

Intégrer des produits issus du commerce équitable dans la commande publique



Equi'Sol: Association de promotion du commerce équitable sur le territoire de Rhône- Alpes

- Éducation, sensibilisation
- Développement économique:
 Organisation de rencontres professionnelles,
 formation
- Développement de l'achat public équitable



Définition

- → Un partenariat commercial fondé sur le dialogue, la transparence et le respect, dont l'objectif est de parvenir à une plus grande équité dans le commerce mondial. Il contribue au développement durable en offrant de meilleurs conditions commerciales et en garantissant les droits des producteurs et des travailleurs marginalisés, tout particulièrement au Sud de la planète.
- Des principes:

Payer un prix juste,

S'engager sur la durée,

Protéger le droit des travailleurs

Travailler en priorité avec des producteurs isolés et désavantagés

==> Objectifs: permettre de rééquilibrer les échanges entre les producteurs du Sud et consommateurs au Nord.



Impacts

- → Développement économique des agriculteurs, lutte contre la pauvreté
- → Préservation de techniques traditionnelles de cultures, respectueuses de l'environnement
- → Développement social : constructions, investissements pour la communauté, éducation des enfants

Le Commerce Equitable répond aux enjeux du **développement durable**: Développement économique, social et mise en valeur et protection de l'environnement

En chiffres:

Le Commerce Équitable ne représente que 0,001% du commerce mondial mais: 600 organisations de producteurs soit 1M° de producteurs et 6M° de personnes



La commande publique équitable



Point réglementaire

→ La loi sur les PME de 2005 donne une définition légale du commerce équitable:

"Le commerce équitable s'inscrit dans la stratégie nationale de Développement durable. Au sein des activités du commerce, de l'artisanat et des services, le commerce équitable organise des échanges de biens et de services entre des pays développés et des producteurs désavantagés situés dans les pays en développement. Ce commerce vise à l'établissement de relations durables ayant pour effet d'assurer le progrès économique et social de ces producteurs. »

- → Pas de définition de cahier des charges strict comme pour le bio
- → A l'avenir: un décret application de cette loi prévoit la mise en place d'une commission qui sera chargée de reconnaître les démarches correspondant aux principes du commerce équitable.



Les possibilités

→ Pas de réglementation, mais un nouveau code des marchés publics en 2006 qui permet d'exiger des produits issus du commerce équitable.

- → Nouvelles offres de produits adaptés aux besoins des acheteurs collectifs
- → Des collectivités engagées dans des campagnes de plus en plus fortes en terme d'objectifs:
 - → "Territoires de commerce équitable", lancement en 2008, qui pose des objéctifs en terme de commande publique.



Les collectivités engagées

En Rhône -Alpes:

Ville de Chambéry, Lyon, Grenoble, Annemasse, La Motte Servolex, Albertville

En France: les 16 collectivités adhérentes à la campagne 'Territoires de Commerce Equitable'

Des expériences abouties: Villeneuve d'Ascq, Paris, Nantes, Région Rhône-Alpes.



Les enjeux pour la CLT

- La commande publique représente 15% du PIB, elle est un vecteur considérable pour le développement économique du commerce équitable.
- Participer activement à la structuration des filières équitables au Nord comme au Sud.

• Être en cohérence avec une politique tournée vers le DD: sensibiliser au quotidien les citoyens, et le personnel aux problématiques de solidarité internationale et de développement durable – être en cohérence avec des projets éducatifs...



Les outils juridiques de la commande publique



La commune est elle libre d'intégrer des produits issus du CE?

 La charte du DD qui prévoit que les politiques publiques doivent promouvoir le DD pour concilier développement économique, développement social et protection et mise en valeur de l'environnement

 Le nouveau CMP (2006) prévoit de nouveaux articles pour permettre l' introduction de clauses sociales et env. Dont Art 5 qui oblige à prendre en compte les objectifs du DD au niveau de la définition du besoin



Introduire des exigences en matière de DD à différents stades de la procédure

Définition du besoin:

- L'objet du marché (ex: produits issus du CE pour la restauration collective')
 Art 5
- Les spécifications techniques des produits et conditions d'exécution Art 6 et Art14

Sélection des candidatures

Compétences professionnelles

Choix des Offres:

 Les critères d'attribution – Possibilité depuis 2006 (art. 53) de choisir l'offre économiquement la plus avantageuse, selon différents critères, dont performances sociales et environnementales, à condition qu'ils ne rentrent pas en contradiction avec l'objet du marché.



Bien choisir les intitulés et objets du marché

Dans l'intitulé comme dans l'objet du marché (objet, durée, forme), indiquer clairement la demande de produits issus du Commerce Equitable:

Ex:

- « Fourniture de denrées alimentaires issues du commerce équitable »
 ou:
- -« Fourniture de denrées alimentaires pour la restauration collective, comprenant un lot 'épicerie issue du commerce équitable »
- -Même quand il s'agit 'seulement' d'un critère d'attribution, si celui-ci est fortement pondéré



Les spécifications techniques

- (Art 14): Possibilité d'exiger des produits issus du Commerce Equitable
 - Ex : « Telle ou telle denrée alimentaire doit être produite dans les conditions respectant les critères internationaux du commerce équitable définis par FLO, ou WFTO, ou équivalent. »
- (Art 6): possibilité de demander la preuve du respect des spécifications techniques en faisant référence à un ou des écolabel, en laissant ouvert à d'autres moyens de preuves 'ou équivalent'



Définitions des éco-labels

- Respect d'un cahier des charges issu d'une démarche collective.
- Ce cahier des charges est plus strict que la règlementation.
- Démarche volontaire de l'entreprise et contrôle régulier du respect des engagements
- Labels publics ou officiels créés par les pouvoirs publics (NF environnement, label écologique européen, ange bleu…)
- Labels privés qui peuvent être initiés par des industriels, des organisations non gouvernementales... (Max Havelaar, bio équitable, FSC...).



Les spécifications techniques

– Ex: « La collectivité pourra s'assurer que les produits fournis ont été obtenus conformément aux règles du commerce équitable définies par les organisations internationales et sont garantis par toute certification répondant aux critères internationaux (Max Havelaar ou équivalent). A la demande de la collectivité, le titulaire devra présenter tous les éléments permettant le contrôle du respect des spécifications relatives au commerce équitable. » - (marché de la ville de Grenoble)



Les spécificités techniques annexes

Comme pour le bio, elles doivent tenir compte des spécificités de l'offre en commerce équitable

- Ex : Conditionnement,
- Degrés de transformation des produits (souvent moins transformés que produits classiques)
- Délais de commandes

Autoriser les variantes, pour permettre aux fournisseurs de proposer une offre plus adaptée



Le choix des offres (RC)

- Art 53. permet de comparer les offres les plus économiquement avantageuses selon <u>plusieurs</u> <u>critères, dont des critères environnementaux et sociaux</u>
 - Critère 'degré d'intégration de produits 'issus du commerce équitable'

Son efficacité dépend beaucoup de sa pondération

Attention à la justification:

- critères doivent être liés au marché (bien spécifier le lien au CE dans l'objet)
- Importance de la justification (cf. politique de la ville, etc.)



Formes et types de marchés adaptés



Les types de marché

Les seuils: des procédures plus ou moins formalisées et une publicité plus ou moins exigeante

- < 20 000 : pas de mise en concurrence. Les pièces de marchés ne sont pas obligatoirement écrites.
- Entre 20 000 et 90 000: pub sur site Internet
- Entre 90 000 et 206 000: pub BOAMP
- > 206 000: Appel d'offre



Les types de marché adaptés

Les petits marchés donnent leur chance aux fournisseurs les moins expérimentés (Moins de formalisme, négociation et construction du marché progressive possible)

Attention: les fournisseurs connaissent souvent le BOAMP, par contre, il leur est difficile de procéder à une veille sur les sites des villes.

→ Référencer des fournisseurs (par le biais de collectifs, plateformes, etc.)

Les marchés au-delà de 90 000€ permettent de consolider une filière: bien se renseigner sur l'offre existante (voir plus loin: les outils)



Le choix des types de lots

- Des lots de types de produits:
- ex: lot de bananes, dont des bananes issues du CE
 - Le fournisseurs doit répondre à l'ensemble du lot: bananes conventionnelles et bananes du commerce équitable
- Des lots spécifiques au commerce équitable:
- ex: épicerie issue du commerce équitable
- Le fournisseur répond à la demande de produits équitables: privilégie les fournisseurs spécialisés en commerce équitable



Le choix des types de lots

- Des lots de types de produits:

Seuls les grossistes pourront répondre

Avantage: structuration de la filière, encourager les grossistes à intégrer des offres équitables

- Des lots spécifiques au commerce équitable:

Avantage: permet à plus de fournisseurs de répondre. Meilleur mise en concurrence

Exemples réussis (ex. Villeneuve d'Asq: lot spécifique au commerce équitable), ou en DSP



Options et variantes

Les options : la collectivité peut demander l'étude de plusieurs options. Chaque fournisseur doit proposer l'offre de base + les options.

Ex: (Annemasse)

- Offre de base
- Option 1: Un repas équitable par trimestre
- Option 2: Introduction quotidienne de produits équitables dans les repas

Les variantes: la collectivité peut ouvrir à une variante en spécifiant qu'elle doit être écologique. Elle doit spécifier les exigences de bases auxquelles même les variantes peuvent répondre.



Options et variantes

Attention; les options et variantes sont jugées à partir des mêmes critères

→ Pour que l'offre écologique soit choisie, il faut intégrer un critère d'attribution sur le commerce équitable fortement pondéré.



Clés de succès d'un marché

- → Marché alloti en produits issus du commerce équitable, à procédure adaptée, avec ouverture à variante
- → Bien connaître l'offre
- → Équilibrer sa demande sur toute l'année afin de ne pas déséquilibrer les productions
- → Bien anticiper pour permettre un suivi de la production maximal (qualité)
- → Se doter d'outils de contrôle: en cas de marché traiteur, de délégation de service public...(ex: Ville de Nantes)



La veille du marché

- → Les produits issus du commerce équitables ne concernent qu'une partie des denrées alimentaires et des textiles. Bien se renseigner pour éviter les marchés infructueux
- → Identifier le niveau d'intégration des produits dans la chaîne logistique du secteur conventionnel (conditionnement, présence dans l'offre des grossistes, calibrage, etc.)
- → Choisir la forme la plus appropriée selon l'objectif de la collectivité (privilégier l'achat direct à des fournisseurs spécialisés ou à des grossistes, etc.)



Les freins à la commande de produits issus du commerce équitable ne sont pas juridiques

- La question du prix: plus ou moins d'écart selon les volumes, les produits
- La question de la spécificité de l'offre: les délais, les conditionnements disponibles demande de modifier des habitudes d'achats
- → Exigent une implication forte de la collectivité, au-delà d'une simple démarche d'achat



Plus qu'un achat...

- Inscrire la commande publique dans un engagement politique précis: engagement dans une campagne nationale, etc.
- Former une équipe projet pour l'introduction de produits responsables dans les marchés (ex: diététiciens, communication, instituteurs, achats). Proposer formation ou information sur le Commerce Equitable (ex.Lyon)
- Bien Connaître les possibilités en terme d'offre
- Adapter la procédure aux réalités du commerce équitable:
 - Procéder à une veille du secteur
 - Préférer les marchés simplifiés dans un 1^{er} temps, anticiper les besoins, grouper les achats pour bénéficier de meilleurs prix
- Favoriser l'intégration de produits issus du ce dans les circuits de la distribution conventionnelle
- Informer et valoriser la démarche auprès des bénéficiaires directs et indirects (ex: informer les parents via les fédérations de parents d'élèves, lors de l'envoi des bulletins scolaires par exemple).



Analyse des pratiques

Sur la base de quelques exemples de collectivité: la région Rhône Alpes, Villeneuve d'Ascq, Chambéry

- Les CLT inscrivent leur démarche dans le cadre d'une commande publique durable, qui se réfère à des engagements plus larges: Agenda 21, Territoires de Commerce Équitable, etc.
- Elles mettent en place des groupes de travail transversaux
- Préfèrent les MAPA (moins de 20 000 ou 90 000) variantes peu utilisées
- -Achats: T-shirts promotionnels et vêtements de travail, boissons chaudes et froides servies lors de réceptions, DA café, Restauration collective, objets promotionnels
- Fréquence d'achat: régulière, grâce aux MAPA, ou ponctuelle. Quelques gros marchés (Villeneuve d'Ascq, Région Nord Pas de Calais)



Analyse des pratiques

La gestion de la question du surcout par les collectivités

La question du prix:- produits textiles

- -La région Rhône- Alpes a acheté des T-Shirts à un cout 4 fois plus élevé.
- -Solution: Diminuer le nombre de T shirt distribués
- -La Poste a commandé 70 000 pièces→ surcout de 5% seulement.

-Produits alimentaires:

- -Le prix des denrées représente en moyenne 10% du cout total des repas. Impact limité
- -Possibilité de grouper des achats pour éviter un surcout



Les outils de la commande publique

Pour la veille:

Au national:

www.vitrinecommerceequitable.com

www.maxhavelaar.org

Au niveau régional:

www.ofretic.com

Des guides:

Guide de la restauration citoyenne

Guide de l'achat public équitable

(téléchargeables sur Ofretic)

Des sites spécialisés:

www achatenublicsequitables com



Accompagnement:

Au niveau national:

Le réseau Artisans du Monde

Au niveau régional:

Association Equi'Sol (ex: Villes d'Annemasse, Albertville, Communauté d'agglomération de Chambéry, Grenoble, ...)

- -Information et formation des techniciens et élus
- -Aide à la rédaction du marché
- -Aide à la veille