité, le prix, 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, la rentabilité, le caractère innovant, le service après-vente et l'assistance technique, la date de livraison, le délai de livraison ou d'exécution. D'autres critères peuvent être pris en compte s'ils sont justifiés par l'objet du marché ... »

Les acheteurs publics peuvent faire peser le critère environnemental par rapport à l'ensemble des autres critères de choix de l'offre, à condition qu'il soit lié à l'objet du marché ou aux conditions d'exécution.





## 7/ Modalités de mise en œuvre



L'introduction de critères de commerce équitable dans les appels d'offres répond concrètement aux préoccupations des collectivités de concilier progrès social, protection de l'environnement, et développement économique. L'acheteur public est donc **en droit de souhaiter intégrer ces produits** et devra traduire ses attentes à tous les stades de la procédure.

Outre le Code des marchés publics, les collectivités peuvent également invoquer :

- la Charte de l'environnement, texte à valeur constitutionnelle, qui proclame, dans son article 6, que « *les politiques publiques doivent promouvoir un développement durable. (...) conciliant la protection et mise en valeur de l'environnement, le développement économique et le progrès social* » ;
- la volonté des pouvoirs publics français et européens, qui souhaitent encourager une commande publique durable ;
- ou un vote préalable en Conseil d'une délibération (engagement exécutoire) ou d'une motion – résolution (déclaration d'intention) exprimant l'engagement de la collectivité en faveur du commerce équitable.

### Initier la démarche

L'expérience montre qu'entreprendre une démarche de commande publique équitable nécessite l'adhésion au projet des élus mais également des agents de la collectivité, qui constituent de véritables leviers administratifs.

Il apparaît par conséquent indispensable de les associer et de les impliquer dans le projet en leur donnant des clés de compréhension du commerce équitable, afin notamment de répondre aux éventuelles contraintes qu'un changement de pratiques pourraient engendrer.

Une sensibilisation à ces problématiques lors d'événements phares (quinzaine du commerce équitable, semaine de la solidarité internationale..., ou en lien avec le calendrier de la collectivité) peut constituer un excellent préalable à une formation plus approfondie.

#### Rappel :

#### constitution d'un dossier d'appel d'offres :

##### ● **Le Règlement de Consultation (RC) :**

véritable règle du jeu du marché, il rappelle l'objet de la consultation, la durée, les critères d'attribution, et donne au candidat tous les éléments lui permettant de répondre.

##### ● **Le Cahier des Clauses Administratives Particulières (CCAP) :**

il définit les modalités administratives pour le marché sur toute sa durée.

##### ● **Le Cahier des Clauses Techniques Particulières (CCTP) :**

il consigne tous les éléments techniques relatifs à l'offre du marché.

## La procédure à suivre

### Les possibilités offertes par le Code des Marchés Publics (CMP)

Les marchés concernant les produits issus du **commerce équitable** ne présentent **pas de spécificité juridique**. Les diverses façons de mener un marché public sont applicables à ces marchés, aussi bien lors de la passation que de l'exécution.

#### Définition du besoin

Lors de la définition de l'objet du marché, la personne publique est libre de choisir ce qu'elle souhaite acquérir. Elle peut ainsi privilégier des considérations de développement durable, comme le commerce équitable, à condition que cela n'engendre pas de distorsion du marché.

Les spécifications techniques doivent néanmoins être mesurables. Elles serviront à évaluer la conformité des offres. Le respect de ces spécifications techniques peut s'effectuer en référence à des éco-labels. Dès lors, les soumissionnaires pourront apporter la preuve du respect des impératifs de commerce équitable par leur certification ou par tout autre moyen (auto-déclaration appuyée par un organisme de contrôle indépendant, dossier technique...).

#### Les conditions d'exécution

Mentionnées dans l'article 14 du Code des Marchés Publics, les conditions d'exécution interviennent pour la sélection des offres. Définies dans toutes les pièces du marché et notamment dans le CCTP pour les spécifications techniques des produits, elles permettent d'écarter les offres non conformes.

Afin de ne pas constituer d'entraves à la concurrence, il est recommandé de ne pas privilégier un mode de fonctionnement et de garantie unique (norme ou label) mais de toujours ouvrir le marché à une alternative équivalente.

#### Les critères de sélection

L'article 53 du CMP offre la possibilité d'intégrer dans les procédures d'appel d'offres des mesures en faveur de la protection de l'environnement ou de l'insertion professionnelle. D'autres critères comme le commerce équitable peuvent être rajoutés s'ils sont justifiés par l'objet du marché.

Inscrits dans le **règlement de consultation**, les critères de sélection permettent de sélectionner le candidat qui aura présenté l'offre économiquement la plus avantageuse, en se fondant sur divers critères, tels que les performances sociales et environnementales de l'offre, et non sur le simple prix.

Obligation faite au titulaire du marché, **les conditions d'exécutions (art. 14) apparaissent comme le moyen le plus efficace** pour imposer des critères de commerce équitable dans la commande publique.

**Les critères de sélection (art. 53) se révèlent moins pertinents**, car ils n'attribuent qu'une préférence relative (dépendante de la pondération retenue pour chaque critère) aux produits issus du commerce équitable. Un critère de sélection privilégiant le commerce équitable peut néanmoins permettre à la collectivité :

- si cela n'a pas été imposé dans les conditions d'exécution : d'acheter, en préférence des produits issus du commerce équitable, s'ils sont par ailleurs bien placés au niveau des autres critères.
- si cela est inscrit aussi dans les conditions d'exécution : de renforcer les atouts des produits issus du commerce équitable.



## 8/ Quelle forme de marché privilégier ?



Le marché peut être un marché spécifique de commerce équitable ou global (incluant à la fois des produits spécifiques et conventionnels), composé de différents lots. Le marché unique (comportant un seul lot) est désormais une exception et doit être justifié.

### Lots spécifiques

Dans le cadre d'un marché global, il est recommandé de privilégier des lots spécifiques pour les produits équitables et non des lots par familles de produits. Alors que les candidats doivent être en mesure de fournir la totalité du lot pour lequel ils postulent, les fournisseurs de produits équitables proposent fréquemment une gamme trop restreinte pour répondre à des lots par famille de produits. Constituer des lots spécifiques, adaptés aux caractéristiques des professionnels du secteur, facilite les possibilités de réponse des fournisseurs spécialisés de commerce équitable.

### Variantes

Si la réflexion de la collectivité en faveur du commerce équitable n'a pas encore abouti, l'adjudicateur peut inciter les candidats à formuler des variantes intégrant des produits issus du commerce équitable. Compléments de l'offre de base, les variantes doivent être précisées dans l'avis du marché, et dans le CCAP. Si la collectivité omet d'ouvrir la possibilité de variantes dans un marché, une proposition de variante proposée spontanément par un fournisseur ne pourrait être retenue.

### Marchés à bons de commande

Si l'acheteur public n'est pas en mesure de connaître précisément les quantités à commander et le rythme de ses consommations, il peut recourir à un marché (alloté ou non) exécuté par bons de commande successifs. Dans le cadre d'un marché initial, des bons de commande sont émis au gré des besoins. Cette forme de marché, définissant pour chaque lot un minimum et un maximum de commandes (en montant et en volume) est la plus communément employée pour l'achat de denrées alimentaires.

Le nouveau Code des Marchés Publics (2006) autorise l'adjudicateur à s'adresser à un autre prestataire pour un maximum de 10 000 euros HT et représentant moins de 1% du marché. Cette opportunité peut permettre à la collectivité de s'adresser ponctuellement à de nouveaux fournisseurs pour initier sa démarche d'achat de produits équitables.

### Grouperements de commandes

Ils peuvent en raison des volumes de commandes jouer un rôle de levier intéressant, et avoir ainsi une incidence sur le coût des produits.

La forme de marché privilégiée par l'adjudicateur conditionnera les capacités de réponse des fournisseurs de produits issus du commerce équitable. Dans cette optique, il est préférable d'opter pour **un marché spécifique alloté**, ou, à défaut, pour un marché global composé de **lots spécifiques** en adéquation avec la réalité de la gamme de produits équitables disponibles. Par ailleurs, l'**autorisation explicite de variantes** donne une plus grande souplesse et ouvre la possibilité aux fournisseurs de présenter une offre plus intéressante et plus adaptée que l'offre de base.

## Des procédures adaptées à la réalité des marchés

| Montant HT du marché (en €) | Procédure                       | Publicité exigée                                                                                                                                                                                               |
|-----------------------------|---------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 0 à 4 000                   | Marché à procédure adaptée MAPA | La publicité et la mise en concurrence ne sont pas <b>obligatoires</b> .<br><i>possibilité d'acheter de gré à gré</i>                                                                                          |
| 4 001 à 90 000              | MAPA                            | Publicité <b>obligatoire</b> ,<br><b>mais libre et adaptée</b> en fonction des caractéristiques du marché si le marché est limité :<br><i>possibilité d'une simple consultation de 3 fournisseurs minimum.</i> |
| 90 001 à 210 000            | MAPA                            | Avis à publier dans le <b>BOAMP</b> (Bulletin Officiel des Annonces des Marchés Publics) <b>ou</b> dans un <b>journal d'annonces légales</b>                                                                   |
| 210 001 et plus             | Appel d'offre                   | Avis à publier au <b>JOUE</b> (Journal Officiel de l'Union Européenne) <b>et</b> dans le <b>BOAMP</b> .                                                                                                        |

En raison de leur souplesse de procédure (mise en concurrence restreinte), propice à une construction progressive du projet et à une meilleure implication de fournisseurs de produits issus du commerce équitable, **les marchés d'un montant inférieur à 4000 € HT, ou inférieur à 90 000 € HT pourront être privilégiés lors du lancement de la démarche.**

Lorsque le marché est attribué, la collectivité doit s'assurer du respect par son fournisseur des clauses concernant le commerce équitable qu'elle a inscrites dans son appel d'offre. En cas de transgression des attributaires du marché, la collectivité peut imposer des pénalités allant même jusqu'à la résiliation du marché à condition qu'elles soient au préalable mentionnées dans le règlement du marché.



## 9/ Rédiger les éléments du marché



### Le CCTP (Cahier des Clauses Techniques Particulières)

L'autorité adjudicatrice doit rédiger un CCTP pour chacun des lots du marché. Ces spécifications techniques sont en mesure d'exiger explicitement un type de produits et notamment la conformité à un éco-label.

Si le commerce équitable ne bénéficie pas aujourd'hui d'éco-label en tant que tel, il est toutefois possible, au regard de l'article 14 du Code des Marchés Publics, d'exiger dans les spécifications techniques que les produits recherchés répondent aux critères de commerce équitable définis par les organisations internationales de type FLO (Fairtrade Labelling Organisation), IFAT (International Federation of Alternative Trade) ou équivalent.

En l'absence de cadre réglementaire reconnu par la majorité des organisations de commerce équitable, les collectivités ne peuvent favoriser un type de garantie particulière. Dans l'esprit du Code des Marchés Publics, elles sont donc tenues de prendre en considération la diversité de pratiques du secteur, suggérée par l'expression « ou équivalent ». Par contre, l'adjudicateur est en droit d'exiger du candidat de fournir la preuve d'équivalence de la garantie qu'il propose.

En outre, il apparaît également primordial de prendre en compte dans les spécifications techniques annexes, les spécificités structurelles de l'offre existante en commerce équitable. Dans cette optique, certaines pièces techniques du marché peuvent être adaptées sur différents points:

- le conditionnement des produits;
- les caractéristiques de produits (qui peuvent nécessiter un temps de préparation supplémentaire);
- les délais de commande permettant aux fournisseurs de s'organiser et de répondre sereinement aux attentes de la collectivité.

### Le règlement de consultation

Dans un souci de transparence et de contrôle, l'introduction de critères de commerce équitable dans la commande publique doit être **précisée et justifiée dans toutes les pièces** du marché, notamment dans le règlement de consultation.

#### Formulation de l'objet

La formulation est librement déterminée par l'adjudicateur. Elle doit cependant afficher clairement les objectifs du marché.

#### Exemples:

- pour un marché spécifique, il semble indispensable d'affirmer clairement l'objet: « fourniture de denrées alimentaires issues du commerce équitable »;
- pour un marché global alloti, il est préférable de préciser l'existence des lots à la suite de l'objet principal : « marché contenant des lots de produits issus du commerce équitable ».

#### Mention et justification des conditions d'exécution

En présence de lots spécifiques, le règlement de consultation doit motiver le choix du critère d'exécution. Il peut, dans cette optique, être fait référence à des objectifs à caractère environnemental et social.



#### **Exemple de formulation pour les produits issus du commerce équitable :**

« Compte tenu de la volonté du gouvernement français de favoriser le développement d'un commerce équitable avec l'Article 60 de la loi n°2005-882 du 2 août 2005, qui en donne une définition légale, la collectivité..., ayant voté une motion (une délibération ou une résolution) en faveur du commerce équitable, souhaite participer au développement des filières équitables et au développement durable dans le cadre de ses marchés publics de denrées alimentaires. Pour ce faire, un critère d'exécution du marché vise à promouvoir le commerce équitable : les lots x,y,z, devront respecter les règles du commerce équitable telles que définies par les organisations internationales concernées (IFAT- International Fédération for International Trade, ou FLO- Fairtrade labelling Organisations), ou équivalent ».



#### **Exemple de formulation pour les produits locaux**

« Suite à l'adoption de la Charte de l'environnement et aux possibilités ouvertes par le Code des marchés publics (art. 14), la collectivité... souhaite intégrer dans ses marchés publics de fournitures de denrées alimentaires des clauses sociales et environnementales en faveur d'un développement durable. Pour ce faire, une condition d'exécution du marché vise à promouvoir la protection de l'environnement : les lots x,y,z à fournir devront être issus d'un mode d'agriculture limitant l'utilisation d'intrants et permettant un maintien sur les territoires d'un nombre important d'exploitations. »

#### **Utilisation des critères de sélection**

L'insertion de critères de sélection liés au développement durable se révèle particulièrement utile lorsqu'aucune condition d'exécution n'est imposée.

Le Code des Marchés Publics reconnaît en effet aux collectivités la possibilité d'acheter en ne se basant plus uniquement sur le prix mais sur plusieurs critères, qui doivent cependant être objectifs, mesurables et directement liés à l'objet du marché. Il est donc important de bien spécifier le lien au développement durable (et à son corollaire le commerce équitable) dans l'objet du marché: le règlement de consultation.

La pondération établie entre les critères par l'adjudicateur sera par ailleurs primordiale pour déterminer les critères de l'offre la plus économiquement avantageuse. Le facteur prix, argumentant en faveur de l'offre la moins-disante, ne doit ainsi pas s'imposer par rapport à d'autres critères non discriminatoires liés à l'objet du marché (qualité, valeur technique, fonctionnalité, environnement...).

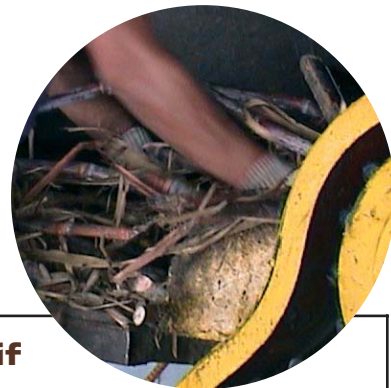
Exemple de pondération : qualité du produit (35 %), qualité du service (25 %), mode de production (20 %), prix (10 %), traçabilité (10 %).

Enfin, à l'instar des conditions d'exécution, l'adjudicateur est tenu de motiver le choix de son critère environnemental dans le règlement de consultation.

#### **Exemple de formulation :**

« Suite à l'adoption de la Charte de l'environnement et aux possibilités ouvertes par le Code des Marchés Publics (art. 53), la collectivité... souhaite contribuer à la promotion du développement durable dans ses marchés publics de fourniture de denrées alimentaires. Pour ce faire, un critère relatif aux performances de l'offre en matière de protection de l'environnement est adopté. Il sera apprécié en fonction des caractéristiques environnementales du mode de production des denrées alimentaires contenues dans les offres. Une pondération de 20 % lui est affectée. »

# 10/ Mettre en œuvre une démarche d'achat public équitable :



## Les éléments clefs favorisant l'intégration dans la commande publique de produits issus du commerce équitable ou de l'agriculture locale



Tableau récapitulatif

|                                                                       | Commerce équitable                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Agriculture locale                                                                                                                                    |
|-----------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Définition de la demande</b>                                       | Privilégier l'introduction <b>régulière</b> de quelques produits au gré du renouvellement des marchés de la collectivité.                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                       |
| <b>Procédure du marché</b>                                            | Privilégier des marchés inférieurs à <b>90 000 € HT</b> en adaptant la publicité aux enjeux du marché.<br>Les marchés inférieurs à <b>4 000 € HT</b> offrent une très grande souplesse pour initier la démarche.<br>En cas de marché à bons de commande, il est possible de faire appel à un autre fournisseur dans la limite de <b>10 000 € HT et 1 %</b> du marché. |                                                                                                                                                       |
| <b>Type de marché</b>                                                 | Création de lots spécifiques commerce équitable avec autorisation de variantes.                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Création de lots spécifiques avec autorisation de variantes.                                                                                          |
| <b>Rédaction du CCTP (conditions d'exécution - art. 14)</b>           | Demander des « produits respectant les critères internationaux du <b>commerce équitable</b> définis les organisations internationales telles que <b>FLO</b> (Fairtrade Labelling Organisation), <b>IFAT</b> (The International Fair Trade Association) <b>ou équivalent</b> ».                                                                                        |                                                                                                                                                       |
| <b>Spécifications techniques</b>                                      | Exiger des caractéristiques qualitatives favorables à ces produits.                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                       |
| <b>Spécifications annexes</b>                                         | Prendre en compte les spécificités de ces produits (quantité adaptée, type emballage, délai de commande...).                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                       |
| <b>Règlement de consultation<br/>Formulation de l'objet du marché</b> | <b>Afficher clairement le type de produits demandés</b> en lien avec la forme de marché.<br>Exemple : « marché spécifique de restauration contenant des produits issus du commerce équitable et respectant les principes du développement durable ».                                                                                                                  |                                                                                                                                                       |
| <b>Justification</b>                                                  | Justifier la démarche de la collectivité en faveur de problématiques de développement durable.                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                       |
| <b>Critères de sélection</b>                                          | <b>Le prix ne doit pas avoir le poids le plus important.</b><br>Préférer une pondération plus importante pour la qualité sociale et environnementale.                                                                                                                                                                                                                 | <b>Le prix ne doit pas avoir le poids le plus important.</b><br>Préférer une pondération plus importante pour la qualité et l'aspect environnemental. |

# 11/ Les produits disponibles



La gamme de produits équitables disponible pour les acheteurs collectifs s'étoffe continuellement. Essentiellement concentrée sur l'alimentaire, elle ne cesse de s'adapter aux attentes spécifiques de l'achat collectif, comme en témoigne notamment l'apparition de produits textiles et d'objets promotionnels, et même de services avec le tourisme.

Au-delà de leur fonction commerciale, les fournisseurs de produits issus du commerce équitable peuvent accompagner les collectivités dans leur démarche de sensibilisation des usagers en mettant à leur disposition des outils d'information adaptés (expositions, sets de table, kits pédagogiques...).

| Familles de produits                          | Produits                                      | Gamme disponible pour l'achat collectif                                                                                                                                                                                                 |
|-----------------------------------------------|-----------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Produits issus du commerce équitable</b>   |                                               |                                                                                                                                                                                                                                         |
| Alimentaire                                   | Cacao                                         | Tablettes de chocolat, napolitains, cacao en poudre, boisson chocolatée, distribution automatique...                                                                                                                                    |
|                                               | Riz, céréales et légumineuses                 | Riz blanc, riz thaï, riz rouge, riz nacré, riz jasmin, quinoa                                                                                                                                                                           |
|                                               | Café                                          | Café en grain, café moulu, café soluble, café doses, distribution automatique                                                                                                                                                           |
|                                               | Fruits et jus de fruits                       | Fruits frais (banane, mangue, ananas), fruits secs (datte, mangue, banane, ananas), fruits confits, desserts (compote, purée de fruits), jus de fruits (agrumes, fruits tropicaux...), confitures, boissons en distribution automatique |
|                                               | Sucre                                         | Sucre blanc, sucre roux, sucre brun cristal non raffiné, sucre en poudre, sucre en morceaux, confiserie (bonbons)                                                                                                                       |
|                                               | Thé                                           | Thé en vrac, infusions ...                                                                                                                                                                                                              |
|                                               | Produits composés                             | Biscuits (palets, cookies, croquants...)                                                                                                                                                                                                |
|                                               | Traiteurs                                     | Pauses café, cocktails, cocktails dînatoires et buffets avec des produits équitables ou locaux.                                                                                                                                         |
| Textile                                       | Coton                                         | Vêtements de travail, vêtements imprimés au logo de la collectivité, tee-shirts promotionnels, sacs ou mallettes, coton hydrophile...                                                                                                   |
| Artisanat                                     | Cadeaux et objets promotionnels               | Papeterie, accessoires de bureaux, décoration, arts de la table, jouets...                                                                                                                                                              |
|                                               | Mobilier                                      | Bureaux, tables, chaises, fauteuils                                                                                                                                                                                                     |
| Services                                      | Tourisme                                      | Voyages organisés à destination des comités d'action sociale et des comités d'entreprise de collectivités locales.                                                                                                                      |
| <b>Produits issus de l'agriculture locale</b> |                                               |                                                                                                                                                                                                                                         |
| Alimentaire                                   | Fruits, légumes, viande, fromage, boissons... |                                                                                                                                                                                                                                         |

**Plus d'information sur les produits disponibles :**

[www.commerceequitable.org](http://www.commerceequitable.org)



[www.achatspublicsequitables.com](http://www.achatspublicsequitables.com)

## 12/ Ressources documentaires



### Commerce équitable

- *Le commerce équitable et ses acteurs en 40 mots. Petit glossaire, fiche PFCE* (2006)
- *La Charte pour le commerce équitable, PFCE* (2006)
- *Memento 2006 : étude comparée de différents systèmes de garantie — qualité, PFCE* (2006)
- *Les systèmes de garantie du commerce équitable. Comment s'y retrouver et comment distinguer le vrai du faux ?* fiche PFCE (2006)

### Réglementation

- *Le commerce équitable: 40 propositions pour soutenir son développement*, rapport du Député Antoine Herth (2005)
- *Avis n° 06-A-07 du 22 mars 2006 relatif à l'examen au regard des règles de concurrence des modalités de fonctionnement de la filière commerce équitable en France*, Conseil de la Concurrence (2006)
- *Accord ACX 50-340 : les critères applicables à la démarche de commerce équitable*, AFNOR (2006) :
- *Décret relatif à la reconnaissance des personnes veillant au respect des conditions du commerce équitable*, Ministère des PME (2007)

### Commande publique durable

- *Plan national d'action pour des achats publics durables*, Ministère de l'Écologie, du Développement et de l'Aménagement durables (2007)
- *Buy fair — a guide to the public purchasing of Fair Trade products*, ICLEI (2006)
- *Guide de l'achat public responsable*, CARPE (2005)
- *Guide de l'achat éthique pour les acheteurs publics*, Collectif de l'Éthique sur l'Étiquette (2004)
- *Guide de l'achat public éco-responsable*, Groupement Permanent d'Études des Marchés Développement Durable (2004)

### Sur Internet

#### Les fédérations internationales de commerce équitables

FLO : [www.fairtrade.net](http://www.fairtrade.net)

IFAT : [www.ifat.org](http://www.ifat.org)

NEWS : [www.worldshops.org](http://www.worldshops.org)

EFTA : [www.european-fair-trade-association.org](http://www.european-fair-trade-association.org)

#### Quelques acteurs en France

Artisans du Monde : [www.artisansdumonde.org](http://www.artisansdumonde.org)

Fair Place : [www.fairplace.fr](http://www.fairplace.fr)

Max Havelaar France : [www.maxhavelaarfrance.org](http://www.maxhavelaarfrance.org)

MINGA : [www.minga.net](http://www.minga.net)

Plate-Forme pour le Commerce Équitable : [www.commerceequitable.org](http://www.commerceequitable.org)

#### Commande publique durable :

Un site Internet sur le commerce équitable et la commande publique

[www.achatspublicsequitables.com](http://www.achatspublicsequitables.com)

Portail d'échanges de collectivités commande public et développement durable:

[www.achatsresponsables.com](http://www.achatsresponsables.com)

Nous remercions les photographes pour l'utilisation des photos illustrant les fiches et la pochette.  
Ces photos proviennent d'organisations de commerce équitable, d'Internet (libres de droits) et de Mado.



## Sommaire

### Fiches d'expériences

Des produits équitables servis dans les réceptions et les prestations des traiteurs **A**

L'introduction de produits équitables dans la restauration municipale **B**

Le textile **C**

La distribution automatique **D**

Cadeaux de fin d'année et objets promotionnels **E**

Produits issus de l'agriculture locale **F**

D'autres pistes d'actions pour les collectivités locales **G**

### Analyse des pratiques

Tableau récapitulatif de l'achat public équitable **H**

L'offre est-elle en adéquation avec la demande ? **I**

Comment diminuer les surcoûts ? **J**

Comment limiter les risques de marché infructueux ? **K**

Comment engager la collectivité locale dans une démarche d'achat public équitable ? **L**

Faut-il mettre en œuvre des procédures de suivi et de contrôle ? **M**

Conclusion **N**

# A/ Des produits équitables servis dans les réceptions et les prestations des traiteurs

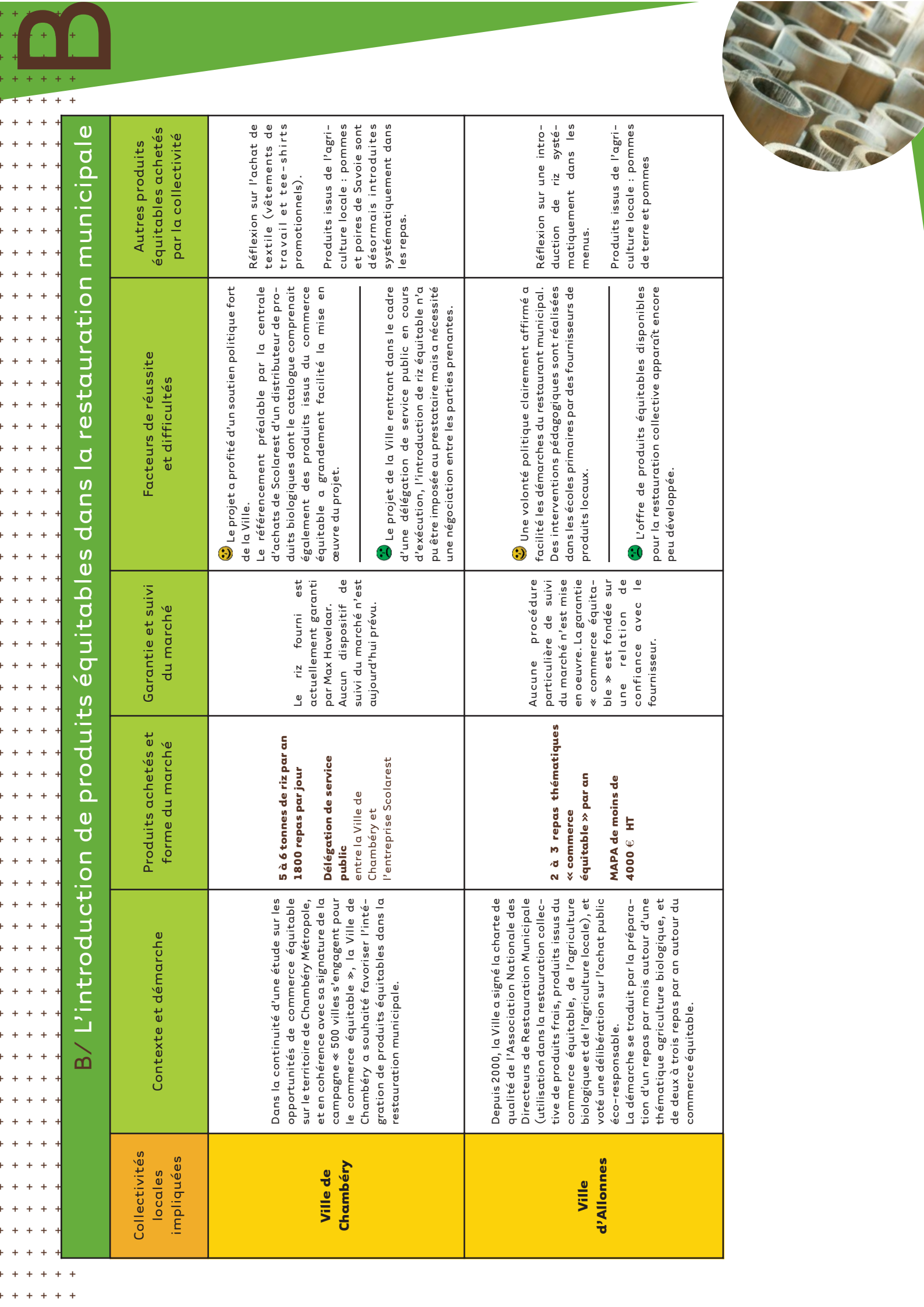
| Collectivités locales impliquées | Contexte et démarche                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Produits achetés et forme du marché                                                                                            | Garantie et suivi du marché                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Facteurs de réussite et difficultés                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Autres produits équitables achetés par la collectivité                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|----------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Ville de Lyon                    | Le projet est une application du plan d'action « économie sociale et solidaire - consommation responsable ». Dans ce cadre, la Ville de Lyon a signé en 2002 la campagne « 500 villes s'engagent pour le commerce équitable ».<br>Un groupe de travail inter-services a été constitué en lien avec des acteurs du commerce équitable (Artisans du Monde, Equi'Sol). Ce groupe de travail a sensibilisé à l'achat public équitable les différents services et a identifié comme marché pilote le marché des traiteurs, renouvelé en mai 2005, comme un marché test.                                                                                                                            | <b>Intégralité du café et jus de fruits servis dans le cadre du marché des traiteurs</b><br><br><b>Appel d'offres</b>          | Article 3.4 du CCTP<br>Les produits du commerce équitable doivent être commercialisés suivant les règles du commerce équitable définies par les organisations internationales concernées (IFAT et FLO). La conformité de ces règles devra être garantie par une organisation indépendante (Max Havelaar ou équivalent).<br><br>La Ville de Lyon a souhaité mettre en œuvre un dispositif de suivi et de communication sur ses achats de produits de commerce équitable. A l'issue d'une consultation, Equi'Sol a été sélectionné pour la réalisation de ce projet. | 😊 Forte implication de la délégation Économie Sociale et Solidaire (élue et chargée de projets) Implication de la direction des achats.<br>Intérêt et réactivité des traiteurs.<br><br>😞 Le caractère pionnier de la démarche a nécessité une sensibilisation en amont des différents agents.<br>La reconstruction de la Direction des achats à la Ville de Lyon a ralenti la mise en œuvre du suivi de ce marché.                                                                                                      | Réflexion sur la restauration scolaire et le textile.<br><br>Produits issus de l'agriculture biologique servis dans la restauration scolaire.                                                                                                                                                                                                                              |
| Ville de Nantes                  | L'engagement de la Ville de Nantes en faveur du commerce équitable s'inscrit dans le cadre d'une politique d'achats responsables.<br>Dans ce cadre, la Ville a signé en 2005 la campagne « 500 villes s'engagent pour le commerce équitable ».<br>La mise en œuvre de l'achat public équitable par la Ville est conditionnée par les résultats d'une étude de faisabilité financière et technique préalable à chaque marché (caractéristiques techniques, qualité, conditionnement, logistique...). Après arbitrage, l'exigence d'un produit labellisé « commerce équitable » est intégrée dans les cahiers des charges en s'appuyant notamment sur l'article 14 du Code des Marchés Publics. | <b>Denrées alimentaires (boissons : café, thé, chocolat, jus d'orange...)</b><br><br><b>MAPA</b><br><b>20 000 euros par an</b> | Le label (Fair Trade, Max Havelaar...) est présent sur les produits ou leur emballage ce qui permet le contrôle. De plus, la chaîne de production est explicitée dans l'offre afin de connaître le producteur, les étapes de fabrication et de distribution. Une piste est en cours de réflexion sur la mise en valeur de l'utilisation de la prime de développement et donc l'impact positif local généré par la labellisation.                                                                                                                                   | 😞 Une volonté politique forte doublée d'une mise en œuvre pragmatique.<br>Participation à des réseaux d'échanges d'expériences (Réseau Grand Ouest, Eurocités).<br><br>😞 Identification de l'offre disponible. Adéquation par rapport aux besoins et incidence financière du commerce équitable.<br>Si l'offre s'identifie par les canaux habituels du sourcing (contacts directs, Internet, réseaux d'échanges...), l'activité de veille se révèle compliquée car les distributeurs restent encore trop confidentiels. | Textile<br><br>Réflexion sur des ballons de sport<br><br>Produits de l'agriculture biologique (notamment lait 98 000 litres/an, et légumes de 4ème gamme) servis dans la restauration scolaire<br><br>Partenariat avec les artisans boulangers : assistance à la réponse aux marchés. 70% des achats de pain proviennent des boulangers de quartier (90 000 euros environ) |

# Des produits équitables servis dans les réceptions et les prestations des traiteurs

| Collectivités locales impliquées   | Contexte et démarche                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Produits achetés et forme du marché                                                      | Garantie et suivi du marché                                                                                                                                                                                                                                                      | Facteurs de réussite et difficultés                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Autres produits équitables achetés par la collectivité                                                                                                                                                 |
|------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Ville de Tours</b></p>       | <p>Le projet s'inscrit dans une démarche d'achat éco-responsable pour laquelle le Conseil municipal a voté une délibération.</p> <p>La réflexion sur le commerce équitable, concrétisée par la signature de la campagne "500 villes s'engagent", est animée par le Chef de Cabinet en lien avec un agent du service des marchés.</p> <p>L'introduction de critères de commerce équitable est évaluée au cas par cas, au gré des renouvellements des marchés.</p> <p>Après une période d'achat hors marché, l'ensemble des boissons chaudes et des jus de fruits font l'objet d'un marché spécifique sur le commerce équitable.</p> | <p><b>Boissons chaudes et jus de fruits</b></p> <p><b>MAPA de moins de 4000 € HT</b></p> | <p>La garantie est assurée par la présence sur les produits du label Max Havelaar. Aucune procédure de contrôle particulière n'est mise en œuvre par la collectivité.</p>                                                                                                        | <p>😊 La notoriété actuelle du commerce équitable conditionne l'implication des collectivités locales et l'adhésion des élus. La complémentarité entre les démarches de consommation responsable et de commerce équitable permet d'impliquer dans le projet une diversité d'acteurs et apporte des éléments de réponses aux critiques.</p> <hr/> <p>👤 Malgré une volonté politique clairement affirmée, l'adhésion des services n'est pas toujours systématique. Aucune formation ou campagne d'information spécifique n'ayant été effectuée, quelques a priori par rapport au commerce équitable ont du être dépassés. Le surcoût des produits issus du commerce équitable représente également un frein indéniable.</p> | <p>Réflexion sur les cadeaux de fin d'année et le textile</p> <p>Recherche de complémentarité entre achat de commerce équitable et achat de produits issus de l'agriculture locale (jus de pommes)</p> |
| <p><b>Région Pays de Loire</b></p> | <p>La Région Pays de Loire a voté en 2006 une délibération en faveur d'une commande publique durable. Une lettre de mission a désigné un élu « délégué pour la commande publique durable ».</p> <p>Les agents du service des marchés publics formés à cette problématique évaluent pour tous les marchés supérieurs à 90 000 € HT la faisabilité d'une intégration de critères de développement durable dans la commande publique. La Région participe également au Réseau Grand Ouest sur la commande publique durable.</p>                                                                                                       | <p><b>Jus de fruits, café, sucre</b></p> <p><b>MAPA de moins de 4000 € HT</b></p>        | <p>Aucune procédure particulière de suivi du marché n'est prévue par la collectivité. Le commerce équitable est mentionné dans l'appel à propositions de la Région. La garantie « commerce équitable » est ensuite fondée sur une relation de confiance avec le fournisseur.</p> | <p>😊 S'agissant d'achats « en direct », les services de la Région identifient l'offre et les fournisseurs disponibles par une veille technique.</p> <hr/> <p>👤 Les principales difficultés rencontrées portent surtout sur une inadéquation entre les spécificités de la demande et les possibilités de l'offre. Les fournisseurs de commerce équitable ne semblent pas toujours être en mesure de répondre promptement aux attentes des collectivités, et dans un cadre régional de répondre sur l'intégralité du territoire.</p>                                                                                                                                                                                       | <p>Réflexion pour l'intégration de produits issus du commerce équitable via la constitution de groupe-ment d'achats entre lycées.</p>                                                                  |

Autres collectivités proposant des produits issus du commerce équitable dans les réceptions et prestations des traiteurs :

**Conseil Général de l'Essonne** (café, thé, sucre), **Communauté urbaine de Dunkerque** (café), **Région Poitou Charentes** (prestations traiteurs), **Ville d'Orléans**, **Ville d'Angers** (jus de fruits et biscuits), **Ville de Chambéry** (jus de fruits), **Ville de Limoges** (jus de fruits, chocolats, biscuits, café), **Ville de Poitiers** (prestations traiteurs)



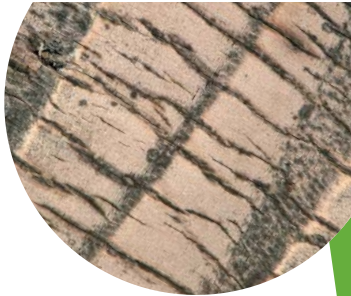
## B/ L'introduction de produits équitables dans la restauration municipale

| Collectivités locales impliquées | Contexte et démarche                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Produits achetés et forme du marché                                                                                                                                | Garantie et suivi du marché                                                                                                                                            | Facteurs de réussite et difficultés                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Autres produits équitables achetés par la collectivité                                                                                                                                                                      |
|----------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Ville de Chambéry                | Dans la continuité d'une étude sur les opportunités de commerce équitable sur le territoire de Chambéry Métropole, et en cohérence avec sa signature de la campagne « 500 villes s'engagent pour le commerce équitable », la Ville de Chambéry a souhaité favoriser l'intégration de produits équitables dans la restauration municipale.                                                                                                                                                                                              | <b>5 à 6 tonnes de riz par an</b><br><b>1800 repas par jour</b><br><br><b>Délégation de service public</b><br>entre la Ville de Chambéry et l'entreprise Scolarest | Le riz fourni est actuellement garanti par Max Havelaar. Aucun dispositif de suivi du marché n'est aujourd'hui prévu.                                                  | <div>😞 Le projet a profité d'un soutien politique fort de la Ville.<br/>Le référencement préalable par la centrale d'achats de Scolarest d'un distributeur de produits biologiques dont le catalogue comprenait également des produits issus du commerce équitable a grandement facilité la mise en œuvre du projet.</div> <div>😞 Le projet de la Ville rentrant dans le cadre d'une délégation de service public en cours d'exécution, l'introduction de riz équitable n'a pu être imposée au prestataire mais a nécessité une négociation entre les parties prenantes.</div> | Réflexion sur l'achat de textile (vêtements de travail et tee-shirts promotionnels).<br><br>Produits issus de l'agriculture locale : pommes et poires de Savoie sont désormais introduites systématiquement dans les repas. |
| Ville d'Allonnes                 | Depuis 2000, la Ville a signé la charte de qualité de l'Association Nationale des Directeurs de Restauration Municipale (utilisation dans la restauration collective de produits frais, produits issus du commerce équitable, de l'agriculture biologique et de l'agriculture locale), et voté une délibération sur l'achat public éco-responsable.<br><br>La démarche se traduit par la préparation d'un repas par mois autour d'une thématique agriculture biologique, et de deux à trois repas par an autour du commerce équitable. | <b>2 à 3 repas thématiques</b><br><b>« commerce équitable » par an</b><br><br><b>MAPA de moins de 4000 € HT</b>                                                    | Aucune procédure particulière de suivi du marché n'est mise en œuvre. La garantie « commerce équitable » est fondée sur une relation de confiance avec le fournisseur. | <div>😊 Une volonté politique clairement affirmée a facilité les démarches du restaurant municipal. Des interventions pédagogiques sont réalisées dans les écoles primaires par des fournisseurs de produits locaux.</div> <div>😞 L'offre de produits équitables disponibles pour la restauration collective apparaît encore peu développée.</div>                                                                                                                                                                                                                              | Réflexion sur une introduction de riz systématiquement dans les menus.<br><br>Produits issus de l'agriculture locale : pommes de terre et pommes                                                                            |

# L'introduction de produits équitables dans la restauration municipale

| Collectivités locales impliquées | Contexte et démarche                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Produits achetés et forme du marché                                    | Garantie et suivi du marché                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Facteurs de réussite et difficultés                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Autres produits équitables achetés par la collectivité                                         |
|----------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Ville d'Annemasse</b></p>  | <p>En novembre 2005, le Conseil municipal a voté une délibération relative à la solidarité internationale, dans laquelle il s'engage dans une démarche d'achats éthiques.</p> <p>Le renouvellement en septembre 2006 du marché de restauration collective fut considéré comme une première opportunité d'intégration de produits équitables dans la commande publique.</p> <p>Un groupe de travail transversal s'est constitué pour réfléchir à l'intégration de produits équitables dans ce marché.</p> <p>Souhaitant limiter le risque d'un marché infructueux, une solution de base a été conservée à laquelle furent ajoutées deux variantes (1 repas commerce équitable par trimestre ou introduction quotidienne de produits équitables dans les repas).</p> | <p><b>1 repas thématique par trimestre</b></p> <p><b>Variantes</b></p> | <p>Article 3-1-4 du CCTP :<br/><i>Confection des plats dans le cadre du commerce équitable. Si la variante 1 ou la variante 2 est retenue par le groupement, le titulaire met en oeuvre les dispositions qui suivent relatives à la confection des plats dans le cadre du commerce équitable.</i></p> <p>L'achat équitable vise à établir un rapport juste entre les acteurs du commerce international, afin de :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• garantir au producteur marginalisé (en particulier dans le sud) une juste rémunération « lui assurant ainsi qu'à sa famille une existence conforme à la dignité humaine » selon l'article 23 de la Déclaration universelle des droits de l'Homme,</li> <li>• garantir le respect des droits sociaux fondamentaux des personnes ,</li> <li>• instaurer des relations durables entre partenaires économiques,</li> <li>• favoriser la préservation de l'environnement,</li> <li>• proposer aux consommateurs des produits de qualité.</li> </ul> <p>La commission "menu" est responsable du suivi du marché.</p> | <p>😊 Première démarche d'envergure d'introduction de produits équitables dans les achats de la ville.</p> <p>Volonté politique clairement exprimée.</p> <hr/> <p>😞 Les filières d'approvisionnement apparaissent encore peu structurées. Il n'a pas été possible d'obtenir des échantillons pour réaliser des tests et des échantillons lors de l'analyse des offres.</p> <p>Un faible nombre de candidats ont apporté des réponses satisfaisantes aux variantes commerce équitable.</p> | <p>Boissons chaudes et froides servies lors des réceptions</p> <p>Réflexion sur le textile</p> |

Autres collectivités impliquées dans la restauration collective et le commerce équitable :  
 Ville de Dunkerque, Ville de Villeneuve d'Ascq, Ville de Grande Synthe, Ville de Nantes.





## C/ Le textile

| Collectivités locales impliquées | Contexte et démarche                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Produits achetés et forme du marché                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Garantie et suivi du marché                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Facteurs de réussite et difficultés                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Autres produits équitables achetés par la collectivité                                                                                                                                                                   |
|----------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Ville d'Angers</b>            | La ville d'Angers affiche depuis 1992 un engagement en faveur du développement durable (adoption d'une charte pour l'écologie urbaine, adhésion à la charte d'Aalborg des villes durables, et lancement du projet « Angers Ville Durable »). Une mission juridique transversale « commande publique écoresponsable » a été constituée au sein de la Direction des Affaires Juridiques et de la Commande Publique. Cette mission travaille sur les différents volets du développement durable : clauses emploi-insertion et lots réservés (accès à l'emploi de personnes en difficultés et personnes handicapées), clauses environnementales, éthiques et commerce équitable. | <b>1000 à 1500 Tee-shirts par an (coton équitable et biologique).</b><br><b>MAPA simplifié pour lequel la Ville demande 5 devis à des fournisseurs.</b>                                                                                                                                                                                                                       | Les fournisseurs doivent appuyer leur garantie sur des labels précis (« ou équivalents ») qu'ils doivent être à même de justifier. Un travail d'accompagnement des fournisseurs, basé sur des critères de progrès évolutifs au fil des ans, peut être également mis en œuvre par les services de la Ville.<br>Les tee-shirts sont actuellement fournis par une société membre de la Plate-Forme pour le Commerce Équitable. |  La démarche de commande publique responsable bénéficie d'un soutien politique fort de l'équipe municipale.<br>Il n'existe pas d'obstacle juridique à l'intégration de produits équitables dans la commande publique.<br><hr/>  Le surcoût des produits (multiplié par quatre pour l'achat de tee-shirts) représente un frein essentiel à une généralisation de la démarche. Par ailleurs, l'offre n'est pas toujours disponible pour des quantités plus importantes. | Distribution automatique de café.<br>Boissons chaudes ou froides et biscuits servis lors des réceptions.<br>Cadeaux.<br><br>Réflexion sur la constitution d'un groupement d'achat autour du textile et de l'alimentaire. |
| <b>Région Rhône-Alpes</b>        | En octobre 2004, le Conseil régional a adopté un plan en faveur du commerce équitable décliné en 4 axes : appui aux producteurs, collectivités territoriales, appui à la structuration économique du commerce équitable, éducation et sensibilisation.<br>Le renouvellement du marché des objets promotionnels a permis à la direction de la communication de traduire dans sa démarche d'achat l'engagement politique de la collectivité. Rédigé par la direction de la communication et validé par la direction des affaires juridiques, le marché intègre le commerce équitable comme variante obligatoire.                                                               | <b>10 000 à 15 000 Tee-shirts par an</b> (coton équitable et biologique)<br><b> Variante obligatoire justifiée par l'article 14</b><br><b>Le prestataire devra s'assurer que la production de ces objets promotionnels soit réalisée en conformité avec les règles du commerce équitable (conformément au point 7.2 du Cahier des clauses administratives particulières).</b> | Le CCAP exige des produits conformes aux règles du commerce équitable définies par les organisations internationales concernées (IFAT - International Federation for International Trade, et FLO - Fairtrade Labeling Organizations).<br><br>Les tee-shirts achetés sont garantis par le label Bioéquitable.                                                                                                                |  Le surcoût des tee-shirts (4 fois supérieur au prix du marché conventionnel) a conditionné une modification du comportement de la collectivité. A budget constant, elle a décidé de réduire son volume de commande et de mieux cibler la distribution des tee-shirts promotionnels.<br><hr/>  Le manque de structuration de l'offre n'a permis qu'une mise en concurrence limitée.                                                                                 | Distribution automatique de café.<br><br>Réflexion sur l'achat de riz dans le restaurant d'entreprise de la Région.                                                                                                      |

**Autres collectivités impliquées dans l'achat de produits textile équitables : Ville de Nantes** (tee-shirts promotionnels pour la coupe du monde de rugby), **Ville de la Motte Servolex** (tee-shirts promotionnels et vêtements d'image pour les agents), **Ville du Havre** (vêtements de travail)  
**Des vêtements pour les agents d'entreprises publiques : La Poste** (350 000 articles en 2006), **la SNCF** (2000 chemises)

# D/ La distribution automatique

| Collectivités locales impliquées       | Contexte et démarche                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Produits achetés et forme du marché                                                                                                                   | Garantie et suivi du marché                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Facteurs de réussite et difficultés                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Autres produits équitables achetés par la collectivité                                                                                                                                                    |
|----------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Ville de Grenoble</b>               | <p>La Ville de Grenoble s'est engagée officiellement en 2003 en signant la campagne « 500 villes ». Durant la même période, le service Economie Solidaire s'impliquait dans la création du Réseau d'échanges d'expérience en Rhône Alpes sur la commande publique et le développement durable. Profitant du renouvellement en 2004 du marché « installation de distributeurs automatiques de boissons dans les divers équipements municipaux », le service Economie Solidaire a souhaité intégrer une offre de café issu du commerce équitable.</p> <p>L'objectif était de proposer le choix aux consommateurs entre un café équitable et un café conventionnel ; les deux produits étant au même prix (aussi bien pour le consommateur que pour la collectivité qui n'a assumé aucun surcoût). Le projet a évolué au fil des ans et les distributeurs ne proposent aujourd'hui plus que du café équitable.</p> | <p><b>18 distributeurs automatiques</b> de café équitable à l'attention de 3000 agents.</p> <p><b>Convention d'exploitation du domaine public</b></p> | <p>Article 2 du CCTP :<br/> <i>Clause spéciale pour le commerce équitable. Le fournisseur devra obligatoirement équiper toutes les machines de boissons chaudes de deux gammes de café :</i><br/>           - café issu du commerce équitable et labellisé comme tel.<br/>           - café ordinaire</p> <p>Le fournisseur indiquera dans le tableau d'offres le prix pour les deux types de café. Des affiches seront apposées aux abords des appareils pour informer les consommateurs du principe du commerce équitable (modalités à déterminer par la suite).<br/>           Le café proposé est garanti par Max Havelaar.</p> | <p>😊 Absence de surcoût pour le café équitable.<br/>           Bonne gestion du planning prévisionnel : la réflexion et la mise en oeuvre du projet ont commencé en 2003 pour un renouvellement du marché distribution automatique en 2004.</p> <hr/> <p>😞 Quelques réticences initiales se manifestèrent par une dégradation des supports de communication (affiches, autocollants). Ces difficultés furent surmontées par une sensibilisation des agents.</p>                                                                                                                                                                                                                | <p>Réflexion sur l'introduction de riz et de fruits frais en restauration collective.</p> <p>Réflexion sur le textile.</p>                                                                                |
| <b>Communauté Urbaine de Dunkerque</b> | <p>Depuis 1999, la Communauté urbaine de Dunkerque (CUD) est engagée dans une réflexion sur ses pratiques d'achats éco-responsables. Afin d'influencer la structuration de l'offre éco-responsable, élus et agents ont souhaité constituer un réseau d'échanges d'expériences entre collectivités du Nord Pas de Calais.</p> <p>En parallèle, la Communauté anime un groupe de travail réunissant 8 acheteurs publics, dont les villes de Dunkerque et de Grande Synthe (intégration de commerce équitable dans la restauration collective).</p> <p>Dans le cadre de cette démarche globale, la Communauté a également incité son Amicale du personnel à introduire du café équitable en distribution automatique.</p>                                                                                                                                                                                          | <p><b>Introduction de café équitable dans les distributeurs automatiques</b></p>                                                                      | <p>Le café proposé est garanti par Max Havelaar.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | <p>😊 Excellent fonctionnement du tandem élus-agents.<br/>           Création d'un partenariat entre la CUD et les organisations de commerce équitable installées sur le territoire.<br/>           Veille économique sur des aspects réglementaires et techniques du commerce équitable et sur les fournisseurs disponibles.<br/>           Par ailleurs, la CUD ne s'est pas découragée lors de ses échecs, et a su tirer les leçons de ses expériences pour contribuer à organiser les filières d'approvisionnement du commerce équitable.</p> <hr/> <p>😞 Manque de structuration des filières.<br/>           Marché de boissons équitables et biologiques infructueux.</p> | <p>Café servi lors des réceptions et réunions.<br/>           Jouets équitables offerts en fin d'année par l'Amicale du personnel.</p> <p>Produits issus de l'agriculture locale (fruits, bières...).</p> |

Autres collectivités ayant introduit du café équitable dans la distribution automatique :  
**Ville d'Angers, Ville de Niort, Région Rhône-Alpes, Conseil Général de l'Essonne**

## E/ Cadeaux de fin d'année et objets promotionnels

| Collectivités locales impliquées      | Contexte et démarche                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Produits achetés et forme du marché                                                                               | Garantie et suivi du marché                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Facteurs de réussite et difficultés                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Autres produits équitables achetés par la collectivité                                                                                                                           |
|---------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Région Nord<br/>Pas de Calais</b>  | <p>Dès 1998, le Conseil régional s'est engagé dans la promotion du « consommer éthique » en appuyant la démarche du collectif « De l'éthique sur l'étiquette ». Quatre délibérations ont été votées sur la démarche régionale de commande publique.</p> <p>Le projet est aujourd'hui porté par plusieurs élus.</p> <p>La DGS veille à la bonne application de la vocation politique et les divers responsables de la commande publique au sein de l'Institution sont chargés de mettre en œuvre cette volonté. 3 chargés de missions répartis dans les directions « Partenariats Internationaux et Régionaux », des « Achats et de la Commande Publique » et enfin du « Développement Durable, de la Prospective et de l'Évaluation » sont attentifs à la bonne intégration des clauses sociales et environnementales dans les différents marchés lancés par la collectivité et accompagnent les directions prescripteurs dans cette démarche.</p> | <p><b>1 lot « objets promotionnels issus du commerce équitable »</b></p> <p><b>Montant : 60 000 € en 2006</b></p> | <p>Il ne s'agit pour l'instant que de déclarations d'intention.</p> <p>Néanmoins, dans le cadre d'un groupement de commande créé en début 2007 sur l'achat de textile, de vêtement de travail, il est envisagé un audit externe sur l'origine et les garanties (éthiques et sociales) de ces achats textiles.</p> | <p>😊 Sensibilisation préalable des responsables de la commande publique. Veille économique et anticipation dans l'écriture des marchés.</p> <p>Participation à des réseaux d'échanges d'expériences.</p> <hr/> <p>😞 Manque de formation des acheteurs sur les produits équitables.</p> <p>Besoin d'accompagnement des directions de la région dans l'écriture de leurs marchés et l'analyse des offres.</p> | <p>Café</p> <p>Tee shirts</p> <p>Produits alimentaires</p> <p>Produits locaux</p> <p>« denrées alimentaires issues de traditions, de ressources ou de savoirs-faire locaux »</p> |
| <b>Ville de<br/>Villeneuve d'Ascq</b> | <p>La Ville de Villeneuve d'Ascq est engagée depuis 2003 dans une démarche de commande publique responsable. Un comité de pilotage politique présidé par le Maire et un groupe de travail opérationnel a dégagé trois axes de travail :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• environnement,</li> <li>• social</li> <li>• éthique — équitable.</li> </ul> <p>Chaque marché fait l'objet d'une étude d'opportunité portant sur les trois thématiques.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | <p><b>Cadeaux de fin d'année (bols décoratifs, épices, confitures...)</b></p>                                     | <p>Une procédure de suivi est systématiquement mise en œuvre pour vérifier le respect des prescriptions de la ville.</p>                                                                                                                                                                                          | <p>😊 Bonne préparation préalable du marché : veille économique, information des acteurs et des usagers.</p> <hr/> <p>😞 Offre encore peu développée et volumes disponibles insuffisants.</p>                                                                                                                                                                                                                 | <p>Restauration municipale</p>                                                                                                                                                   |

**Autres collectivités impliquées dans l'achat de cadeaux et objets promotionnels issus du commerce équitable :**

**Ville d'Orléans** (objets promotionnels), **Ville de Limoges** (cadeaux de fin d'année pour les personnes âgées), **Région Pays de Loire** (objets promotionnels), **Région Aquitaine** (achat de mallettes éco-responsables - en pneus recyclés - offertes lors des Entretiens de Margaux sur l'innovation).





## F/ Produits issus de l'agriculture locale

### Quelques collectivités impliquées dans l'achat de produits issus de l'agriculture locale :

**Communauté Urbaine de Dunkerque** (fruits et bières), **Région Basse Normandie** (valorisation des produits locaux dans la restauration collective des lycées), **Ville d'Allennes** (pommes et pommes de terre), **Ville de Tours** (jus de pommes), **Ville de Nantes** (produits biologiques : 98 000 litres/an, et légumes de 4<sup>ème</sup> gamme servis dans la restauration scolaire, achat de pain aux boulangers de quartier), **Région Nord Pas de Calais** (denrées alimentaires issues de traditions, de ressources ou de savoirs-faire locaux)

## G/ Au delà de l'achat public : D'autres pistes d'actions pour les collectivités locales

### Région Bretagne: un soutien au développement d'une filière de coton équitable et biologique en Afrique de l'Ouest.

La mise en œuvre d'un programme de coopération entre la Région Bretagne et l'UEMOA (Union Economique et Monétaire Ouest Africaine) poursuit trois objectifs :

- agir sur la demande : en incitant les industriels bretons à s'approvisionner en coton équitable et biologique d'Afrique de l'Ouest, et en mobilisant les différents circuits de commercialisation (commande publique, comités d'entreprise, organisations de commerce équitable) ;
- accompagner le développement d'une filière de coton équitable et biologique au Mali, en lien avec l'ONG Helvetas ;
- favoriser l'installation ou l'adaptation, en Afrique de l'Ouest, d'un outil de transformation industrielle.

### Région Nord Pas de Calais : un soutien à l'ouverture de boutiques de commerce équitable.

Un poste de chargé de mission commerce équitable a été créé pour mettre en œuvre la politique régionale de développement du commerce équitable : soutien aux réseaux d'acteurs régionaux, appui à la création de lieux de ventes, sensibilisation du grand public...

### Région Provence Alpes Côte d'Azur : appui à la structuration des acteurs

Soutien du pôle régional de commerce équitable et solidaire.

### Région Rhône-Alpes : un plan d'aide au commerce équitable.

Voté en 2004, ce plan s'articule sur 4 axes :

- appui aux producteurs (en lien avec les programmes de coopération décentralisée) ;
- collectivités territoriales (appui à la conception du site [www.achatspublicsequitables.com](http://www.achatspublicsequitables.com)) ;
- appui à la structuration économique du commerce équitable (soutien d'un projet d'appui à la création d'activités de commerce équitable) ;
- éducation et sensibilisation (soutien de la quinzaine du commerce équitable, soutien à la conception du site [www.educationequitable.com](http://www.educationequitable.com)).



# Analyse des pratiques



## H/ Tableau récapitulatif de l'achat public équitable

|                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|----------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Quelques exemples de collectivités engagées</b>                   | <p><b>Régions:</b><br/>Région Nord Pas de Calais, Région Basse Normandie, Région Pays de Loire, Région Poitou Charente, Région Rhône Alpes, Région Ile de France...</p> <p><b>Départements :</b><br/>Conseil Général de l'Essonne...</p> <p><b>Intercommunalités :</b><br/>Communauté Urbaine de Dunkerque, Plaine Commune...</p> <p><b>Municipalités :</b><br/>Ville d'Allonnes, Ville d'Angers, Ville d'Annemasse, Ville d'Aubagne, Ville de Chambéry, Ville de Grenoble, Ville de Issy les Moulineaux, Ville de La Motte Servolex, Ville de Lille, Ville de Limoges, Ville de Lyon, Ville de Nantes, Ville de Niort, Ville de Poitiers, Ville de Tours, Ville de Villeneuve d'Ascq, Ville d'Orléans, Ville du Havre...</p> <p><b>Comités d'action sociale ou comités d'entreprise :</b><br/>CAS d'Angers, d'Arcueil, d'Orléans, de Nantes, comité d'entreprise de la région Nord Pas de Calais...</p> |
| <b>Contexte dans lequel s'inscrit l'engagement des collectivités</b> | <p>L'achat public équitable s'effectue principalement dans le cadre de la mise en œuvre par les collectivités d'une politique de commande publique durable. Dans cette optique, les adjudicateurs se réfèrent aux engagements pris par la collectivité (agenda 21, vote d'une délibération ou d'un plan d'action, signature des campagnes « 500 villes s'engagent pour le commerce équitable » ou du Collectif de l'éthique sur l'étiquette).</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <b>Démarches mises en œuvre</b>                                      | <p>A de rares exceptions (gestion du dossier par le Cabinet, collaboration entre une direction technique et la direction des achats), des groupes de travail transversaux, constitués par les différents services concernés, sont chargés de la mise en œuvre du projet politique en faveur d'une commande publique durable.</p> <p>Afin d'éviter tout risque de marché infructueux, les collectivités effectuent quasi-systématiquement une veille économique sur la réalité de l'offre, dont les résultats conditionnent la forme du marché qu'elles choisiront.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| <b>Formes de marché privilégiées</b>                                 | <p>En raison de leur souplesse de procédures, les marchés à procédures adaptées (MAPA) de moins de 4000 € HT (principalement) ou de moins de 90 000 € HT sont privilégiés par les acheteurs.</p> <p>Malgré la souplesse qu'elles autorisent, les variantes ne sont que peu utilisées. Moins fréquemment et selon les particularités de leurs marchés, certaines collectivités s'appuient sur d'autres possibilités juridiques : appel d'offres, délégation de service public ou convention d'exploitation du domaine public.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |



|                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|--------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Les produits concernés</b>                          | Textile (tee-shirts promotionnels et vêtements de travail)<br>Boissons chaudes et froides (café, thé, jus) servies lors de réceptions<br>Distribution automatique de café<br>Restauration collective (utilisation systématique du riz dans les menus, préparation de repas thématiques de façon périodique)<br>Objets promotionnels<br>Produits issus de l'agriculture locale                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <b>Fréquence d'achat</b>                               | Dans la majorité des cas, les collectivités, encouragées par la souplesse de procédure des MAPA, effectuent des achats de produits équitables sur une base régulière. La fréquence d'achat apparaît cependant très difficile à estimer, restant conditionnée à l'activité et aux besoins de la collectivité.<br>A l'inverse, quelques collectivités adoptent des démarches beaucoup plus ponctuelles en achetant des produits équitables pour des événements particuliers (journée de sensibilisation, préparation de repas thématiques...)                                                                                                                                                                                                                                   |
| <b>Volume et montants financiers concernés</b>         | A l'exception d'exemples notoires, il apparaît difficile d'estimer, les volumes et montants concernés par l'achat public équitable, les collectivités ne prévoyant pas obligatoirement de procédure de suivi lors de la passation des marchés. La définition d'indicateurs précis et d'un dispositif de suivi détaillé dès la rédaction du marché permettrait pourtant aux différents acteurs du secteur de percevoir la réalité de l'achat public équitable.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <b>Garantie et mise en place de procédure de suivi</b> | En règle générale, les collectivités n'ont aucune possibilité de s'assurer du respect par leurs fournisseurs des critères de commerce équitable qu'elles imposent dans leurs marchés. Face à cette difficulté, plusieurs solutions coexistent : <ul style="list-style-type: none"> <li>• une relation de confiance entre la collectivité et son fournisseur,</li> <li>• la référence à des organisations de commerce équitable reconnues ou à des démarches équivalentes (à charge pour le fournisseur de démontrer cette équivalence),</li> <li>• plus rarement, la réalisation d'audit sur les filières de production.</li> </ul> Les garanties proposées par Max Havelaar et Yamana semblent toutefois satisfaire un grand nombre de collectivités et d'acheteurs publics. |
| <b>Facteurs de réussite</b>                            | La réussite du projet semble conditionnée à l'expression d'une volonté politique clairement exprimée par les élus, et relayée dans les services par des agents sensibilisés aux enjeux du commerce équitable.<br>Ce cadre de travail favorable semble plus propice à la préparation des marchés, notamment par une veille économique indispensable.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| <b>Difficultés</b>                                     | Le manque de structuration de l'offre (en terme notamment de volumes, délais de livraison et réactivité des fournisseurs), ainsi que le faible nombre de produits disponibles représentent les principaux facteurs limitants exprimés par les acheteurs publics par rapport au commerce équitable.<br>Le surcoût des produits apparaît également comme un frein important à une généralisation de la démarche.<br>Les collectivités locales doivent assumer le caractère précurseur de leurs démarches et adapter leurs procédures aux réalités du commerce équitable.                                                                                                                                                                                                        |



Emergente depuis plusieurs années, renforcée par les réformes du Code des Marchés Publics de 2004 mais surtout de 2006, la démarche d'intégration de critères de commerce équitable dans la commande publique rencontre un succès croissant auprès des collectivités et des organisations de commerce équitable.

Au-delà d'un intérêt réel affirmé par les protagonistes, l'analyse des pratiques de l'achat public équitable révèle cependant certaines particularités dues à la jeunesse d'un secteur en pleine évolution.

Afin d'éclairer les collectivités qui souhaitent s'engager dans une action en faveur d'une commande publique équitable, les fiches suivantes permettent d'enrichir la réflexion par une analyse préalable du potentiel et des capacités du secteur. Une bonne perception de la problématique favorisera ainsi l'engagement serein des collectivités et le succès de leurs démarches.

## I/ L'offre est-elle en adéquation avec la demande ?

### Un constat

Un grand nombre de collectivités, dont la Région Pays de Loire, déplore le manque de structuration de l'offre de produits équitables disponibles pour l'achat collectif. Les organisations de commerce équitable sont-elles en mesure de répondre aux attentes et impératifs des collectivités locales ?

### Éléments d'analyse

Au delà de l'intérêt qu'elles manifestent pour cet important marché, les organisations de commerce équitable ne semblent pas toujours en mesure de répondre aux spécificités de l'achat public. Ainsi, malgré les efforts qu'elles ont entrepris, certaines entraves subsistent. L'expérience de la Communauté Urbaine de Dunkerque (CUD) illustre d'ailleurs parfaitement les deux principaux points d'achoppement du secteur.

1. Les filières de commerce équitable ne semblent pas encore suffisamment organisées pour répondre aux marchés publics en termes de volume, de délais de livraison et de spécificité des produits. La CUD aurait ainsi connu quelques déboires de ruptures de stocks, de délais non tenus ou de caractéristiques particulières (notamment liées à la cuisson du riz).
2. Les circuits conventionnels de distribution ne proposent quasiment pas de produits équitables. Un marché pour un lot de boissons équitables et biologiques passé par la CUD est ainsi demeuré infructueux, faute de réponses des spécialistes de la distribution de boissons.

Réelles, ces difficultés ne doivent toutefois pas occulter les capacités d'innovation et d'adaptation démontrées par les fournisseurs de commerce équitable. Sur le plan logistique, le référencement récent de produits équitables par des grossistes-distributeurs spécialistes de la restauration collective illustre la professionnalisation en cours de la chaîne d'approvisionnement. D'autre part, les gammes de produits évoluent pour répondre aux attentes des acheteurs collectifs, comme en témoigne l'amélioration du conditionnement du riz passé de sachets de 500 grammes à des paquets de 5 kg.

### Pistes d'action pour les collectivités locales

- Assumer le caractère pionnier de la démarche d'achat public équitable.
- Contribuer à la structuration des filières en adaptant les procédures aux réalités du commerce équitable.
- Anticiper les besoins de la collectivité sur le long terme et permettre ainsi aux fournisseurs d'organiser leurs filières en conséquence.
- Inciter les grossistes-distributeurs conventionnels à proposer dans leurs prestations des produits équitables.

### Pistes d'action pour les organisations de commerce équitable

- Poursuivre l'adaptation des conditionnements pour répondre au mieux aux exigences des acheteurs publics. La question se pose notamment au sujet du calibrage des fruits.
- Reconnaître les spécificités de certains produits et accompagner leur utilisation lorsqu'elle diffère des habitudes de préparation. Ce besoin se fait par exemple ressentir pour les riz et quinoa qui mériteraient d'être accompagnés par des formations in situ des cuisiniers ou par des informations moins sibyllines et plus pratiques sur les emballages.

## J/ Comment diminuer les surcoûts ?



### Un constat

La Ville d'Angers et la Région Rhône-Alpes observent un prix multiplié par quatre pour l'achat de tee-shirts en coton équitable et biologique. Plusieurs collectivités (Ville du Havre et Ville de La Motte Servolex) sont également confrontées à un important surcoût pour l'achat de textile équitable.

### Éléments d'analyse

Le prix des produits semble représenter un frein potentiel à l'essor de l'achat public équitable. La problématique diffère néanmoins considérablement en fonction des produits concernés.

Ainsi, le surcoût du textile semble fortement conditionné aux quantités achetées par la collectivité. Pour de faibles volumes de commande, la hausse de prix (plus de 50% en moyenne) peut représenter une contrainte majeure. Par contre, lors de commandes importantes, des économies d'échelles permettent une diminution du surcoût, à l'instar de La Poste qui n'a dû faire face qu'à une augmentation de 5% pour l'achat de 70 000 pièces.

En revanche, pour la restauration collective, le surcoût apparaît plus limité. Le prix des denrées représente en moyenne 10% du coût total d'un repas. L'augmentation du prix d'une denrée n'induit par conséquent qu'un très faible pourcentage de hausse du coût de repas. De plus, une tendance récente à la diminution des prix de produits équitables, engendrée par une augmentation des volumes et une structuration de la filière, contribue à réduire le surcoût historique du commerce équitable.

D'autre part, la collectivité peut également absorber cet éventuel surcoût dans une enveloppe financière globale, ventilée dans le cas de marchés à bon de commande entre montants minimums et montants maximums.

### Pistes d'action pour les collectivités locales

Favoriser la constitution de groupements d'achat entre collectivités locales ou acheteurs publics inciterait, grâce aux volumes commandés, les organisations de commerce équitable à mieux organiser leurs offres, et conditionnerait une baisse des coûts.

## K/ Comment limiter les risques de marché infructueux ?



### Un constat

La solution du marché à procédure adaptée (MAPA) est privilégiée par de nombreuses collectivités, à l'instar des villes de Tours ou d'Orléans, pour initier leurs démarches d'achat public équitable, et limiter ainsi les risques de marché infructueux.

### Éléments d'analyse

La crainte d'un échec de la procédure et d'un marché infructueux représente un des principaux obstacles à l'achat public équitable. Cet écueil aurait des conséquences néfastes puisqu'il discréditerait les acteurs du commerce équitable et découragerait les collectivités.

Le risque peut cependant être minoré par une excellente préparation préalable du marché. Dans cette optique, les services de la Ville d'Orléans effectuent par exemple une veille économique permanente pour évaluer les capacités de l'offre et identifier les fournisseurs aptes à répondre à leurs attentes. Les résultats de cette étude conditionnent ensuite le choix d'un type de marché en adéquation avec les réalités de l'offre. Ainsi, les MAPA offrent une certaine souplesse à la collectivité qui peut contacter directement quelques fournisseurs pré-identifiés. Plus restrictives, les variantes à une solution de base déjouent tout risque de marché infructueux, puisque la collectivité dispose d'une possibilité de repli sur la solution de base.

Enfin, s'ils veulent s'implanter dans le secteur de l'achat public, les fournisseurs doivent se donner les moyens de leurs ambitions, et répondre aux attentes des collectivités qui les sollicitent. Le manque d'informations dont ils disposent sur les procédures d'achats publics semble en effet constituer un facteur limitant. Une réflexion de fonds mérite donc d'être menée avec les acheteurs publics.

### Conseils

- Préparer le marché par une bonne analyse et compréhension du secteur (offre disponible, fournisseurs...).
- Initier la démarche par des procédures de marché simplifiées adaptées aux capacités de l'offre.

### Pistes d'action pour les collectivités locales

- Inciter les entreprises de commerce équitable à répondre aux marchés publics, en les accompagnant dans leurs démarches.
- Organiser un système de diffusion de leurs appels d'offre auprès des organisations de commerce équitable.
- Favoriser l'intégration de produits issus du commerce équitable dans les circuits de distribution conventionnelle, en incitant les fournisseurs habituels de la collectivité à intégrer dans leurs gammes des produits équitables.

# L/

## Comment engager la collectivité locale dans une démarche d'achat public équitable ?

### Un constat

Quel que soit le niveau de la collectivité (Ville du Havre, Conseil Général de l'Essonne ou encore Région Basse Normandie par exemple), le succès d'une démarche en faveur d'une consommation responsable est déterminé par une volonté politique clairement exprimée et relayée par les services administratifs.

### Éléments d'analyse

L'achat public équitable ne rencontre aucune impossibilité juridique et bénéficie même des dispositions favorables du Code des Marchés Publics. Traduction d'un engagement affirmé de la collectivité locale, qui accepte de jouer un rôle précurseur, le succès de la démarche repose sur deux facteurs :

- une volonté politique clairement exprimée par les élus ;
- un intérêt marqué et une adhésion au projet des agents, qui acceptent d'innover en faveur du changement.

L'enjeu majeur semble ainsi de traduire dans les faits une volonté politique. Vaincre la force de l'habitude au sein des services n'est toutefois pas forcément aisé, et nécessite une certaine force de conviction. Dans cette optique, les villes de Lyon et de Nantes ont mené un travail préalable de sensibilisation ou de formation des élus et des agents. La sensibilisation favorise une meilleure perception de la problématique et conditionne l'adhésion des services au projet. Une formation plus approfondie sécurise par la suite les agents en leur apportant les outils nécessaires à la mise en œuvre de ces nouvelles pratiques (information sur l'organisation des filières, les garanties, les produits disponibles...). De plus, la participation à des réseaux d'échanges sur la commande publique durable peut améliorer la connaissance du commerce équitable des agents, et favoriser ainsi l'implication concrète de la collectivité. Enfin, à l'image de la Ville de Tours, il apparaît important d'adopter une démarche globale d'achat responsable et de ne pas privilégier les produits issus du commerce équitable au détriment de produits locaux.

D'autre part, l'engagement des collectivités locales dans une démarche de commerce équitable conduit à s'interroger sur les spécificités de ce modèle économique et notamment sur la question du préfinancement. Cette avance de paiement correspond au versement par les organisations de commerce équitable d'un acompte aux producteurs à la commande ou lors du lancement des campagnes agricoles. Dans une relation de commerce équitable, les différentes parties prenantes sont appelées à respecter cette obligation et à anticiper leur règlement. En raison du cadre réglementaire particulier de l'achat public, ce critère semble impossible à mettre en œuvre par les collectivités. Par contre, ces dernières possèdent un atout de poids pour les fournisseurs de commerce équitable : l'engagement dans la durée. Pluriannuels, les marchés publics leur offrent en effet une garantie temporelle et une régularité de commande qui favorise la structuration des filières, le développement des gammes et l'adaptation des conditionnements.

### Conseils

- Favoriser l'adhésion des élus et agents au projet politique de la collectivité par une sensibilisation préalable au commerce équitable, et par l'organisation de formations plus techniques pour les services concernés.
- Participer à des réseaux de collectivités sur la commande publique durable encourage l'échange d'expériences entre acteurs.
- Privilégier l'introduction de commerce équitable dans des marchés bien définis, plutôt que de façon ponctuelle (plus symbolique) contribue au renforcement et au développement des filières.

### Pistes d'action pour les collectivités locales

Inscrire l'achat public équitable dans une démarche plus globale de commande publique durable. Privilégier dans cette optique une cohérence et une complémentarité des approches de commerce équitable et de produits locaux.







## M/ Faut-il mettre en œuvre des procédures de suivi et de contrôle ?

### Un constat

Si les collectivités peuvent désormais inclure des critères de commerce équitable dans leurs marchés publics, peu (à l'exception de la Ville de Nantes ou de la Communauté Urbaine de Dunkerque) disposent d'outils de suivi et de contrôle.

### Éléments d'analyse

Dès lors que la collectivité locale a souhaité inscrire des critères de commerce équitable dans un marché, elle doit être en mesure de vérifier que les fournisseurs respectent les exigences de ses cahiers des charges. Au delà d'un cadre coercitif dans la relation entre la collectivité et son fournisseur, cette démarche vise deux objectifs :

- mettre en œuvre un dispositif de suivi de l'achat public équitable, qui permettra à la collectivité d'analyser le marché, le positionnement de son fournisseur par rapport au commerce équitable, et les éventuelles contraintes auxquelles les exigences de la collectivité le confronteraient ;
- s'assurer de la garantie « commerce équitable » proposée par les fournisseurs ;

Dans la pratique, la tâche ne paraît pas forcément aisée : les collectivités ne disposant pas toujours en interne des outils et compétences nécessaires à ce genre d'expertise. Quelques unes, à l'instar de la Ville de Nantes, approfondissent pourtant leurs procédures de contrôle, grâce à des tableaux de suivi de la commande publique durable, qui évaluent les volumes commandés et les montants financiers engagés.

En terme de contrôle de la garantie, les approches sont plus variées : les Villes d'Allonnes et de Limoges, privilégient une relation de confiance avec leurs fournisseurs. D'autres recherchent des garanties renommées (les Villes de Grenoble et de Niort souhaitent des produits garantis par Max Havelaar). Par ailleurs, un groupe de collectivités du Nord (Région Nord Pas de Calais, Communauté Urbaine de Dunkerque, Ville de Villeneuve d'Ascq...) va prochainement commander un audit indépendant sur leurs fournisseurs et leurs filières de production. Ces démarches, relativement onéreuses, demeurent toutefois limitées.

### Pistes d'action pour les collectivités locales

- Mettre en œuvre dès la rédaction des marchés des dispositifs de suivi, dont l'analyse permettra une meilleure compréhension des filières et une bonne préparation de marchés ultérieurs.
- S'assurer des critères de garantie commerce équitable proposés par les fournisseurs renforcera la crédibilité de la démarche des collectivités locales.





## N/ Conclusions

Juridiquement réalisable, l'achat public équitable est un acte impliquant pour les collectivités locales, au delà d'une simple démarche d'achat.

Plusieurs facteurs peuvent ainsi contribuer à la réussite du projet.

### Pour les collectivités locales :

#### **Traduire dans les faits une volonté politique clairement exprimée**

- La sensibilisation et la formation au commerce équitable favorisent l'adhésion des élus et agents au projet.
- La participation à des réseaux sur la commande publique durable encourage l'échange d'expériences entre collectivités.

#### **Comprendre le secteur par une veille économique préalable**

#### **Adapter les procédures aux réalités du commerce équitable.**

- Les marchés simplifiés permettent d'initier la démarche par des procédures adaptées aux capacités de l'offre.
- L'introduction de critères de commerce équitable dans des marchés bien définis et non de façon ponctuelle contribue réellement au renforcement et au développement des filières.
- Une anticipation des besoins favorise une organisation dans les temps de filières d'approvisionnement.
- La constitution de groupements d'achat peut inciter les fournisseurs, grâce aux volumes commandés, à mieux organiser leurs offres, conditionnant ainsi une baisse des coûts.

#### **Favoriser l'intégration de produits issus du commerce équitable dans les circuits de distribution conventionnelle.**

#### **Mettre en œuvre des procédures de suivi de l'achat public équitable.**

#### **Accompagner les efforts entrepris par les organisations de commerce équitable en faveur de l'achat public équitable.**

- Organiser un système de diffusion des appels d'offres.
- Encourager l'adaptation des conditionnements aux exigences de l'achat collectif.

#### **Inscrire l'achat public équitable dans une démarche plus globale de commande publique durable, et privilégier dans cette optique une cohérence entre l'achat équitable et l'achat de produits locaux.**

### Pour les entreprises :

#### **Se donner les moyens de commercialiser dans le secteur de l'achat public**

- Poursuivre l'adaptation des conditionnements par rapport aux spécificités de l'achat collectif.
- Accompagner la préparation des produits, lorsqu'elle implique un changement de pratiques.
- Assurer une veille permanente et répondre aux appels d'offre.

## Conception – rédaction

Association Equi'Sol ([www.equi-sol.org](http://www.equi-sol.org)) - Novembre 2007

## Comité de rédaction

Julie Couturier (PCE), Anne Wintrebart (ARV), Guilhem Papellard (Equi'Sol)

## Graphisme

([www.pneucode.fr](http://www.pneucode.fr)) et made graphisme (<http://mademadelaine.net/blog.com>)

## Remerciements:

Ce guide s'inspire du référentiel « engager sa collectivité dans une démarche de commerce équitable : méthodes, expériences, acteurs » (Région Rhône-Alpes, Rhônalpénologie Environnement, Equi'Sol - 2007) et du « guide pratique pour une restauration citoyenne » (Grenoble Alpes Métropole, A'day, Adobio, Equi'Sol - 2007).  
Nous tenons à remercier ces partenaires pour leurs contributions.

[www.achatspublicsequitables.com](http://www.achatspublicsequitables.com)

Modalités pratiques, conseils méthodologiques, synthèses d'expériences... :  
un site Internet consacré au commerce équitable et à la commande publique.