VADEMECUM

SUR LES QUESTIONS JURIDIQUES CONCERNANT L'ACHAT DE VIANDE EN RHD DANS LE CADRE DES MARCHÉS PUBLICS

INTERBEV

Préface

L'achat public, notamment pour des denrées alimentaires dans les établissements publics de restauration collective, est régi par des règles, principalement dictées par le Code des marchés publics.
Les acheteurs publics se posent un certain nombre de questions sur la rédaction de leurs Appels d'Offres, suite aux évolutions juridiques générées : d'une part, par le nouveau code des marchés publics (datant de 2006 et consolidé en 2010) notamment sur la prise en compte du développement durable ; et d'autre part, par la circulaire de 2008 du Premier Ministre concernant l'utilisation de produits issus de l'agriculture biologique dans la restauration collective mise en place suite au Grenelle de l'environnement.
S'agissant des viandes de boucherie, la filière s'interroge sur la traduction concrète et légale de ces évolutions, de même que sur la question de l'achat « local » ou encore l'achat de produits sous signes de qualité, dans les cahiers des charges.

Ce vademecum juridique est destiné aux personnes responsables des marchés publics et à leurs fournisseurs. Il apporte des éléments de réponse sur ce qu'il est possible de faire ou ne pas faire, pour l'achat des viandes de boucherie dans le respect des principes fondamentaux de la commande publique. Au-delà du rappel des principales règles et procédures à suivre, les acheteurs et les fournisseurs peuvent s'appuyer sur des exemples concrets et appliqués pour rédiger leur cahier des charges, s'assurer de leur légitimité ou répondre aux appels d'offres.

Ce document est un complément juridique aux outils techniques déjà développés par INTERBEV au travers de LOGAVIA (Logiciel d'Achat des Viandes) et du Guide d'information des viandes, pour commander des viandes de boucherie répondant aux attentes qualitatives des acheteurs.
Ce vademecum juridique est le fruit d'un travail réalisé par INTERBEV, avec la collaboration du service qualité des viandes de l'Institut de l'Elevage et d'un cabinet d'avocats spécialisé sur les marchés publics. Sa validité juridique est donc avérée. Mais, il se veut avant tout une aide aux acheteurs publics sur la véracité du contenu de leur cahier des charges d'un point de vue réglementaire, et ne peut être utilisé en tant que tel comme document de référence juridique notamment en cas de recours contentieux. Il ne se substitue en aucune manière aux textes réglementaires applicables.

Sommaire

→ LEXIQUE 2

→ CHAPITRE 1 - Principales règles et procédures des marchés publics

Fiche 1 - Les différents types de marchés selon les montants et règles applicables 3
Fiche 2 - Les différentes étapes et éléments constitutifs de la passation d'un marché public 7
Fiche 3 - Les principales règles de la commande publique 11
Fiche 4 - L'allotissement : règles, intérêt, contraintes 15
Fiche 5 - Les variantes et options 17

→ CHAPITRE 2 - L'achat de produits "locaux" dans les marchés publics

Fiche 6 - La mention d'une origine géographique dans les achats publics 21
Fiche 7 - Quelle autre possibilité pour acheter local dans le cadre des marchés publics ? 23

→ CHAPITRE 3 - Marchés publics et développement durable

Fiche 8 - La problématique du développement durable dans le cadre des marchés publics 27
Fiche 9 - Les produits bio comme traduction du développement durable dans l'achat public 29
Fiche 10 - Les autres critères possibles pour traduire le développement durable dans l'achat public de viande 31

→ CHAPITRE 4 - Marchés publics et Signes Officiels de Qualité

Fiche 11 - Marchés publics et Signes Officiels de Qualité 34

→ BILAN - Tableau récapitulatif des critères légaux et illégaux dans les marchés publics 36

→ ANNEXE 1 - Textes réglementaires applicables et correspondance avec les fiches du Vademecum 39

AAPC : Avis d'Appel Public à la Concurrence

AB : Agriculture Biologique

AE : Acte d'Engagement

AO : Appel d'Offre = procédure formalisée

AOC : Appellation d'Origine Contrôlée

AOP : Appellation d'Origine Protégée

AR : Agriculture Raisonnée

BOAMP : Bulletin Officiel d'Annonces des Marchés Publics

CBPE : Charte des Bonnes Pratiques d'Elevage

CCAG : Cahier des Clauses Administratives Générales

CCAP : Cahier des Clauses Administratives Particulières

CCP : Cahier des Clauses Particulières ou Certification Conformité de Produit

CCTP : Cahier des Clauses Techniques Particulières

CMP : Code des Marchés Publics

DC : Document de Consultation

DCE : Document de Consultation des Entreprises

HVE : Haute Valeur Environnementale

IGP : Indication Géographique Protégée

MAPA : Marché à Procédure Adaptée

Opérateur économique = fournisseur = candidat = soumissionnaire

Pouvoir adjudicateur = acheteur

RC : Règlement de Consultation

SIQO : Signe d'Identification de la Qualité et de l'Origine

STG : Spécialité Traditionnelle Garantie

FICHE 1 / LES DIFFÉRENTS TYPES DE MARCHÉS PUBLICS SELON LES MONTANTS ET RÈGLES APPLICABLES

1.1 - LES DIFFÉRENTS TYPES D'ACHETEURS SOUMIS AUX RÈGLES DES MARCHÉS PUBLICS

Les pouvoirs adjudicateurs (acheteurs) soumis au code des marchés publics sont :
- l'Etat et ses établissements publics,
- les collectivités territoriales et les établissements publics locaux.

Les marchés doivent être passés selon des procédures déterminées par le code des marchés publics (CMP) et correspondant au montant des besoins estimés par l'acheteur (voir 1.3.).

1.2 - LA DIFFÉRENCE ENTRE ACCORDS-CADRES ET MARCHÉS PUBLICS

On peut distinguer dans les procédures définies par le CMP, celles relatives aux marchés publics de celles concernant les accords-cadres.

Les marchés publics sont les contrats conclus entre les acheteurs et des opérateurs économiques publics ou privés, pour répondre à leurs besoins en matière de travaux, de fournitures ou de services.
Les accords-cadres sont les contrats conclus entre l'acheteur et des fournisseurs publics ou privés, ayant pour objet d'établir les termes régissant les marchés à passer au cours d'une période donnée, notamment en ce qui concerne les prix et, le cas échéant, les quantités envisagées.
L'accord-cadre est un dispositif qui permet de sélectionner un certain nombre de prestataires (un ou plusieurs) qui, s'ils sont plusieurs seront ultérieurement remis en concurrence lors de la survenance du besoin.

Le déroulement d'un accord-cadre se décompose en deux phases :

1ère phase : Attribution des accords-cadres :
- Détermination de la procédure de passation,
- Publicité,
- Mise en concurrence,
- Choix du ou des attributaires sur la base de critères annoncés dans la publicité,
- Notification et avis d'attribution.

2ème phase : Attribution d'un marché fondé sur l'accord-cadre :
- Sans mise en concurrence si l'accord-cadre est mono-attributaire (attribué à un seul opérateur économique),
- Ou après mise en concurrence si l'accord-cadre est multi-attributaire, (attribué à plusieurs opérateurs économique, cas le plus fréquent). Dans ce cas, l'accord-cadre doit être passé avec au moins trois opérateurs, sous réserve d'un nombre suffisant de candidats. Le marché est attribué au titulaire qui a remis l'offre économiquement la plus avantageuse sur la base des critères fixés dans l'accord-cadre.

1.3 - CAS DES MARCHÉS À BONS DE COMMANDE

Les marchés passés sur la base d'un accord-cadre peuvent être des marchés à bons de commande. Ils sont alors passés selon les règles prévues par l'accord-cadre (voir 1.1.) et exécutés selon les procédures définies pour **les marchés à bons de commande.** Lorsqu'un marché à bons de commande est attribué à plusieurs opérateurs économiques, ceux-ci sont au moins au nombre de trois, sous réserve d'un nombre suffisant de candidats et d'offres.

Il peut être intéressant pour l'acheteur public de recourir à un marché à bons de commande dans le cas par exemple, où l'acheteur n'est pas en mesure de connaître précisément à l'avance les quantités à commander ou dans le cas de produits connaissant des fluctuations de prix potentiellement importantes (cas de l'achat de denrées alimentaires où sont utilisées ces marchés). Un acheteur peut ainsi **effectuer des achats à caractère répétitif** en organisant pour le marché en question une seule **procédure complète de mise en concurrence** des fournisseurs potentiels, procédure déterminée **selon les mêmes seuils des montants du marché.**

Un marché à bons de commande peut prévoir le montant minimum et maximum en valeur ou en quantité ou être conclu sans minimum ni maximum, ce qui laisse une certaine souplesse à l'acheteur. Le besoin doit être bien défini. Seul le rythme selon lequel ce besoin devra être satisfait ou son étendue sont des variables non maîtrisées.

Les bons de commande, même si le marché a été conclu avec plusieurs fournisseurs, sont ensuite émis sans négociation ni remise en concurrence des titulaires (ce qui en fait une différence avec les accords-cadres). Ils sont répartis entre ces titulaires selon des modalités fixées au préalable par le marché.
Les bons de commande déterminent la quantité des prestations ou des produits demandés.

Exemple : *marché à bons de commande de « viandes bovines fraîches » (dont les cotations sont très fluctuantes sur l'année) attribué à 3 fournisseurs après mise en concurrence. Chacun de ces fournisseurs est titulaire du marché. Avant l'émission d'un bon de commande sur l'achat de 500 kg de rôtis, l'acheteur public procédera à une consultation préalable de chacun des fournisseurs et attribuera la commande à l'entreprise qui répondra au mieux à ses besoins.*

1.4 - RÈGLE DE CONSTITUTION D'UN MARCHÉ ET DU CALCUL DES MONTANTS (SUITE)

Les produits constituant un marché doivent répondre à **l'exigence d'homogénéité** du code des marchés publics. Ceci étant, le CMP ne mentionne comme seule définition de produits homogènes la phrase suivante : les produits « peuvent être considérés comme homogènes soit en raison de leurs caractéristiques propres, soit parce qu'ils constituent une unité fonctionnelle ». Le critère d'homogénéité est donc **laissé à la libre appréciation de l'acheteur,** sous réserve de respecter la définition mentionnée par le CMP.
Avant la réforme du CMP , le caractère homogène des fournitures s'appréciait uniquement par référence à la nomenclature définie par l'arrêté du 13/12/01 (encore utilisé par nombre d'acheteurs), où l'on trouvait pour la viande les familles homogènes suivantes :

- « Viandes et abats de bovins, ovins, porcins et équins surgelés ou congelés »,
- « viandes et abats de boucherie, frais ou réfrigérés »,
- « viandes et abats de porc, frais ou réfrigérés ».

Autres exemples de marchés possibles :

- « viandes de bovins, ovins respectueuses de l'environnement »,
- « viandes de bovins frais et surgelés ».

Concernant le marché de viandes d'un gros groupement d'achat comptant une centaine d'établissements répartis sur toute la région Basse-Normandie, le marché pourra être scindé en 2 marchés :

- « viandes de bovins, ovins, porcins, destinées aux Etablissements de la moitié Ouest de la région Basse-Normandie »,
- « viandes de bovins, ovins, porcins, destinées aux Etablissements de la moitié Est de la région Basse-Normandie ».

Pour savoir à quelles règles est soumis l'acheteur concernant un marché qu'il veut soumettre, il doit dans un 1er temps évaluer **le montant de ce marché.** Ce montant correspondant à la **valeur totale des produits du marché sur l'ensemble de la durée du marché,** soit le cumul du montant de chaque lot si le marché est scindé en lots séparés.

Exemple : marché de « viandes fraîches » passé par une collectivité territoriale sur 3 ans
Lot 1 : viande bovine, pour un montant de 50 000 € par an
Lot 2 : steak haché, pour un montant de 30 000 € par an
Dans ce cas, le montant total du marché qui définira les procédures à appliquer est de 240 000 € (50 000 + 30 000) x 3 ans

Pour connaître ensuite les règles de publicité à appliquer ainsi que le type de procédure à mettre en œuvre, ce montant du marché est à confronter aux seuils définis par le CMP (cf tableau 1.4).

Exemple :
Concernant l'exemple précédent, le marché de « viandes fraîches » correspond à un montant total de 240 000 €, soit supérieur au seuil de 193 000 € (voir tableau 1.4). Ainsi la collectivité territoriale est soumise à une procédure de type appel d'offres et devra publier un AAPC dans le bulletin officiel des annonces des marchés publics et au Journal officiel de l'Union européenne.

Toutefois, il existe une dérogation à cette règle de calcul. Des procédures initialement prévues en appel d'offre du fait du montant du marché peuvent être transformées en procédures adaptées pour certains lots du marché, dont le montant est inférieur à 80 000 Euros HT (dans le cas de marchés de fournitures et de services) et à la condition que le montant cumulé de ces lots n'excède pas 20 % de la valeur de la totalité des lots. Dans le cas où un minimum et un maximum sont fixés, les 20 % s'appliquent au montant minimum du marché. Cette dérogation peut également s'appliquer à des lots déclarés infructueux ou sans suite au terme d'une première procédure.

TABLEAU 1.4 : RÉCAPITULATIF DES PROCÉDURES ET RÈGLES APPLICABLES AU 01/09/10 SELON LES MONTANTS DU MARCHÉ

SEUILS (EN EUROS HT)	0	4000	90 000	125 000	193 000
RÈGLES DE PUBLICITÉ → *État*	Pas d'obligation de publicité	Modalités de publicité libres et adaptées au marché, à son objet, son montant (pas d'obligation de publicité sur support officiel).	Obligation de publier un avis d'appel public à la concurrence soit dans le Bulletin officiel des annonces des marchés publics, soit dans un journal habilité à recevoir des annonces légales (presse spécialisée facultative). • A partir du 01/01/10 : Obligation de publier les avis de publicité de manière électronique (= via Internet) sur une plateforme de dématérialisation. • Après le 1/01/12 : Obligation pour les acheteurs publics d'accepter les réponses transmises par voie électronique.	Obligation de publier un avis d'appel public à la concurrence dans le Bulletin officiel des annonces des marchés publics et au Journal officiel de l'Union européenne. • A partir du 01/01/10 : Obligation de publier les avis de publicité de manière électronique (= via Internet) sur une plateforme de dématérialisation. • Après le 1/01/12 : Obligation pour les acheteurs publics d'accepter les réponses transmises par voie électronique.	
Collectivités territoriales			Obligation de publier un avis d'appel public à la concurrence soit dans le Bulletin officiel des annonces des marchés publics, soit dans un journal habilité à recevoir des annonces légales (presse spécialisée facultative). • A partir du 01/01/10 : Obligation de publier les avis de publicité de manière électronique (= via Internet) sur une plateforme de dématérialisation. • Après le 1/01/12 : Obligation pour les acheteurs publics d'accepter les réponses transmises par voie électronique.		Obligation de publier un avis d'appel public à la concurrence dans le Bulletin officiel des annonces des marchés publics et au Journal officiel de l'Union européenne. • A partir du 01/01/10 : Obligation de publier les avis de publicité de manière électronique (= via Internet) sur une plateforme de dématérialisation. • Après le 1/01/12 : Obligation pour les acheteurs publics d'accepter les réponses transmises par voie électronique.
PROCÉDURES À APPLIQUER → *État*	Pas d'obligation de mise en concurrence (marché passé de gré à gré) mais respect des autres règles du CMP.	Marché à procédure adaptée **(MAPA) :** procédure librement définie par l'acheteur fixant les règles de mise en concurrence proportionnées à l'objet et au montant du marché, dans le respect des principes fondamentaux de l'achat public		Procédures formalisées : • **appel d'offres** (procédure de principe) qui peut être restreint ou ouvert • dialogue compétitif • procédure négociée	
Collectivités territoriales		Marché à procédure adaptée **(MAPA) :** procédure librement définie par l'acheteur fixant les règles de mise en concurrence proportionnées à l'objet et au montant du marché, dans le respect des principes fondamentaux de l'achat public			Procédures formalisées : • **appel d'offres** (procédure de principe) qui peut être restreint ou ouvert • dialogue compétitif • procédure négociée

FICHE 2 / LES DIFFÉRENTES ÉTAPES ET ÉLÉMENTS CONSTITUTIFS DE LA PASSATION D'UN MARCHÉ PUBLIC

2.1 - LES DIFFÉRENTES ÉTAPES DU MARCHÉ PUBLIC

La 1e étape pour l'acheteur est de **déterminer le plus précisément possible ses besoins :**
- La nature des besoins (liste exhaustive des produits avec pour chacun leurs spécifications)
- Les quantités de chaque produit
- La durée de la prestation

Cette étape (qui est une exigence juridique dans le CMP) est essentielle :
- Pour établir le montant estimé du marché
- Pour savoir quelle procédure appliquer
- Pour ventiler les produits par famille homogène (détermination des familles constituants le marché et les lots du marché).
- Pour préparer la rédaction du CCTP (spécifications techniques des produits)

Il est conseillé suite à cette 1e étape de se renseigner sur les disponibilités et possibilités d'approvisionnement sur les produits spécifiés (étude de marchés,...) afin d'éviter que le marché soit infructueux ou que les prix proposés par les quelques fournisseurs potentiels soient très élevés, du fait de la rareté des produits.

La 2e étape consiste en la **préparation des pièces constitutives du marché.**
Les pièces constitutives du marché dépendent de la procédure à appliquer selon le montant du marché (voir détails fiche 1). Parmi toutes ces pièces, deux sont particulièrement importantes et à ne pas négliger : celles décrivant d'une part les spécifications techniques et d'autre part les critères d'attribution (voir détails fiche 3).

Tableau récapitulatif des documents constitutifs de la passation du marché.

PROCÉDURES	DOCUMENTS CONSTITUTIFS DE LA PASSATION DU MARCHÉ
« gré à gré » **‹ 4000 euros**	**Dispense de procédure :** • Demande de devis conseillée • Tenue d'un registre des achats recommandée
MAPA : **de 4 000 euros à..** **→ 125 000 euros pour l'Etat** **→ 193 000 euros pour les collectivités**	Pas d'obligation de rédaction de documents contractuels spécifiques, mais selon le CMP, tous les marchés et accords-cadres d'un montant égal ou supérieur à 4 000 euros HT sont passés sous forme écrite. Pour les MAPA, un certain nombre de **mentions obligatoires** doivent figurer dans le marché afin de s'assurer de l'efficacité et de la transparence de la procédure (rédigées dans un **« document de consultation ») :** • L'identité de l'acheteur • La durée du marché et sa date de départ • Le type de procédure • Le mode de règlement • Les règles d'attribution du marché avec les critères de jugement des offres • Le délai de réponse et la date de décision • L'expression des besoins par lot si le marché est alloti • La liste des produits souhaités avec les quantités indicatives • La forme de prix et les références de prix ajustable • Les établissements à livrer et les fréquences de livraison attendues • Les conditions générales d'achat (respect des engagements du fournisseur, modalités de commande et de livraison, contrôles, modalités de facturation et de paiement, règlement des litiges) Pour la détermination des modalités de passation du marché, **l'acheteur peut s'inspirer des procédures formalisées prévues par le CMP,** sans pour autant que les marchés en cause ne soient alors soumis aux règles formelles applicables à ces procédures. En revanche, s'il se réfère expressément à l'une des procédures formalisées prévues par le CMP, l'acheteur est tenu d'appliquer les modalités prévues par le CMP.
Appel d'offres : **→** **+ de 125 000 euros pour l'Etat** **→** **+ de 193 000 euros pour les collectivités**	**Le dossier de consultation des entreprises (DCE) comporte dans le cas d'un AO, l'acte d'engagement et, le cas échéant, les cahiers des charges (CCAP, CCTP, CCAG) :**
	L'acte d'engagement (AE) — L'acte d'engagement est la pièce signée par un candidat à un accord-cadre ou à un marché public dans laquelle le candidat présente son offre ou sa proposition dans le respect des clauses du cahier des charges qui déterminent les conditions dans lesquelles le marché est exécuté. Cet acte d'engagement est ensuite signé par l'acheteur.
	Le règlement de consultation (RC) — Le règlement de consultation fixe les règles particulières de la consultation (dates et heures limites de réception des offres, critères d'attribution,..). Ce règlement est facultatif si les mentions qui doivent y être portées figurent dans l'avis d'appel public à la concurrence.
	Le Cahier des Clauses Techniques Particulières (CCTP) — Les cahiers des clauses techniques particulières rassemblent les clauses techniques d'un marché déterminé. Ce sont les stipulations qui donnent une description précise du besoin et permettent à la personne responsable de suivre le déroulement du marché et la bonne exécution de ces prestations.
	Le Cahier des Clauses Administratives Particulières (CCAP) — Les cahiers des clauses administratives particulières fixent les dispositions administratives propres à chaque marché (objet, nature, durée, conditions de livraison, de paiement,...)
	Le Cahier des Clauses Particulières (CCP) — Le CCP regroupe le CCAP et le CCTP
	Le Cahier des Clauses Administratives Générales (CCAG) — Les cahiers des clauses administratives générales fixent les dispositions administratives applicables à une catégorie de marchés. Ces documents sont approuvés par un arrêté du ministre chargé de l'économie et des ministres intéressés. Ils permettent de préciser et compléter le CMP. La référence à ces documents n'est pas obligatoire.

FICHE 2 / LES DIFFÉRENTES ÉTAPES ET ÉLÉMENTS CONSTITUTIFS DE LA PASSATION D'UN MARCHÉ PUBLIC (SUITE)

La 3e étape consiste en la **mise en publicité**

Selon le CMP, tout marché ou accord-cadre d'un montant égal ou supérieur à 4 000 euros HT est précédé d'une publicité, dans les conditions définies sur la fiche 1 (tableau 1.4).

Au-dessus des marchés de 90 000 euros HT, cette publicité doit être faite sous la forme d'un avis d'appel public à la concurrence (AAPC) publié dans le Bulletin officiel d'annonces des marchés publics (BOAMP). L'AAPC est une annonce publiée par l'acheteur public, (pouvoir adjudicateur ou entité adjudicatrice) destinée à informer les candidats potentiels à un marché, des principales caractéristiques de ce dernier.

Les pièces constitutives du marché sont ensuite envoyées aux entreprises qui en font la demande ou bien téléchargées par ces dernières sur le profil de l'acheteur public (site internet de l'acheteur public, sites spécialisés,...).

4e étape : réception et analyse des candidatures

Cette étape est facultative dans la mesure où l'acheteur public ne procède pas nécessairement à une sélection des candidatures au travers de critères. Il arrive fréquemment que l'acheteur public se borne à vérifier que les candidats ont envoyé l'intégralité des pièces demandées. Lorsque l'acheteur public décide d'effectuer une sélection préalable des candidatures, il les réceptionne et les analyse. Si celles-ci sont incomplètes, l'acheteur peut demander à tous les candidats concernés de compléter leur dossier de candidature dans un délai identique pour tous et qui ne saurait être supérieur à dix jours. A l'issue de cette étape, il notifie aux candidats si leur candidature est retenue et si, par conséquent, ils doivent formuler une offre pour le marché en question.

5e étape : réception et analyse des offres

Les offres sont réceptionnées et analysées par l'acheteur. Dans le cas de l'Appel d'offres (procédures formalisées), les offres sont analysées par une commission d'appel d'offres qui dresse un procès verbal de ses réunions.

6e étape : attribution de l'offre (voir détails fiche 3)

Selon le CMP, pour attribuer le marché au candidat qui a présenté **l'offre économiquement la plus avantageuse,** l'acheteur se fonde sur plusieurs **critères d'attribution** (sauf exception justifiées par l'objet du marché), sur un **système de pondération** de ces critères et sur un **système de notation.**

Les critères ainsi que leur pondération ou leur hiérarchisation, et la notation sont indiqués dans l'avis d'appel public à la concurrence ou dans les documents de la consultation. Cette procédure est obligatoire pour les marchés à procédure formalisée. Pour les MAPA, le juge administratif considère que « pour assurer le respect des principes de liberté d'accès à la commande publique, d'égalité de traitement des candidats et de transparence des procédures, l'information appropriée des candidats sur les critères d'attribution d'un marché public est nécessaire dès l'engagement de la procédure d'attribution du marché, dans l'avis d'appel public à concurrence ou le cahier des charges tenu à la disposition des candidats ». Ainsi, et même en MAPA, l'acheteur doit porter à la connaissance des candidats des informations suffisantes sur les critères de sélection des offres.

Pour les marchés et accords-cadres passés selon une procédure formalisée, **l'acheteur, dès qu'il a fait son choix pour une candidature ou une offre,** notifie à tous les autres candidats le rejet de leur candidature ou de leur offre, en leur indiquant les motifs de ce rejet.

Cette notification précise le nom de l'attributaire et les motifs qui ont conduit au choix de son offre. Cette notification est adressée aux candidats ayant soumis une offre et à ceux n'ayant pas encore eu communication du rejet de leur candidature.

Par ailleurs, pour les marchés soumis à procédure formalisée, l'acheteur adresse un **avis d'attribution** aux mêmes publications que celles de l'AAPC.
Pour les marchés formalisés, **le marché est ensuite signé par l'acheteur** après un délai de 16 jours à compter de la notification aux candidats non retenus du rejet de leurs offres.
Ce délai peut être ramené à 11 jours en cas de transmission par voie électronique de la notification.

2.2 - LES MODIFICATIONS EN COURS D'EXÉCUTION

Le CMP accepte certaines modifications des clauses du marché en cours d'exécution à condition soit :
- qu'elles aient été prévues, mentionnées et encadrées dans les documents de consultation (ex : marchés complémentaires),
- soit par la réalisation d'un avenant au contrat.

Exemples :
- des modifications des règles de livraison (changement de jours, de fréquence), modifications qui peuvent être définies dans les documents de consultation et donc autorisées au cours du marché.
- pour tenir compte des offres promotionnelles des fournisseurs (en cas de stocks excédentaires, ...), il peut être introduit un article indépendant dans le CCAP permettant à l'acheteur de bénéficier des prix d'offres promotionnelles pratiqués par le titulaire du marché vis-à-vis de l'ensemble de sa clientèle. Ainsi, l'acheteur public pourra bénéficier de ces offres de prix pendant la période promotionnelle, sans que les prix du marché pour des produits figurant dans le bordereau des prix unitaires, soient modifiés. En effet, les prix d'un marché sont irrévocables et intangibles. Il résulte de cette disposition que le prix d'un marché ne peut être changé en cours d'exécution de celui-ci. Il peut seulement évoluer contractuellement en fonction du dispositif de révision dont les modalités sont précisées dans le marché. Ainsi, la formulation dans le CCAP peut se faire sous la forme d'un article : article n°X : Offres Promotionnelles :
Pour les produits du marché, le titulaire s'engage à informer l'acheteur des prix des offres promotionnelles qu'il propose à l'ensemble de sa clientèle. Ces prix s'appliquent aux commandes passées pendant la période promotionnelle à condition qu'ils conduisent à des prix inférieurs à ceux résultant de l'application du marché.

2.3 - LES DROITS DES CANDIDATS AU COURS ET À L'ISSUE DE LA PROCÉDURE DE PASSATION

Face à des documents de consultation imprécis ou contradictoires

Il arrive fréquemment qu'il soit nécessaire pour le candidat de faire préciser des points du DCE qui sont imprécis ou à clarifier. Le candidat peut interroger l'acheteur (par écrit) afin de lui faire préciser (par écrit) les dispositions nécessitant des éclaircissements. Cette démarche, rarement utilisée par les candidats, peut pourtant leur faire gagner beaucoup de temps pour concevoir leur réponse et éviter de nombreux soucis à l'exécution du marché.

Face à une offre rejetée

Les candidats évincés peuvent faire dès le rejet de leur offre une demande d'informations sur les motifs du rejet, le nom de l'attributaire, les caractéristiques et les avantages de l'offre retenue, les notes obtenues sur chacun des critères sur l'offre rejetée et sur celle de l'attributaire, les documents se rapportant à la procédure de passation du marché (rapport d'analyses des offres, procès verbaux de la commission d'appel d'offres).

FICHE 3 / LES PRINCIPALES RÈGLES DE LA COMMANDE PUBLIQUE

3.1 - TROIS GRANDS PRINCIPES À RESPECTER DANS LA COMMANDE PUBLIQUE

L'acheteur public est tenu de respecter les principes généraux de la commande publique, quelque soit le montant des marchés, définis dans le CMP, à savoir :

Le principe de liberté d'accès à la commande publique

Cette liberté consiste à permettre à toute entreprise remplissant les conditions requises, de se porter candidate à un marché public. Ainsi la collectivité publique ne peut écarter des candidats en se fondant sur d'autres considérations que celles que le code des marchés publics lui permet d'imposer en matière de capacité, de garanties professionnelles et financières, ou encore de caractéristiques des offres. Le principe de liberté d'accès interdit d'exclure des candidats qui remplissent toutes les conditions requises posées par le règlement de la consultation. Ce dernier ne doit comporter aucune exigence qui ne serait pas **justifiée par l'objet du marché** (voir 3.3) ou son exécution, ou qui serait **de nature à créer une discrimination injustifiée.**

Le principe d'égalité de traitement des candidats

Ce principe implique la fixation préalable de règles du jeu claires (le règlement de la consultation) pour garantir la transparence et la libre concurrence. La collectivité doit ainsi mettre tous les candidats dans une situation d'égalité au regard de l'information sur les conditions de marché, **afin de ne pas créer de discrimination.**

Le principe de transparence des procédures

La transparence doit être assurée tout au long de la procédure afin de garantir le jeu d'une concurrence loyale et équitable. Ainsi, à l'exception des marchés dont les montants sont inférieurs à 4 000 euros HT, tout marché doit être précédé d'une **publicité suffisante permettant une mise en concurrence effective.**

Le code des marchés publics affirme également comme principe, **le choix de l'offre économiquement la plus avantageuse (« le mieux disant »),** protectrice des deniers publics.

3.2 - CES 3 PRINCIPES SONT À APPLIQUER DANS TOUS LES ÉLÉMENTS CONSTITUTIFS DES MARCHÉS

Ces principes s'appliquent sur l'ensemble de la procédure de passation des marchés.
Toutefois, deux aspects des procédures de passation d'un marché sont particulièrement concernés par ces principes :
-celui de la détermination des besoins et de la transcription de ces besoins en spécifications techniques dans les cahiers des charges (voir 3.4)
-celui de la sélection de l'offre avec la définition des critères d'attribution et de leur pondération.(voir 3.5)

Ainsi, en pratique, les critères retenus pour caractériser **les spécifications techniques** ou pour définir les **règles d'attribution doivent** satisfaire les conditions suivantes, selon le CMP :

- **être liés à l'objet du marché ou à ses conditions d'exécution**
- **être suffisamment précis et quantifiables pour pouvoir faire l'objet d'une évaluation objective**
- **ne pas être discriminatoires vis-à-vis de produits ou de candidats**

3.3 - UNE RÈGLE D'OR : LES CRITÈRES DOIVENT ÊTRE "LIÉS À L'OBJET DU MARCHÉ"

L'objet du marché est la traduction du besoin de l'acheteur. **L'«objet» d'un marché** désigne le produit, le service ou les travaux que l'acheteur souhaite acquérir dans le marché. La description de l'«objet» d'un marché peut être basique mais peut également prendre la forme d'une définition plus détaillée et plus orientée. **L'acheteur est libre de définir l'objet du marché** comme bon lui semble, du moment que cela répond à ses besoins et que cela respecte les grands principes de la commande publique.
La législation sur les marchés publics s'intéresse davantage à la manière d'acheter des pouvoirs adjudicateurs qu'à la nature de ce qu'ils achètent. **Aucune législation sur les passations de marchés n'apporte de restriction quant à l'objet du marché en soi.** Le CMP précise seulement que la nature et l'étendue des besoins à satisfaire doivent être déterminées avec précision.
Ainsi, l'identification de l'objet du marché est essentielle dans le cadre de l'élaboration des documents constitutifs des marchés. En effet, dans la mesure où **les spécifications techniques ou les critères d'attribution** mentionnés dans les documents de consultation ne sont pas discriminatoires, leur contenu peut être argumenté et défendable s'ils sont « liés à l'objet du marché ».
Voire même, le CMP spécifie que « une telle mention ou référence (qui aurait pour effet de favoriser ou d'éliminer certains fournisseurs ou certains produits) est possible si elle est justifiée par l'objet du marché ou, à titre exceptionnel, dans le cas où une description suffisamment précise et intelligible de l'objet du marché n'est pas possible sans elle et à la condition qu'elle soit accompagnée des termes : " ou équivalent ". »
La même règle s'applique aux lots, dans le cas d'un allotissement du marché en lots « homogènes » (voir détails fiche 4). La dénomination du lot est essentielle pour justifier les spécifications techniques des produits constituant ce lot.

Exemple 1 : *un marché intitulé « viandes fraîches respectueuses de l'environnement » permettra de justifier par l'acheteur dans son marché, des critères liés au respect de l'environnement dans les spécifications techniques du cahier des charges ou dans les conditions de l'attribution du marché.*

Exemple 2 : *un lot intitulé « viandes bovines de haute qualité gustative » permettra de justifier des critères fixés par l'acheteur permettant d'obtenir des viandes de qualité organoleptique supérieure (viandes Label Rouge,...)*

FICHE 3 / LES PRINCIPALES RÈGLES DE LA COMMANDE PUBLIQUE (SUITE)

3.4 - LES SPÉCIFICATIONS TECHNIQUES

La description des spécifications techniques par l'acheteur pour définir son besoin est un **élément essentiel dans la passation d'un marché** (voir fiche 2). En effet, de cette étape essentielle, dépend en partie la bonne exécution du marché et d'éviter un certain nombre de problèmes.

Un arrêté ministériel définit ce que peuvent recouvrir **les spécifications techniques :**

- les niveaux de la performance environnementale ;
- les niveaux de qualité ;
- les caractéristiques d'accessibilité ;
- l'évaluation de la conformité et les procédures d'évaluation de la conformité ;
- l'évaluation de la propriété d'emploi ;
- la sécurité ou les dimensions, y compris les prescriptions applicables au produit en ce qui concerne la dénomination de vente ou les procédures relatives à l'assurance de la qualité pour les ouvrages ;
- la terminologie ;
- les symboles ;
- les essais et méthodes d'essai ;
- l'emballage ;
- le marquage et l'étiquetage ;
- les processus et méthodes de production ;
- l'évaluation de l'utilisation du produit et les instructions d'utilisation.

Les spécifications techniques **peuvent également faire référence à des normes ou à d'autres documents équivalents :** les normes nationales transposant des normes européennes, les agréments techniques européens, les spécifications techniques communes, les normes internationales, les autres référentiels techniques élaborés par les organismes européens de normalisation ou, lorsque ceux-ci n'existent pas, les normes nationales, les agréments techniques nationaux, ou les spécifications techniques nationales en matière de conception, de calcul et de réalisation des ouvrages et de mise en œuvre des produits. **Chacune de ces références est accompagnée de la mention « ou équivalent ».** Pour les marchés passés selon une procédure adaptée, les spécifications techniques peuvent être décrites de manière succincte.

3.5 - LES RÈGLES D'ATTRIBUTION

De même que la description des spécifications techniques, la détermination des **règles d'attribution** est un point majeur dans la passation d'un marché. Ces règles sont explicitées dans le règlement de consultation.
Dans la procédure de passation des marchés, l'acheteur doit clairement distinguer, d'une part, **les critères de sélection des candidatures** (applicables aux candidatures recevables) qui permettent d'évaluer les capacités professionnelles, techniques et financières des candidats et, d'autre part, **les critères d'attribution (ou critères de choix des offres)** qui permettent ensuite de choisir les offres.

Le système de sélection des offres mis en place par l'acheteur doit permettre de déterminer l'offre économiquement la plus avantageuse (principe du « mieux disant »).
Ce système repose sur trois composantes :

- **des critères d'attribution,**
- **une pondération,**
- **un système de notation.**

Le système de sélection peut être basé au choix :
• soit sur un **critère unique : le prix**
• **ou sur plusieurs critères. Ces critères, qui doivent être non discriminatoires et liés à l'objet du marché,** peuvent être : 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. En outre, **les critères retenus doivent être suffisamment précis, et doivent être annoncés en amont de la procédure,**

Lorsque **plusieurs critères** sont prévus, l'acheteur précise leur pondération. Cette pondération doit être proportionnée aux objectifs poursuivis par le marché considéré. Elle peut être exprimée en points, en pourcentage, ou autre formule mathématique.

Exemple :
Critères d'attribution et de pondération qui peuvent être mentionnés dans un appel d'offre ou dans le règlement de consultation :
• *qualité technique[1] : 30 % de la note*
• *prix : 30 % de la note*
• *service[2] : 20 % de la note*
• *la prise en compte des critères environnementaux[3] : 20 % de la note*

1 : la qualité technique sera jugée selon l'adéquation de la réponse aux spécifications techniques mentionnées dans le CCP ainsi que sur la base d'un échantillon à fournir par produit.
2 : le service sera jugé sur les conditions de livraison du fournisseur, les délais de réponse en cas de commande passée en urgence, sur les moyens matériel de livraison et sur les informations apposées sur les conditionnements.
3 : la prise en compte des critères environnementaux sera jugée sur la base des réponses fournies par les fournisseurs sur le questionnaire en annexe portant sur : la gestion des déchets par l'entreprise, la gestion de l'eau et de l'énergie, l'organisation de l'approvisionnement de l'entreprise et de ses livraisons.

FICHE 4 / L'ALLOTISSEMENT : RÈGLES, INTÉRÊT, CONTRAINTES

4.1 - L'ALLOTISSEMENT : SEGMENTATION DU MARCHÉ EN LOTS

La règle
Selon le CMP, l'allotissement (segmentation du marché en lots séparés) est désormais érigé en principe pour susciter une réelle concurrence entre les entreprises, quelle que soit leur taille.

Un lot est une unité autonome susceptible de faire l'objet d'une attribution distincte. L'allotissement est la décomposition d'un marché en plusieurs lots pour des raisons économiques, financières ou techniques.
L'acheteur reste libre de fixer le nombre de lots de son marché public. Les mêmes règles s'appliquent à la définition du lot que celle du marché (un lot = un marché), à savoir que les produits constituant un lot doivent répondre à **l'exigence d'homogénéité** du code des marchés publics.
De la qualité de la **dénomination des lots** dépend largement l'adéquation des offres au besoin exprimé (principe **du lien à l'objet du marché**). Une mauvaise définition des lots risque d'entraîner une déclaration de lots infructueux (absence d'offre ou offre irrégulière car incomplète).
Les offres sont examinées lot par lot. Les lots sont donc indépendants et attribués séparément. Les candidats ne peuvent pas présenter des offres variables selon le nombre de lots susceptibles d'être obtenus. Les clauses de regroupement de lots appelées communément « package » sont interdites. Ainsi, les conditions d'une offre relative à un (ou plusieurs) lots ne sauraient dépendre de l'attribution d'un (ou plusieurs autres) lot(s).

Un acte d'engagement est signé pour chacun des lots.
Dans le cas où plusieurs lots sont attribués à un même titulaire, il est possible de signer avec ce titulaire un seul marché regroupant tous les lots concernés.

Cependant, si le recours à l'allotissement devient la règle, il ne s'agit pas d'une obligation totale. Il n'est nécessaire qu'à partir du moment où il rend optimal les conditions de mise en concurrence du marché. Le marché global (lot unique) peut être choisi lorsque l'objet du marché ne permet pas d'identifier des prestations distinctes.

Exemples d'allotissement d'un marché :

<u>Marché n°1 :</u>
« Marché de viandes fraîches »
• Lot 1 : viande de porc standard (25 % du tonnage)
• Lot 2 : viande de veau standard (5 % du tonnage)
• Lot 3 : viande d'agneau standard (5 % du tonnage)
• Lot 3 : viande de bœuf standard (50 % du tonnage)
• Lot 4 : viande de bœuf de qualité supérieure (5 % du tonnage)
• Lot 5 : viande de bœuf respectueuse de l'environnement (10 % du tonnage)
• Lot 6 : viandes régionales pour des journées à thème sur les produits régionaux

<u>Marché n°2 :</u>
« Marché de viandes bovines fraîches »
(passé par un groupement d'achat pour 120 établissements de la région Aquitaine)
• Lot 1 : viandes bovines destinées aux Etablissements du Nord de la région
• Lot 2 : viandes bovines destinées aux Etablissements du Sud de la région

<u>Marché n°2 :</u>
« Marché de viandes bovines fraîches »
• Lot 1 : viandes bovines à cuisson rapide (biftecks, rôtis)
• Lot 2 : viandes bovines à cuisson lente (bourguignon)
• Lot 3 : viandes hachées

4.2 - LES AVANTAGES DE L'ALLOTISSEMENT DES MARCHÉS

L'allotissement facilite l'accès à l'offre pour des entreprises de petite taille ou très spécialisées et donc l'ouverture à la concurrence, excepté dans les cas où cette procédure est compensée par une stratégie de groupement des entreprises.

L'allotissement est particulièrement approprié lorsque l'importance des fournitures ou services à réaliser risque de dépasser les capacités techniques ou financières d'une seule entreprise, chaque lot, d'importance moindre, pouvant être exécuté par des entreprises petites ou moyennes.

En diminuant la valeur du lot et en répartissant les intérêts des différents opérateurs entre plusieurs lots, l'**allotissement réduit significativement le risque de recours au contentieux.**
De plus, si des contrôles sont réalisés par des autorités compétentes, ils portent généralement sur l'exigence d'homogénéité du marché ou des lots qui le composent.

Il convient de rappeler que le calcul des montants pour déterminer les procédures à mettre en œuvre s'applique sur l'ensemble du marché (soit le cumul des montants de chaque lot le composant) et non pas sur chaque lot pris individuellement (voir fiche 1).
Ceci étant, une certaine souplesse est offerte par le CMP qui permet de passer des marchés selon une procédure adaptée pour les lots inférieurs à 80 000 EUR HT, pour autant que le montant cumulé de ces lots n'excède pas 20 % de la valeur de l'ensemble du marché.

4.3 - LES LIMITES ET CONTRAINTES DE L'ALLOTISSEMENT DES MARCHÉS

L'allotissement ne peut être utilisé pour « saucissonner » un marché pour échapper aux contraintes de procédures.

Limite économique : La décomposition en lots doit être justifiée par la spécificité des prestations à fournir dans le cadre de chaque lot mais ne doit pas faire perdre le bénéfice d'un regroupement qui permettrait une réduction tarifaire.

Limite technique ou organisationnelle : L'allotissement peut engendrer l'attribution d'un marché à plusieurs titulaires, rendant plus complexes pour l'acheteur le suivi du marché (commandes, livraisons, facturations,...).

FICHE 5 / LES VARIANTES ET OPTIONS

5.1 - VARIANTES ET OPTIONS À PRÉCISER DANS LE RÈGLEMENT DE CONSULTATION

Les modalités de jugement des variantes et des options sont précisées dans le règlement de la consultation (ou dans l'AAPC).
Variantes et options sont 2 notions différentes dans leur utilisation dans le cadre de la passation des marchés publics.

5.2 - LES OPTIONS

Les options ne sont pas mentionnées dans le code des marchés publics. Par contre, elles le sont dans son manuel d'application qui précise les différences existantes entre l'option et la variante. L'option permet l'obtention de prestations complémentaires à celles prévues dans le cahier des charges, dont le chiffrage est, sauf indication contraire dans les documents régissant la consultation, une obligation pour le fournisseur. L'option peut être obligatoire ou facultative. L'absence de réponse à une option obligatoire rend l'offre non-conforme, mais pas si elle est qualifiée de « facultative ».

Exemples d'utilisation des options :
Dans le cas d'un marché de viande fraîche, l'acheteur peut mentionner dans le CCAP ou le règlement de consultation :

• Lot 1 : « viande bovine standard » (lot dans lequel il n'est pas fait mention de race)
Exemple 1 : option facultative : pour le lot 1: viande de race à viande
Exemple 2 : option obligatoire : pour le lot 1 : au moins 50% du tonnage sera constitué de viande de race à viande

<u>Les réponses des fournisseurs :</u>
Dans le cas de l'exemple 1, les fournisseurs peuvent pour le lot 1 soit :
• ne proposer aucune race particulière dans leur offre,
• ou bien faire 2 offres : l'offre de base sans indication de race, et en complément proposer une 2e offre en race à viande
• ou bien encore ne proposer qu'une offre en race à viande
Dans le cas de l'exemple 2, les fournisseurs ne peuvent pour le lot 1 :
• que répondre à l'option obligatoire, à savoir proposer au moins 50% du tonnage en race à viande pour le lot 1
• Rq : à noter que dans ce cas l'option obligatoire pourrait être remplacée dans les spécifications techniques du lot 1 par un critère de race portant sur la même exigence.

5.3 - LES VARIANTES

L'utilisation de variantes peut être autorisée par l'acheteur dans la soumission d'un marché.
Les variantes sont des modifications, **proposées à l'initiative des candidats,** de certaines spécifications décrites dans le cahier des charges et qui sont susceptibles de conduire, de la part des fournisseurs, à des propositions financières plus intéressantes ou à des propositions techniques plus performantes.

Une variante peut être technique, administrative ou financière. Elle est technique par exemple si elle porte sur le matériau utilisé dans un marché de travaux ou sur des caractéristiques environnementales dans un marché de produits... Elle peut être administrative si elle porte sur la durée d'exécution du marché ou le calendrier. Enfin, elle peut être financière si elle concerne des délais de paiement, la composition d'un prix forfaitaire...

Les candidats peuvent proposer des variantes par rapport aux spécifications des cahiers des charges qui ne sont pas désignées comme des exigences minimales à respecter dans le règlement de la consultation. Les variantes doivent être proposées **en complément de l'offre de base.** L'acheteur indique dans l'avis d'appel public à la concurrence ou dans les documents de la consultation s'il autorise ou non les variantes; à défaut d'indication, les variantes ne sont pas admises.
Les variantes sont admises à la condition qu'elles respectent une double exigence :
- respect des exigences minimales mentionnées dans les documents de la consultation,
- respect des modalités de présentation des variantes.

Soit l'autorisation d'une ou plusieurs variantes est expressément prévue, sans limitation particulière, mais en prévoyant des exigences minimales et les modalités de leur présentation, soit l'acheteur peut orienter la ou les variantes, en exprimant dans les documents de consultation le ou les points sur lesquels une variante est attendue.

Exemples d'utilisation des variantes :
Dans le cas d'un marché de viande fraîche, l'acheteur peut mentionner dans le CCAP ou le règlement de consultation :
Variante autorisée : oui, sur des viandes soutenant le développement durable.

<u>Les fournisseurs peuvent :</u>
• Ne répondre que sur les exigences minimales demandées par l'acheteur sur les produits du marché (= offre de base)
• Ou bien faire 2 offres :
– l'une répondant aux exigences minimales demandées par l'acheteur sur les produits du marché (= offre de base)
– l'autre proposant une viande répondant à la fois aux exigences minimales demandées par l'acheteur mais également au développement durable. Dans ce cas, c'est le fournisseur qui précise en quoi cette viande répond à un objectif de développement durable (ex : bassin d'approvisionnement des animaux, organisation du ramassage des animaux ou des livraisons, nombre de salariés dans l'entreprise, politique de l'entreprise en matière de développement durable,....)

FICHE 5 / LES VARIANTES ET OPTIONS (SUITE)

5.4 - L'INTÉRÊT DES VARIANTES

Le fait de prévoir la possibilité de variantes peut constituer une **opportunité pour l'acheteur de découvrir des solutions mal connues de lui, voire innovantes,** lui permettant d'améliorer la satisfaction du besoin. Le recours aux variantes permet au candidat d'intégrer des caractéristiques dans les spécifications techniques répondant aux objectifs fixés par l'acheteur sans que celui-ci en ait les compétences techniques (ex : domaine du développement durable). Toutefois, l'acheteur ne doit pas sous-estimer la complexité du jugement des offres qui peut résulter de l'acceptation des variantes et il est conseillé d'en limiter le nombre.

5.5 - DIFFÉRENCES D'UTILISATION DES VARIANTES ENTRE MAPA ET PROCÉDURE FORMALISÉE

Dans le cas des procédures formalisées (AO), si l'acheteur n'a rien mentionné dans les documents de consultation au sujet des variantes, celles-ci ne sont pas autorisées.

Par contre, dans le cas des MAPA, si rien n'est mentionné par l'acheteur à ce sujet, les candidats peuvent proposer des variantes. Dans ce cas, l'acheteur s'il ne souhaite pas d'offre « variantes » doit mentionner dans les documents de la consultation qu'il s'oppose à l'exercice de cette faculté.

5.6 - LE JUGEMENT DES OFFRES VARIANTES

Le règlement de la consultation doit préciser les modalités de jugement des variantes et des options.

L'analyse des variantes intervient après celle des offres de base. Cela débouche sur deux classements (variantes et offres de base) en fonction des critères de pondération retenus.
Malgré ces deux classements, l'analyse finale ne met pas forcément en confrontation la meilleure offre de base et la meilleure variante. **L'offre choisie est bien celle qui obtient la meilleure note globale sur l'analyse de l'ensemble des offres.**

Lorsque de nombreuses variantes sont remises, l'acheteur se doit de toutes les analyser. Il doit pour cela utiliser des critères **et pondérations identiques servant à l'analyse des offres classiques.**

Les principes d'égalité de traitement des candidats et de transparence des procédures doivent être continuellement respectés. Par exemple, en aucun cas les variantes ne se verront attribuer un bonus pour une performance particulière (financière, environnementale ou en termes de caractère innovant) que les offres de base ne pourraient recevoir. Les règles de notation sont définies préalablement dans le règlement de consultation et ne doivent pas être modifiées en fonction du contenu des offres variantes.

Exemple : *dans le cadre d'un marché d'achat de viande bovine, des variantes environnementales peuvent être autorisées. Des solutions proposées par les candidats peuvent portées sur les conditions d'élevage des animaux, de transport des viandes...*
Ces réponses ne doivent pas conduire à réformer les critères d'attribution ou leur pondération, même s'il peut être tentant de donner à l'un d'entre eux un poids plus important en fonction de la performance environnementale de telle ou telle offre.

De même, il convient de bien s'assurer que l'offre variante répond bien aux conditions minimales exigées dans le cahier des charges. **Une offre variante s'écartant trop des exigences minimales sera déclarée non-conforme et rejetée.**

Exemple : *dans le cadre d'un marché d'achat de viande bovine autorisant des variantes environnementales mais exigeant pour les biftecks par exemple des durées de maturation minimales, une offre variante présentant des caractéristiques intéressantes sur le plan environnemental mais ne mentionnant aucune durée de maturation sur les biftecks sera considérée comme non conforme et donc rejetée.*

FICHE 6 / LA MENTION D'UNE ORIGINE GÉOGRAPHIQUE DANS LES ACHATS PUBLICS

6.1 - LE CODE DES MARCHÉS PUBLICS ET LA MENTION DE L'ORIGINE GÉOGRAPHIQUE

Le recours à un critère faisant mention d'une origine géographique que ce soit pour le lieu d'implantation du candidat ou de la provenance des produits est illégal dans le cadre des marchés publics. Ainsi, pour la viande, l'acheteur ne pourra pas mentionner de critères faisant référence ni au lieu de production (l'élevage) ni au lieu de l'implantation du fournisseur (abattoir – atelier de transformation).

En effet, d'après le CMP, les marchés publics et les accords-cadres soumis au présent code doivent respecter les principes de liberté d'accès à la commande publique, d'égalité de traitement des candidats et de transparence des procédures.

Ainsi, très clairement, le recours à un critère d'origine géographique que ce soit sur la sélection du candidat ou sur les exigences spécifiées sur les produits est une entrave aux principes du CMP,
du fait que **ce critère aura nécessairement pour effet de favoriser ou d'éliminer certains fournisseurs ou certains produits, et représente donc un caractère discriminatoire.**

D'ailleurs, Mme la Ministre de l'économie, de l'industrie et de l'emploi a répondu à une question d'un député à ce sujet : *« l'introduction d'un critère de préférence locale dans le cas des marchés publics est impossible, car elle constituerait une méconnaissance des règles communautaires de la commande publique. »* (Rép. min. du 09/03/2010 à question n° 64555, JO Assemblée nationale, p. 2705)

A noter que bien que cela soit interdit par le CMP, on rencontre aujourd'hui dans un certain nombre de marchés publics sur les viandes, dans les spécifications techniques des CCP, des références à des provenances géographiques, comme par exemple :
- *« viandes bovines VBF »,*
- *« viandes d'agneau du Quercy »,*
- *« veau de l'Aveyron ».*

6.2 - SPÉCIFICATIONS TECHNIQUES ET EXIGENCES D'UNE ORIGINE

Concernant la définition du produit dans le marché, le CMP est très clair sur ce point :
« Les spécifications techniques **ne peuvent pas faire mention** d'un mode ou procédé de fabrication particulier ou **d'une provenance ou origine déterminée,** ni faire référence à une marque, à un brevet ou à un type, dès lors qu'une telle mention ou référence aurait **pour effet de favoriser ou d'éliminer certains opérateurs économiques ou certains produits ».**

Ce critère géographique peut recouvrir plusieurs échelles : du plus local jusqu'à l'échelon national (pays).

Exemple :
Ainsi en viande, il n'est donc pas possible de mentionner dans un cahier des charges (mentions illégales et marché attaquable) :
- *« viande d'origine française », « VBF »,*
- *« Avenant au Cahier des Charges VBF (98-02), en application de l'article 16 du règlement 1760/2000, portant sur la mention de l'origine locale ou régionale de la viande »*
- *« viande de la région Bretagne »*
- *ou encore « viande de la vallée d'Aspe »*

6.3 - ORIGINE GÉOGRAPHIQUE COMME VARIANTES OU COMME CRITÈRE D'ATTRIBUTION

A l'instar des spécifications techniques sur le produit, il n'apparaît pas possible de faire mention d'une origine locale dans la passation d'un marché. Par exemple, il n'apparaît pas possible d'autoriser des variantes à l'offre de base sur ce point, ni même d'envisager un critère d'attribution sur ce thème.

Exemple :
Il apparaît illégal de mentionner dans un marché public :
- *« Les candidats pourront proposer concernant les lots 1, 2, 4, une variante avec des produits locaux ou régionaux »*
- *Ou encore « Critères d'attribution : offre économiquement la plus avantageuse appréciée en fonction :*

- du prix : sur 50 points, notés sur la base des bordereaux de prix
- de la qualité technique : sur 30 points, notés sur la correspondance de la réponse aux spécifications techniques des produits
- de l'origine : sur 20 points, notés en fonction de la proximité de l'origine des viandes

FICHE 7 / QUELLE AUTRE POSSIBILITÉ POUR ACHETER LOCAL DANS LE CADRE DES MARCHÉS PUBLICS

7.1 - LES SIQO : INTERDITS D'UTILISATION DANS LES MARCHÉS PUBLICS S'ILS PORTENT SUR L'ORIGINE GÉOGRAPHIQUE

L'interdiction de faire référence à une provenance ou une origine déterminée exclue-t-elle la possibilité d'intégrer des produits AOC, AOP ou IGP dans les marchés publics ? En effet, ces produits sont désignés par le nom d'une région ou d'un lieu déterminé dont est originaire le produit, et dont l'ensemble du processus de fabrication (production, transformation, élaboration) est dans l'aire géographique déterminée pour l'AOC ou AOP et une de ces composantes pour l'IGP.
Ainsi, même si dans la définition de ces produits, cette origine marque qualitativement le produit (exclusivement pour les AOC et AOP et pour une caractéristique pour l'IGP), l**eur désignation même apparaît comme une entrave aux règles des marchés publics.** Ainsi, il n'est pas possible d'exiger dans les cahiers des charges des marchés publics des viandes sous AOC / AOP ou IGP.

Exemples :
Il apparaît illégal de mentionner dans un marché :
- *des viandes bovines IGP « viande bovine du Pays de l'Aubrac »,*
- *des viandes ovines IGP « agneau de Poitou-Charentes »,*
- *ou encore de la viande bovine AOC « Maine-Anjou ».*

7.2 - UTILISATION DE CRITÈRES PARTICULIERS : RACE, CATÉGORIE... POUR CONTOURNER L'INTERDICTION D'EXIGER UNE ORIGINE

La même règle s'applique pour tout caractère discriminatoire du type : marque, procédé de fabrication, type, ... qui exclurait des fournisseurs ou des produits.

Exemples :
***Il est exclu** dans le cadre des marchés publics de mentionner :*
- *la marque d'une viande d'une entreprise « le bifteck xxxx de la maison xxxx »,*
- *de même qu'un plat cuisiné dont la recette est la propriété d'une seule entreprise,*
- *ou encore d'exiger des viandes d'une race à petits effectifs et présentent uniquement localement (races bovines Bretonne Pie Noire, Vosgienne, Bazadaise, Gasconne, Abondance,...).*

***Par contre, il est possible** de mentionner :*
- *une race à la condition qu'elle n'entraîne pas de distorsion de concurrence entre fournisseurs (même facilité d'approvisionnement,...), comme par exemple la Charolaise, la Limousine, la Prim'Holstein ou la Normande car en effectifs très importants et largement répandues en France et dans d'autres pays.*
- *un sexe ou une catégorie animale (femelles, vaches, bœufs, ...),*
- *un âge maximum (par ex vache d'âge inférieur ou égal à 10 ans),*
- *une catégorie de carcasses (carcasse de moins de 400 kg, de conformation P, O, R et d'état d'engraissement de 3 ou 4).*

IMPORTANT :
Avant de mentionner dans le cahier des charges sur une viande, une ou plusieurs de ces exigences citées dans ces exemples, il est recommandé à l'acheteur d'en évaluer les conséquences sur les disponibilités auprès des fournisseurs (facilité d'approvisionnement,...) et sur les prix. En effet, la multiplicité de tels critères dans un cahier des charges risquent de rendre le marché difficile à pourvoir ou infructueux (exemple d'un marché : sur un lot de viande à braiser dont le volume est de 5 000 kg, un acheteur qui ne souhaiterait que du paleron de génisses charolaises de type R3, de moins de 350 kg de carcasse...). Il faut rappeler que la construction du CCP Viandes et de LOGAVIA a été réalisée dans un objectif de limitation du nombre de critères en se recentrant sur ceux essentiels pour atteindre un niveau de qualité sur les produits, tout en maîtrisant les coûts.

7.3 - LA RÈGLE DE NON DISCRIMINATION VAUT AUSSI POUR LES PRODUITS

Concernant l'interdiction d'utiliser une **mention à caractère discriminatoire** (référence géographique, à une marque,...), il est important de rappeler que dans le CMP, une telle mention est **interdite si elle discrimine ou favorise soit un fournisseur, mais aussi un produit.** Ainsi, en pratique, le fait que certains acheteurs pensent se couvrir contre ce caractère discriminatoire en justifiant des réponses de plusieurs fournisseurs à leurs marchés, ne signifie pas pour autant que leur marché n'est pas discriminatoire vis-à-vis des produits.

Exemple : *Un marché sur la viande qui mentionnerait dans ses spécifications des viandes issues d'animaux nés et élevés en Normandie et dont l'acheteur argumente le caractère non discriminatoire par le fait qu'un fournisseur (abattoir ou découpeur) situé en Alsace ou en Bretagne peut aussi bien répondre qu'un fournisseur localisé en Normandie. Même si effectivement, plusieurs fournisseurs quelque soit leur localisation géographique peuvent répondre à ce marché, ce marché au sens du CMP apparait cependant illégal car il apparaît discriminatoire vis-à-vis des produits. Il en serait de même pour un marché portant sur des « viandes VBF ».*

FICHE 7 / QUELLE AUTRE POSSIBILITÉ POUR ACHETER LOCAL DANS LE CADRE DES MARCHÉS PUBLICS (SUITE)

7.4 - L'ARGUMENT D'ÊTRE « LIÉ À L'OBJET DU MARCHÉ » POUR JUSTIFIER UNE ORIGINE GÉOGRAPHIQUE ?

Néanmoins, si le CMP exclut ces critères faisant mention d'une provenance ou d'une origine déterminée; pour des raisons discriminatoires, il mentionne également que « toutefois, **une telle mention ou référence est possible si elle est justifiée par l'objet du marché** ou, à titre exceptionnel, dans le cas où une description suffisamment précise et intelligible de l'objet du marché n'est pas possible sans elle **et à la condition qu'elle soit accompagnée des termes : " ou équivalent ".**
Ainsi, une référence à une provenance ou une origine pour la sélection du candidat ou la caractérisation d'un produit dans la passation d'un marché ne pourrait être légale que si l'objet du marché ou du lot se référant au produit en question le justifie pleinement.

Exemples :
Pour les produits viande, on peut envisager des marchés ou des lots dans le marché caractérisés par différents « objets » qui paraissent « légaux » et argumentables :
- *marché ou lot : viandes de qualité*
- *marché ou lot : viandes favorisant le développement durable*
- *marché ou lot : viandes pour les journées à thème sur les produits régionaux*

Ceci étant, **les possibilités d'argumenter la présence de produits locaux** pour justifier l'un de ces 3 marchés demeurent donc assez **limitées pour la viande.**
En effet, pour ce qui est de la qualité des produits, ce n'est pas parce que la viande est locale qu'elle est plus tendre, plus gouteuse, qu'elle se conserve mieux.
C'est peut-être le cas pour d'autres produits (fruits et légumes : plus frais, récoltés à maturité) mais cela paraît difficile à justifier pour la viande.

Exemple :
Pour un marché de fruits et légumes, un lot portant sur des « fruits et légumes frais de saison » permet de justifier une spécification technique portant sur des produits provenant d'un zone géographique déterminée. Ce cas est cité par le guide de la commission européenne « achetez vert ».

Pour le développement durable (voir fiche 8), il y a également **peu d'arguments tangibles pour qu'une viande produite localement soit plus respectueuse de l'environnement,** le transport interviendrait seulement pour une faible part dans le bilan carbone (a priori d'après les différents calculs qui sont en cours). Ainsi, le transport à lui seul, apparaît comme un critère discriminant et ne peut être utilisé comme tel dans les marchés publics. De plus, un marché ou un lot de viande portant sur le développement durable doit reposer sur une approche globale de l'environnement dans ses spécifications techniques des produits ou dans ses critères d'attribution et pas seulement sur celui du transport.

Le seul cas où le pouvoir adjudicateur peut s'adresser à un prestataire quel qu'il soit pour acheter la viande qu'il souhaite (par exemple avec une origine géographique précise) et qui est prévu par le CMP, concerne les marchés à bons de commande. L'acheteur peut en effet dans ce cas et à condition que ce soit pour des besoins occasionnels de faible montant (pour autant que le montant cumulé de tels achats ne dépasse pas la somme de 10 000 Euros HT) acheter à un prestataire autre que le ou les titulaires de l'accord-cadre, la viande qu'il souhaite pour ces besoins occasionnels (par exemple : de la viande « locale » pour des journées à thème régionales).

Par contre, un marché ou un lot dont l'objet porterait sur une provenance géographique paraît peu défendable.

***Exemple :** il apparaît illégal d'utiliser comme intitulé d'un lot ou d'un marché :*
• marché ou lot : viandes d'origine régionale

FICHE 8 / LA PROBLÉMATIQUE DU DÉVELOPPEMENT DURABLE DANS LE CADRE DES MARCHÉS PUBLICS

8.1 - LA PRISE EN COMPTE DU DÉVELOPPEMENT DURABLE DANS LES MARCHÉS PUBLICS

Le **CMP** précise que « la nature et l'étendue des besoins à satisfaire sont déterminées avec précision (...) en prenant en compte des objectifs de développement durable ».
Cet article **impose donc au pouvoir adjudicateur une obligation de s'interroger sur la définition de ses besoins eu égard à des objectifs de développement durable.** La notion de développement durable est entendue au sens large puisqu'elle comprend trois piliers qu'il convient si possible de combiner :
- **efficacité économique,**
- **équité sociale,**
- **et développement écologiquement soutenable.**

Ainsi, pour chacun de ses achats, l'acheteur a l'obligation de s'interroger sur la possibilité d'intégrer dans son marché ou dans la procédure de passation des exigences en termes de développement durable, à partir d'un seul ou de l'ensemble des trois piliers. « Dans la mesure où il s'agit d'une obligation qui lui est imposée par le code, l'acheteur doit être en mesure de justifier à tout moment, à l'égard des organismes de contrôle du marché, de son impossibilité de prendre en compte de tels objectifs de développement durable. Le pouvoir adjudicateur peut notamment utiliser le rapport de présentation prévu à l'article 79 pour expliquer sa décision ». (Rép. min. du 11/01/2007 à question n° 25167, JO Sénat, p. 75).

La notion de développement durable est en cours de clarification au niveau national.
En effet, suite au Grenelle de l'Environnement, des indicateurs permettant l'évaluation annuelle de la Stratégie nationale du développement durable seront adoptés chaque année par un Comité interministériel. Ces indicateurs seront publiés et serviront de modèles aux acteurs économiques du public ou du privé.
Pour 2010, 15 indicateurs phares associés aux 9 défis en terme de développement durable ont été mentionnés dans un tableau de bord 2010-2013 révisable chaque année.
Parmi ceux qui pourraient concerner l'alimentaire, on peut retenir, sous réserve d'une validation par la jurisprudence :
- « émissions de gaz à effet de serre »
- « empreinte carbone »
- « part des énergies renouvelables dans la consommation d'énergie »
- « consommation d'énergie dans les transports »
- « artificialisation des sols »

8.2 - L'INTÉGRATION DU DÉVELOPPEMENT DURABLE DANS LES DOCUMENTS DE CONSULTATION DES MARCHÉS PUBLICS

La prise en compte du développement durable dans un marché peut se traduire à différents niveaux dans la procédure :

- **dans les spécifications techniques**
- **dans les conditions d'exécution du marché**
- **ou dans la sélection des candidatures et des offres.**

Cette notion doit, comme tout autre objectif souhaité par l'acheteur dans la passation du marché, respecter les grands principes des marchés publics (cf. fiche 1).

Le CMP mentionne que les spécifications techniques sont formulées :

1. **soit par référence à des normes ou à d'autres documents équivalents** (agréments techniques, référentiels techniques)
2. **soit 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 au pouvoir adjudicateur d'attribuer le marché. Elles peuvent inclure des caractéristiques environnementales.

Comme toute spécification technique ou critère d'attribution, le ou les critères définissant ce qu'on attend en terme de développement durable sur un produit ou un candidat doit être précis, pertinent, objectivé, mesurable et lié tout en étant proportionné à l'objet du marché.

Exemples :
Dans le cas de prise en compte du développement durable dans les critères d'attribution, le développement durable n'interviendra que pour un pourcentage assez limité dans la note globale (environ 20 à 25 % maximum des points). A noter sur ce point que la jurisprudence européenne a reconnu licite dans le cadre d'un marché public une pondération de 45% du critère environnemental (Guide FNAB). Un critère affecté d'un faible coefficient dans la notation et dont l'instrument de mesure sera défini précisément aura moins de risques d'être critiquable qu'un critère ayant un fort poids dans la notation et dont la méthode de mesure sera peu ou pas précisée.

D'autre part, il apparaît que la notion de développement durable implique une conception globale et il est recommandé de ne pas se focaliser sur un seul paramètre.

Exemple :
Il convient d'éviter de n'aborder le respect de l'environnement que sous l'angle du transport du produit depuis le fournisseur jusqu'au lieu de livraison (distance, consommation de carburants,....). Cela serait illégal comme références ou comme critères.

Enfin, il semble également possible, si l'acheteur n'a pas de connaissance précise des critères environnementaux appropriés pour un produit, d'autoriser une variante sur cet aspect. Ceci étant, pour juger des offres variantes qu'il recevra, il sera amené à évaluer l'efficacité réelle des propositions environnementales avancées par les fournisseurs.

Exemple :
Variantes autorisées sur la prise en compte de caractéristiques écologiques.

FICHE 9 / LES PRODUITS BIO COMME TRADUCTION DU DÉVELOPPEMENT DURABLE DANS L'ACHAT PUBLIC

9.1 - LE BIO ET LES ACHATS PUBLICS

Le CMP donne clairement la possibilité de demander des produits bio, à condition de demander un produit issu de l'agriculture biologique **« ou équivalent ».**
En effet, d'une part, le CMP incite à prendre en considération le développement durable dans la passation de son marché. D'autre part, les produits issus de l'agriculture biologique sont explicitement cités comme exemple de produits respectueux de l'environnement.

Par ailleurs, dans une **circulaire du 2 mai 2008,** le Premier Ministre mentionne que l'Etat en termes d'exemplarité et afin de mettre en application les décisions prises lors du Grenelle de l'Environnement, incite **les services de restauration des administrations de l'Etat et des établissements publics placés sous sa tutelle à utiliser régulièrement des denrées issues de l'agriculture biologique.** Il précise que les restaurants concernés sont ceux des administrations centrales et de leurs services déconcentrés, et des établissements publics sous tutelle, qu'ils soient réservés aux agents de l'Etat et de ses établissements ou ouverts au public, tels ceux des CROUS et des centres hospitaliers universitaires.
La liste des restaurants sera établie par chaque ministère et préfecture. L'objectif, pour l'année 2010, est d'introduire 15 % de denrées issues de l'agriculture biologique dans les menus et d'atteindre 20 % en 2012. Le but est de promouvoir le développement durable auprès des collectivités territoriales, des particuliers et des entreprises. Dans cette circulaire, le ministre rappelle les différents textes et règles du CMP qui permettent de mettre en oeuvre cette mesure.

Par ailleurs, au niveau européen, **la Commission européenne mène une politique active pour favoriser le déploiement des achats publics durables dans les Etats membres.** Elle oeuvre à l'élaboration de critères environnementaux communs à utiliser dans les marchés publics. Ainsi, sur son site (GPP : Green Public Procurement), elle mentionne les critères qui peuvent être retenus par l'acheteur dans le cas de marchés publics portant sur l'alimentaire :
• un 1er niveau d'exigence pour un certain pourcentage de produits du marché : produits qui doivent être issus d'un mode de production biologique au sens du règlement (CE) n° 834/2007 (critère défini comme « critère de base » par la commission). A noter que la commission dans ce cas n'indique pas la mention « ou équivalent ».
• Un 2e niveau d'exigence pour un autre pourcentage des produits du marché : produits qui doivent être porteurs d'un label régional/national garantissant qu'ils sont issus d'une production « intégrée » ou d'un système équivalent. Si les produits ne sont pas certifiés, le fournisseur doit fournir la preuve appropriée (notamment une liste des substances chimiques utilisées dans la production, les conditions en matière de bien-être des animaux, etc.) du respect de chacune des exigences définies dans les normes régionales/nationales de la production intégrée.

En terme d'explications sur cette production dite « intégrée » la commission européenne mentionne qu'ils correspondent aux certifications et normes mises en place par chaque pays pour ces produits concernant le respect de l'environnement ou le bien-être animal.

Concrètement, cela renforce le sentiment que peuvent être utilisés dans les marchés publics les références suivantes :
- viandes issus de l'Agriculture Biologique (AB), répondant au règlement (CE) n° 834/2007, (ou équivalent)

9.2 - L'UTILISATION DU BIO DANS LES PROCÉDURES DES MARCHÉS PUBLICS

L'introduction de produits biologiques dans les marchés publics peut être traitée de plusieurs façons dans la procédure d'appel d'offres :

• Dans les spécifications techniques :

Exemple 1 :
• lot 1 : viande bovine respectueuse de l'environnement
- viande issue d'agriculture biologique selon le règlement (CE) n° 834/2007 (ou équivalent)

Exemple 2 :
• lot 1 : viande bovine respectueuse de l'environnement
- 50% au moins de la viande de ce lot sera issue d'agriculture biologique selon le règlement (CE) n° 834/2007

• Dans les variantes :

Exemple : dans le cas d'un marché sur les viandes bovines fraîches
Variantes autorisées : sur des produits issus de l'agriculture biologique, ou équivalent
Dans ce cas, le fournisseur répondra avec une offre de base (sur les exigences minimales du CCP) et pourra exprimer une offre complémentaire sur des viandes biologiques (ou sur d'autres viandes équivalentes dont il précisera les particularités).

• Dans les conditions d'attribution :

Exemple :
Marché de viandes fraîches composé des lots :
• lot 1 : viande bovine,
• lot 2 : viande de veau,
• lot 3 : viande ovine
Dans les critères de jugement des offres : un nombre de point supplémentaires sera accordé pour les offres mentionnant des viandes issues de l'agriculture biologique, pour chacun des lots.
Par exemple 1 point pour chaque % de viande biologique dans les lots (dans la limite de 30 points).

9.3 - D'AUTRES LABELS ÉCOLOGIQUES

Les "écolabels" sont délivrés à des produits comportant un ensemble de caractéristiques les rendant plus respectueux de l'environnement tout au long de leur cycle de vie, depuis l'extraction des matières premières jusqu'à leur rejet sous forme de déchets. Les critères de l'écolabel européen sont définis par le Règlement CE n°1980/2000 et font l'objet de décisions de la Commission Européenne par catégories de produits et de services (lave-vaisselle, réfrigérateurs, détergents, ampoules, hébergements touristiques...).
Un écolabel national existe également, matérialisé par une marque collective de certification.

Pour la viande, il n'apparaît pas dans l'immédiat d'utilisation directe de ce type de label.

FICHE 10 / LES AUTRES CRITÈRES POSSIBLES POUR TRADUIRE LE DÉVELOPPEMENT DURABLE DANS L'ACHAT PUBLIC DE VIANDE

10.1 - VIANDE ET DÉVELOPPEMENT DURABLE

La prise en compte du développement durable pour l'alimentaire et en particulier pour les viandes dans les marchés publics ne semble possible qu'avec un des 3 piliers du développement durable : celui de l'environnement. Il apparaît en effet plus difficile et complexe de traduire un enjeu économique et social pour ce type de produits (voir fiche 8).

Ceci étant, on peut s'interroger sur la véracité d'un marché qui ciblerait des produits locaux ou régionaux dans l'objectif de maintenir une activité sur un territoire et ainsi répondrait aux 2 autres piliers du développement durable : enjeu économique et social pour ce territoire. Ce type d'approche intéresse nombre de collectivités territoriales qui souhaiteraient « utiliser » les marchés publics dans ce but.

Concernant l'environnement, la mise en place d'une approche globale, plus justifiée que celle portant sur un seul critère, nécessite d'intégrer toute la chaîne de production : depuis l'élevage de l'animal à la ferme jusqu'à la livraison des morceaux de viande à l'acheteur. Cette approche **s'apparente à celle des ACV (Analyse des Cycles de Vie)** utilisée dans la réalisation des bilans environnementaux pour différents produits. De nombreux travaux sont en cours sur des ACV en viande et il convient d'attendre les résultats de ces travaux pour connaître le poids de chaque poste dans la contribution environnementale globale et pouvoir conseiller ensuite les acheteurs dans le choix des critères.

Parmi les postes qui sont intégrés dans les ACV et pouvant avoir un rôle important dans le bilan final, on peut citer :

- le système de production de l'animal : type d'animal (vache, jeune bovin,...), type d'alimentation (composition de la ration), le coût environnemental de production de l'aliment (plus ou moins intensif, produit sur l'exploitation ou importé,...)
- le transport de l'animal à l'abattoir (circuit, type de véhicule,...)
- l'abattage – découpe (niveau d'élaboration des pièces, conditionnement,...)
- le transport de la viande de l'entreprise à la collectivité
- ...

> ! *Dans le cas de la passation des marchés publics, il paraît difficile d'aller sur des critères de production des animaux comme l'alimentation, critères beaucoup trop complexes et coûteux à tracer jusqu'au morceau de viande. De même, la prise en compte du seul critère de transport semble beaucoup trop restrictif. Ainsi, il convient d'attendre les résultats des calculs des ACV pour se recentrer sur quelques critères - très marquants (qui pourraient être par exemple : catégorie, race, système global de production,...)*

10.2 - DES DÉMARCHES NATIONALES (AR, CBPE, HVE) COMME RÉPONSE AU DÉVELOPPEMENT DURABLE

Une autre façon de traduire le développement durable est, comme l'indique le CMP, de faire référence à des normes ou documents équivalents.
Par exemple, l'acheteur, pour justifier un marché ou des lots répondant à un objectif de développement durable, peut intégrer dans ses besoins :
• des produits issus de **l'Agriculture Biologique**
• des produits issus d'autres méthodes de production respectueuses de l'environnement et reconnues comme telles :
- **l'agriculture raisonnée** (AR, voir 10.3)
- **la charte des bonnes pratiques d'élevage** (CBPE, voir 10.4)
- **la certification environnementale des exploitations agricoles** (HVE, voir 10.5)

10.3 - L'AGRICULTURE RAISONNÉE (AR)

L'agriculture raisonnée correspond à des démarches globales de gestion de l'exploitation qui visent, au delà du respect de la réglementation, à renforcer les impacts positifs des pratiques agricoles sur l'environnement et à en réduire les effets négatifs, sans remettre en cause la rentabilité économique des exploitations.
Depuis le 10 mai 2001, l'agriculture raisonnée bénéficie d'un cadre légal clair précisé dans l'article L.640 3 du Code Rural. Le Décret n° 2002-631 paru au Journal officiel du 28 Avril 2002 définit l'agriculture raisonnée comme suit :
« Les modes de production raisonnés en agriculture consistent en la mise en oeuvre, par l'exploitant agricole sur l'ensemble de l'exploitation dans une approche globale de celle-ci, de moyens techniques et de pratiques agricoles conformes aux exigences du référentiel de l'agriculture raisonnée.
Le référentiel porte sur le respect de l'environnement, la maîtrise des risques sanitaires, la santé et la sécurité au travail et le bien-être des animaux ».

Ainsi, défini clairement par un Décret et portant entre autre sur des exigences environnementales, cette démarche **semble répondre complètement aux règles du CMP.** Ceci étant, l'agriculture raisonnée ne concernerait aujourd'hui que quelques 4000 exploitations agricoles dont essentiellement des grandes cultures, la viticulture, les cultures légumières et fruitières, **et paraît donc comme une source d'approvisionnement limité en viandes pour la RHD.**

FICHE 10 / LES AUTRES CRITÈRES POSSIBLES POUR TRADUIRE LE DÉVELOPPEMENT DURABLE DANS L'ACHAT PUBLIC DE VIANDE (SUITE)

10.4 - LA CHARTE DES BONNES PRATIQUES D'ELEVAGE (CBPE)

La Charte des Bonnes Pratiques d'Elevage apparaît par contre comme une démarche plus intéressante pouvant être exigée dans le cas des marchés publics. En effet, elle ne concerne que les éleveurs bovins et est aujourd'hui très développée, comptant près de 75% des éleveurs de bovins et 75% du cheptel.
Elle est basée sur une notice technique et une grille d'évaluation nationale. L'éleveur s'engage sur 7 chapitres, chacun ayant un minimum requis, avec un système de contrôle externe. Un des chapitres concerne le respect de l'environnement (entretien, stockage des effluents, fertilisation, traitement phytosanitaires, gestion des déchets) et un autre le bien-être animal.

Exemple d'utilisation :
Pour un marché ou un lot intitulé : « viandes bovines respectueuses de l'environnement » : l'acheteur peut mentionner dans les spécifications techniques : les viandes proviendront d'élevages engagés dans la démarche : Charte des Bonnes Pratiques d'Elevage, ou équivalent. Il peut également demander aux fournisseurs comme moyen de vérification que ceux-ci indiquent à chaque livraison les n° d'élevages dont proviennent les viandes bovines livrées.

10.5 - LA CERTIFICATION ENVIRONNEMENTALE (HVE : HAUTE VALEUR ENVIRONNEMENTALE)

Le dispositif de certification environnementale vise à reconnaître et fédérer les démarches existantes (agriculture raisonnée, CBPE) autour d'exigences et d'objectifs communs afin de mettre en valeur et développer des modes de production plus durables. Le projet de loi portant engagement national pour l'environnement dit « Grenelle 2 » prévoit (art 42) :
- que les exploitations utilisant des modes de production particulièrement respectueux de l'environnement peuvent faire l'objet de certification
- que les produits issus d'exploitation HVE peuvent faire l'objet d'une mention.

Cinq domaines sont concernés par cette certification : stratégie phytosanitaire, préservation de la biodiversité, gestion des engrais, gestion quantitative de l'eau et consommation énergétique de l'exploitation. Cette certification se met en place et devrait permettre aux consommateurs de mieux identifier les produits issus de ces élevages. Elle pourrait donc, à terme, en fonction de son développement, devenir une voie d'expression des exigences des acheteurs qui souhaitent obtenir dans leurs marchés publics des produits répondant à la problématique de développement durable. Dans l'immédiat, ce dispositif se met en place et ne permet pas pour l'instant d'assurer aux fournisseurs un approvisionnement suffisant en viande.

FICHE 11 / MARCHÉS PUBLICS ET SIGNES OFFICIELS DE LA QUALITÉ ET DE L'ORIGINE

11.1 - LES SIQO ET LES MARCHÉS PUBLICS

Le CMP indique que l'acheteur doit définir son besoin à partir de spécifications techniques sur les produits, en fixant les exigences requises en terme de qualité minimale. Pour ce faire, l'acheteur peut faire « référence à des Normes ou à d'autres documents équivalents accessibles aux candidats, notamment à des agréments techniques ou d'autres référentiels techniques élaborés par les organismes de normalisation. »

Les SIQO répondent à des cahiers des charges reconnus et homologués par les pouvoirs publics et font l'objet de contrôles par des organismes accrédités sur la base de la norme NF EN 45011 ou de la norme NF EN ISO/CEI 17020, semblent répondre pleinement aux exigences du CMP. Ainsi, **ils peuvent être assimilés à des référentiels techniques élaborés par des organismes de normalisation, au sens du CMP. Par contre, concernant le respect des règles du CMP, il convient de distinguer les SIQO liés à une origine géographique de ceux qu'ils ne le sont pas** (voir 11.2).

11.2 - LES SIQO « GÉOGRAPHIQUES » INTERDITS DANS LES MARCHÉS PUBLICS

Il faut distinguer dans les SIQO, ceux qui ne font pas référence à une origine géographique :

- **le Label Rouge**
- **l'Agriculture Biologique (AB)**
- **la STG (Spécialité Traditionnelle Garantie)** qui garantit un produit fabriqué soit à partir de matières premières traditionnelles, ou par une composition traditionnelle ou par un mode de production et/ou de transformation traditionnel, mais qui autorise dans sa dénomination l'utilisation de termes géographiques (Rq : aucune STG aujourd'hui ne porte sur des produits français, et de surcroit sur la viande. Ceci étant, une démarche est en cours au sein d'INTERBEV portant sur le troupeau allaitant).

On peut associer à ces signes, bien que ce ne soit pas un SIQO, **la CCP**. En effet, basée sur un cahier des charges certifié par un organisme certificateur accrédité sur la base de la norme NF EN 45011, la CCP remplit également les exigences du CMP.

L'appellation **« montagne »** qui fait partie des signes avec mention valorisante peut également prétendre répondre aux exigences requises par le CMP, dans le sens où ce signe repose sur des règlements techniques nationaux par produit et validés par les pouvoirs publics (un règlement technique concerne la viande bovine et un autre la viande porcine). Ceci étant, ce signe est rattaché non pas à des régions précisément dénommées mais plutôt à des caractéristiques de milieu (altitude, pente,...) définies par une Directive européenne (75/268, article L644-3). Ainsi une interrogation demeure sur le fait qu'elle se rattache aux signes portant sur une origine géographique précise et ainsi ne puisse être utilisée dans le cas des marchés publics ?

Les SIQO qui sont liés à une origine géographique :

- l'AOC (Appellation d'Origine Contrôlée) et l'AOP (Appellation d'Origine Protégée)
- l'IGP (Indication Géographique Protégée)

Par contre, l'utilisation de ces SIQO faisant mention d'une origine (AOC, AOP, IGP) comme exigence requise sur la définition des besoins **apparaît illégale vis à vis du CMP,** en regard de leur mention sur l'origine. En effet, selon le CMP (voir fiches 6 et 7), « les spécifications techniques ne peuvent pas faire mention d'un mode ou procédé de fabrication particulier ou d'une provenance ou origine déterminée (...) dès lors qu'une telle mention ou référence aurait pour effet de favoriser ou d'éliminer certains opérateurs économiques ou certains produits. Toutefois, une telle mention ou référence est possible si elle justifiée par l'objet du marché (...) ». Il apparaît donc clairement que ces SIQO (qui visent à protéger des particularités géographiques) s'opposent à cette règle de base du CMP et ne peuvent donc pas être utilisés dans le cadre des marchés publics. Sauf à montrer que l'utilisation de ces SIQO est justifiée par l'objet du marché (cas particulier de l'organisation de journées à thèmes, des marchés de grè à grè,..) (voir 3.3) on ne voit pas réellement comment peut s'argumenter un tel « objet » faisant référence à une localisation géographique pour le cas d'achat de volumes importants de viandes dans les marchés publics.

Les seuls SIQO (ou autre certification) **dont l'utilisation paraît légale** dans la traduction des besoins de l'acheteur dans un marché, sont donc **l'AB** (voir fiche 9), **les Label Rouge et les CCP** (pour celles uniquement où les caractéristiques certifiantes ne portent pas sur une origine géographique).

11.3 - COMMENT UTILISER LES SIQO DANS L'APPEL D'OFFRE ?

Selon le CMP, l'utilisation de telle mention ou référence (mode ou procédé de fabrication particulier marque, brevet, type), est possible si elle est justifiée par l'objet du marché ou, à titre exceptionnel, dans le cas où une description suffisamment précise et intelligible de l'objet du marché n'est pas possible sans elle et à la condition qu'elle soit accompagnée des termes : « ou équivalent ».

Ainsi, très concrètement pour la viande, il faut veiller à ce que **l'utilisation des SIQO (hors ceux faisant mention de l'origine) soit justifiée par l'objet du marché et soit accompagnée de la mention « ou équivalent ».** Ainsi, l'acheteur devra veiller à identifier clairement l'objet du marché dans la dénomination de son marché ou de son lot.

Exemple pour le Label Rouge :
Lot 3 : viandes de haute qualité gustative
• La viande bovine sera de la viande Label Rouge « ou équivalent » (ou encore viande Label Rouge Charolais « ou équivalent)
• La viande de veau sera de la viande Label Rouge « ou équivalent »
En pratique, le fournisseur pourra répondre sur ce lot 3 en proposant effectivement ces viandes Label Rouge ou des viandes équivalentes en terme de qualité. L'acheteur pourra demander aux fournisseurs répondant sur ce lot 3 de préciser les critères sur lesquels le fournisseur se fonde pour proposer une viande équivalente.

Pour l'AB (voir fiche 9) :
Lot 4 : viandes respectueuses de l'environnement
- La viande bovine sera de la viande AB « ou équivalent »

11.4 - RAPPEL : LA GESTION DE LA QUALITÉ ET DES COÛTS DANS L'ACHAT DE VIANDE DANS LE CADRE DES MARCHÉS PUBLICS : LE CCP VIANDES ET LOGAVIA

La qualité des viandes au sens gustatif peut être obtenue tout en maîtrisant les coûts dans le cadre des achats publics. Pour ce faire, l'acheteur peut se servir des critères techniques mentionnés espèce par espèce, plat par plat dans le CCP Viandes et les mettre en application pour répondre à ses propres besoins par l'utilisation du logiciel LOGAVIA.

TABLEAU RÉCAPITULATIF D'EXEMPLES DE CRITÈRES POUVANT ÊTRE UTILISÉS DANS LES MARCHÉS PUBLICS ET LÉGALITÉ (1/3)

CRITÈRES	UTILISATION DANS LE MARCHÉ PUBLIC	LÉGALITÉ / RESPECT DU CODE DES MARCHÉS PUBLICS	INTÉRÊT POUR L'ACHETEUR RECHERCHANT UN ACHAT « LOCAL »
CATÉGORIE (VACHE, JEUNE BOVIN,...), CLASSEMENT CARCASSE, ÂGE DE L'ANIMAL	Dans les spécifications techniques	Tout à fait légal	Présente peu d'intérêt, ne garantit rien en terme d'origine (ni de qualité)
RACE	Dans les spécifications techniques	Légal pour les races à gros effectifs et très répandues géographiquement (Charolaise, Prim'Holstien, Limousine, Normande,...) Plus discutable et attaquable pour les races à petits effectifs cantonnées à leur berceau d'origine (Vosgienne, Gasconne, Bazadaise, Abondance, Tarine,...)	Présente peu d'intérêt pour garantir une provenance régionale pour les races à gros effectifs qui se sont répandues au niveau national ou international (sauf quelques exceptions comme la Normande). Présente un certain intérêt pour approcher une origine nationale (sans garantie totale, dépend des races)
EXIGENCE DE PROVENANCE DES ANIMAUX	Dans les spécifications techniques : exemple : « animaux provenant d'élevages localisés sur les départements : 58, 71, 03 »	Tout à fait illégal, en l'état	
EXIGENCE DE LOCALISATION DES FOURNISSEURS	Dans le règlement de consultation : Exemple : « les fournisseurs doivent être localisés sur la région Bretagne »	Tout à fait illégal en l'état	
VIANDE BOVINE FRANÇAISE (VBF) OU SON AVENANT (98-02) PORTANT SUR LA MENTION DE L'ORIGINE	Dans les spécifications techniques ou dans le règlement de consultation : Exemple : « Les viandes bovines seront des viandes VBF ou d'origine Normandie (d'après le 98-02) »	Tout à fait illégal en l'état	
SIGNE OFFICIEL DE QUALITÉ ET D'ORIGINE, MENTIONNANT UNE ORIGINE	Dans les spécifications techniques : exemple : « viandes AOC Maine Anjou » Ou « viandes Label : boeuf fermier de Vendée »	Tout à fait illégal, en l'état. Y compris dans le cadre d'un marché où ce critère paraît justifié par l'objet de ce marché, du type : « Suite à l'adoption de la Charte de l'Environnement et aux possibilités offertes par le CMP, la collectivité xxx souhaite intégrer des clauses en faveur du développement durable. Ainsi les lots viande bovine n° 3, 5, 6 seront issus de viande AOC Maine Anjou, permettant ainsi le maintien de l'emploi sur le territoire d'éleveurs et de transformateurs. »	Pourrait permettre un achat de viande d'une région déterminée par le SIQO mais illégal"

CRITÈRES	UTILISATION DANS LE MARCHÉ PUBLIC	LÉGALITÉ / RESPECT DU CODE DES MARCHÉS PUBLICS	INTÉRÊT POUR L'ACHETEUR RECHERCHANT UN ACHAT « LOCAL »
SIGNE OFFICIEL DE QUALITÉ ET D'ORIGINE, NE FAISANT PAS MENTION D'UNE ORIGINE, OU APPELLATION « MONTAGNE »	Dans les spécifications techniques ou dans le règlement de consultation Exemple : « Les viandes bovines seront des viandes Label Rouge ou équivalent » ou « viandes de montagne ou équivalent ».	Tout à fait légal, sous réserve de la mention « ou équivalent ». L'appellation montagne semble également respecter le CMP puisque n'étant pas liée à des zones spécifiques mais à des conditions de milieu (altitude, pente,...)	Présente peu d'intérêt pour garantir une origine géographique. Seule l'appellation « montagne » permet de déterminer certaines zones d'élevage mais sans garantie de provenance d'une région bien spécifique.
VIANDES ISSUES DE L'AGRICULTURE BIOLOGIQUE (AB)	Dans les spécifications techniques. Exemple : « lot 3 : viandes respectueuses de l'environnement : les viandes seront des viandes AB ou équivalent » ou dans les variantes : exemple : « variantes autorisées : sur des produits issus de l'agriculture biologique, ou équivalent » ou dans les critères d'attribution : exemple : « un nombre de points supplémentaires sera accordé pour les offres mentionnant des viandes issues de l'agriculture biologique »	Tout à fait légal, du fait notamment de l'incitation par le CMP de prendre en compte le développement durable	Présente peu d'intérêt, ne garantie rien en terme d'origine des produits.
CHARTE DES BONNES PRATIQUES D'ELEVAGE (CBPE)	Dans les spécifications techniques ou dans les variantes ou encore dans les critères d'attribution (à l'identique des viandes AB) avec la mention « ou équivalent ». Il peut d'ailleurs être mentionné de manière complémentaire que le fournisseur apportera comme preuve à chaque livraison les n° des élevages dont provient la viande livrée.	Parait légal, du fait du statut de cette démarche, de ce qu'elle prend en compte et de l'incitation par le CMP d'intégrer le développement durable	Peut présenter un intérêt, dans le sens où la CBPE est une démarche uniquement nationale (les élevages chartés ne sont que français). De plus, les n° d'élevage permettent de voir de quels départements proviennent les viandes livrées.

CRITÈRES	UTILISATION DANS LE MARCHÉ PUBLIC	LÉGALITÉ / RESPECT DU CODE DES MARCHÉS PUBLICS	INTÉRÊT POUR L'ACHETEUR RECHERCHANT UN ACHAT « LOCAL »
DISTANCES (ÉLEVAGES - FOURNISSEURS OU FOURNISSEURS - COLLECTIVITÉ) OU DURÉE DE TRANSPORT	Dans les spécifications techniques ou dans les critères d'attribution. Exemples : « les élevages dont proviennent les viandes seront situés dans un rayon de 100 km autour de l'abattoir » ou « les fournisseurs doivent se situer à moins de 200 km de la collectivité » ou encore « la durée de transport de la viande depuis le fournisseur jusqu'à la collectivité doit être inférieure à 1 h »	Apparaît illégal du fait du caractère discriminatoire de ces critères. Ces critères paraissent peu justifiables par un objet du marché qui concernerait le développement durable (le coût environnemental du transport étant faible par rapport à l'ensemble des étapes de fabrication).	Présenterait un intérêt indéniable si cela était légal...
DURÉE DE MATURATION	Dans les spécifications techniques. Exemple : lot 1 : viande à cuisson rapide : les viandes auront une durée de maturation d'au moins 7 jours après abattage. Le fournisseur apportera comme preuve lors de chaque livraison, les dates d'abattages correspondant aux viandes livrées.	Apparaît tout à fait légal	Présente un intérêt pour l'achat de viandes françaises, dans le cas où ce critère est associé à celui de la date d'abattage comme justificatif. Il apparaît difficile pour les fournisseurs de procurer des dates d'abattages sur des viandes d'importation.
SERVICE PORTANT SUR LE DÉLAI DE RÉAPPROVISION-NEMENT EN CAS DE COMMANDE INSUFFISANTE	Dans les conditions d'exécution. Exemple : « en cas de commande insuffisante, le fournisseur s'engage à réapprovisionner le complément dans un délai de 48 h » ou dans les critères d'attribution : Exemple : dans les critères d'attribution : service pour 30%. Le service sera jugé sur le délai de réapprovisionnement du fournisseur en cas de commande insuffisante »	Tout à fait légal	Présente un intérêt sur la distance d'implantation du fournisseur vis-à-vis de la collectivité, mais ne garantit rien sur la localisation des élevages dont la viande provient.
ANALYSE DES CYCLES DE VIE (ACV)	Dans les spécifications techniques Exemple : les viandes du marché xxx ou du lot 5 présentent selon l'ACV, un bilan environnemental satisfaisant (bilan CO2 inférieur à...) ou dans les critères d'attribution : Exemple : critères d'attribution : environnement pour 30% basé sur l'ACV des viandes du marché	Parait légal, à la condition où le bilan environnemental est global (cas des ACV) et les règles de calculs précises, quantifiables et non discriminatoires. Or, ces règles de calculs ne sont pas encore officiellement arrêtées	Peut présenter un intérêt, selon les critères qui seront pris en compte dans les ACV. Mais cela est encore prématuré.

→ FICHE 1 : LES DIFFÉRENTS TYPES DE MARCHÉS SELON LES MONTANTS ET RÈGLES APPLICABLES

1.1 : Article 2 CMP
1.2 : Articles 1, 76 du CMP
1.3 : Article 77 du CMP
1.4 : Articles 26, 27-I, 27-II, 27-IV, 28, 35, 36, 40 du CMP

→ FICHE 2 : LES DIFFÉRENTES ÉTAPES ET ÉLÉMENTS CONSTITUTIFS DE LA PASSATION D'UN MARCHÉ PUBLIC

2.1 : Articles 5, 11, 12, 53 et 80 du CMP
2.2 : Articles 20 et 35 du CMP
2.3 : Article 80 du CMP

→ FICHE 3 : LES PRINCIPALES RÈGLES DE LA COMMANDE PUBLIQUE

3.1 et 3. 2 : Article 1 du CMP
3. 3 : Article 53 du CMP
3.4 : Article 6 du CMP et Articles 1, 2, 3, 4, de l'arrêté NOR ECOM0620005A du 28 août 2006 relatif aux spécifications techniques des marchés et des accords-cadres
3.5 : Article 53 du CMP.

→ FICHE 4 : L'ALLOTISSEMENT, RÈGLES, INTÉRÊT, CONTRAINTES

Article 10 du CMP

→ FICHE 5 : LES VARIANTES ET OPTIONS

Article 50 du CMP

→ FICHE 6 : LA MENTION D'UNE ORIGINE GÉOGRAPHIQUE DANS LES ACHATS PUBLICS

6.1 : Article 1 du CMP et QE S, Rép. min. n° 64555, JO Assemblée Nationale du 09/03/2010 p. 2705
6. 2 : Article 6 du CMP et Articles 1, 2, 3, 4, de l'arrêté NOR ECOM0620005A du 28 août 2006 relatif aux spécifications techniques des marchés et des accords-cadres
6. 3 : Articles 50, 53 du CMP

→ FICHE 7 : QUELLE AUTRE POSSIBILITÉ POUR ACHETER LOCAL DANS LE CADRE DES MARCHÉS PUBLICS

7.1 : Article 1 du CMP
7.2 : Article 1 et 53 du CMP

→ FICHE 8 : LA PROBLÉMATIQUE DU DÉVELOPPEMENT DURABLE DANS LE CADRE DES MARCHÉS PUBLICS

8.1 : Articles 5, 6, 14, 45 et 53 CMP et QE S, Rép. min. du 11/01/2007 n° 25167, JO S, p. 75
8.2 : Articles 5, 6, 14, 45 et 53 CMP et QE S, Rép. min. du 11/01/2007 n° 25167, JO S, p. 75

→ FICHE 9 : LES PRODUITS BIO COMME TRADUCTION DU DÉVELOPPEMENT DURABLE DANS L'ACHAT PUBLIC

9.1 : Circulaire NOR PRMX0900026C du 2 mai 2008 relative à l'exemplarité de l'Etat en matière d'utilisation de produits issus de l'agriculture biologique dans la restauration collective.
9.2 : Articles 5, 6, 14, 45 et 53 CMP et Circulaire NOR PRMX0900026C du 2 mai 2008 relative à l'exemplarité de l'Etat en matière d'utilisation de produits issus de l'agriculture biologique dans la restauration collective.

→ FICHE 10 : LES AUTRES CRITÈRES POSSIBLES POUR TRADUIRE LE DÉVELOPPEMENT DURABLE DANS L'ACHAT PUBLIC DE VIANDE

10.3 : Décret n°2002-631 du 25 avril 2002 relatif à la qualification des exploitations agricoles au titre de l'agriculture raisonnée

→ FICHE 11 : MARCHÉS PUBLICS ET SIQO

11.1 : Articles 5 et 6 du CMP
11.2 : Articles L. 641-1 et suivants du Code rural et Articles 1 et 6 du CMP

Ce document est également téléchargeable
sur www.interbev.fr

INTERBEV

Bêta Pictoris - Novembre 2010 – Crédits photos : www.civ-viande.org