

COMMENT RÉPONDRE À UN MARCHÉ PUBLIC D'ALIMENTATION DURABLE ?

Vous êtes un point de vente et/ou un producteur et vous aimeriez fournir des structures d'aide alimentaire comme des épiceries sociales, restaurants sociaux ou autres acteurs de première ou deuxième ligne ? On vous explique comment faire



1. COMMENT FONCTIONNE L'AIDE ALIMENTAIRE ?

Il existe plusieurs types d'acteurs

✓ Les acteurs de 1^{re} ligne :

Ce sont par exemple les **épiceries ou restaurants sociaux**

- Achètent (plateformes d'achats, grande et moyenne distribution, producteurs, coopératives...)
- Reçoivent (invendus, FEAD, dons, glanage...)

✓ Les acteurs de 2^e ligne :

Sont par exemple des acteurs logistiques, qui achètent pour des plateformes/associations de distribution de colis alimentaires.

Il existe plusieurs modèles de fonctionnement des épiceries/restaurants sociaux

- ✓ Emanation des CPAS
- ✓ Emanation de la Croix Rouge ou autres organismes similaires
- ✓ Organismes caritatifs
- ✓ Autonome

2. C'EST QUOI UN MARCHÉ PUBLIC D'ALIMENTATION ?

Dès qu'une institution publique ou privée (mais financée majoritairement par de l'argent public) souhaite acheter des denrées alimentaires (par exemple une épicerie sociale émanant d'un CPAS), elle est tenue de passer par un « marché public ». Un marché public est un contrat un peu particulier puisqu'il implique directement un acheteur public et qu'il est donc encadré par des règles très précises visant à garantir l'absence de conflits d'intérêts, de corruption, l'égalité de traitement des différents opérateurs intéressés et au final, une juste et libre concurrence.

L'intérêt du marché public est qu'il contractualise généralement la relation commerciale sur une certaine durée (max. 4 ans).

3. QUEL TYPE DE MARCHÉ ?

En fonction du montant du marché, les procédures de passation d'un marché public sont plus ou moins encadrées de manière stricte :

- **< 30.000 euros** : c'est la procédure la plus simple, l'épicerie sociale contacte ou consulte le catalogue de minimum 3 opérateurs (afin de garantir un minimum de concurrence) qui peuvent répondre à ses besoins. Cela peut se faire via une simple demande par mail. L'opérateur qui remet la meilleure offre (par exemple en termes de prix, qualité, services...) remporte le marché.
- **< 140.000 euros** : la procédure, bien que plus encadrée, reste simplifiée. Ici encore, l'acheteur public choisit lui-même les 3 opérateurs minimum qui pourront remettre une offre mais les conditions de l'offre doivent être précisées dans un cahier des charges, via un moyen de communication électronique.
- **> 140.000 euros** : pour les marchés de plus de 140.000 euros, la structure publique d'aide alimentaire doit obligatoirement publier son marché, c'est-à-dire qu'elle doit informer, via une plateforme électronique, l'ensemble des opérateurs belges qui peuvent alors tous remettre une offre.

4. COMMENT DÉCOUVRIR LES MARCHÉS PUBLICS DES STRUCTURES D'AIDE ALIMENTAIRE PROCHE DE CHEZ VOUS ?

En dessous de 140.000 euros, l'épicerie ou le restaurant social.e va elle-même contacter les fournisseurs/producteurs de son choix pour qu'ils remettent une offre. Seuls les opérateurs sollicités sont autorisés à remettre une offre. La seule possibilité pour un point de vente/producteur d'**être connu et contacté par la structure d'aide alimentaire** est donc de **prospector**. Vous pouvez ainsi contacter les structures d'aide alimentaire éligibles au coup de pouce « Du local dans mon point de vente » et les identifier via le [Répertoire de l'aide alimentaire](#) de la Fédération des Services Sociaux. Vous pouvez bien entendu les rediriger vers nos services afin de les accompagner dans la passation de leur marché public.

**N'hésitez pas non plus à prendre contact directement avec nous
(pdv@mangerdemain.be et catherine.rousseau@fdss.be),
nous pourrons alors vous renseigner les structures proches de chez vous et/ou vous
mettre en relation avec elles.**

Au-dessus de 140.000 euros, il vous faudra consulter les publications des marchés publics sur la plateforme électronique [e-procurement](#) (et plus particulièrement la page e-notification).

Vous devrez d'abord créer un compte, vous connecter et effectuer une recherche (avec par exemple, les mots-clés « alimentation » ; « fruits et légumes » ; ...)

5. COMMENT EST CONSTRUIT UN MARCHÉ PUBLIC ALIMENTAIRE ?

⇒ MARCHÉS DISTINCTS OU LOTS

Généralement plusieurs marchés sont lancés en parallèle et concernent chacun une catégorie de produits particuliers (*un marché « fruits et légumes », un marché « viande », un marché « produits laitiers », un marché « épicerie », ...*). Parfois, il s'agit d'un seul marché mais divisé en différents lots portant chacun sur une catégorie de produits ou sur une plus petite quantité (*ex. lot 1 viande bovine ; lot 2 viande bovine bio et circuit-court (20% du volume total)*). Dans les deux cas, l'objectif est de permettre à de plus petits producteurs/points de vente d'accéder à une partie du marché. Vous pouvez alors répondre uniquement au marché ou au lot qui vous intéresse et/ou auquel vous êtes en mesure de répondre.

Qu'en est-il s'il n'y a qu'un marché et un seul lot qui regroupe indifféremment l'ensemble des produits (fruits, légumes, viande, ...) ?

Si vous ne pouvez répondre qu'à une gamme de produits particuliers, vous devrez nécessairement vous regrouper avec d'autres points de vente / coopératives afin de couvrir l'ensemble des produits demandés (*cfr. le point 7 « Faculté de répondre au marché à plusieurs producteurs »*).

⇒ CRITÈRES DE SÉLECTION

Il s'agit des critères qui vont permettre de déterminer si la personne/structure qui remet une offre a la capacité financière et/ou technique pour assurer le marché. Ces critères doivent être proportionnés à la taille du marché ou du lot.

Pour les marchés inférieurs à 140.000 euros qui ne nécessitent pas d'être publiés, ils ne sont pas obligatoires (puisque l'acheteur public opère lui-même la sélection en contactant les points de vente/producteurs de son choix).

⇒ CRITÈRES D'ATTRIBUTION

Les critères d'attribution permettent quant à eux de comparer les offres remises par les différents points de vente/producteurs afin de déterminer *l'offre économiquement la plus avantageuse*. Les critères portent obligatoirement au minimum sur le prix mais peuvent également concerner des aspects sociaux et durables (agriculture biologique ; circuit-court ; conditionnement des produits ; juste rémunération ; ...).

⇒ SPÉCIFICATIONS/EXIGENCES TECHNIQUES

L'épicerie/restaurant social.e peut fixer une série d'exigences techniques auxquelles devront impérativement répondre les offres, à défaut de quoi elles seront jugées irrégulières et écartées, sauf possibilité de négocier (*cfr. Point 8 « Y a-t-il une possibilité de négocier ? »*).

Ex. : « les pommes devront être bio » ; « la viande de volaille est issue de poulets dont la durée d'élevage est de minimum 70 jours » ; « pour la viande bovine, le soumissionnaire joint obligatoirement à son offre la liste des producteurs auxquels il achète directement la viande » ;

...

⇒ **INVENTAIRE**

Pour comparer le prix des différentes offres, l'acheteur public va soumettre un inventaire qui reprend l'ensemble des produits dont elle a besoin répartis dans les différents lots. Généralement, l'inventaire se présente en un tableau qui reprend le nom du produit et une quantité estimée commandée par an (ex. : *Lait – quantité estimée 150 L/an*). Pour chacun de ces produits, vous devrez remettre un prix unitaire (ex. *1 euro/L*). Le total déterminera le montant de votre offre qui pourra être comparée à celle des autres. (*Pour plus d'infos, cfr. Point 6 « Comment fixer son prix »*).

Il se peut que l'inventaire fasse référence à une **marque, une appellation ou une origine géographique**, c'est interdit. (ex. : *fromage « vache qui rit » ; fromage « comté » ; pommes wallonnes...*). N'hésitez pas à avertir l'épicerie sociale qui agit souvent ainsi involontairement. Vous pourrez dans tous les cas proposer un produit différent mais équivalent.

6. COMMENT FIXER SON PRIX ?

Pour la fixation de vos prix, tenez compte de plusieurs éléments :

- Si l'épicerie sociale indique que les produits vous seront exclusivement commandés en saison, ne tenez compte que du prix en saison et non du prix au moment de la remise de l'offre.
- Y a-t-il une clause de révision des prix ? La clause de révision des prix permet de modifier, à intervalle régulier, les prix que vous avez fixés dans votre offre. Cette clause se base généralement sur une formule calquée sur l'évolution de l'indice des prix à la consommation. Plus la clause de révision des prix vous permet d'adapter les prix de façon régulière (ex. une fois par mois) et plus vous pourrez vous baser sur les prix du moment de la remise d'offre. Si au contraire, aucune clause n'est prévue, vous devrez anticiper dans vos prix l'inflation potentielle.
- Généralement, l'acheteur indique les quantités estimées commandées sur une année. Ces quantités vous permettent d'anticiper ce qu'il va vous commander. Attention, il s'agit bien d'estimations, vous n'obtenez donc pas un droit sur la vente de ces quantités.
- Comment se déroule la livraison ? Y a-t-il plusieurs sites à livrer ? A quelle fréquence ?

7. FACULTÉ DE RÉPONDRE AU MARCHÉ À PLUSIEURS

La réglementation en matière de marchés publics vous permet de vous regrouper avec d'autres structures d'approvisionnement afin de répondre au marché (pour répondre aux volumes à fournir, se répartir les livraisons, ...).

Pour remettre offre, aucune forme juridique n'est requise pour le groupement. L'acheteur public pourra toutefois éventuellement imposer au groupement, une fois le marché attribué, que celui-ci adopte une forme juridique particulière (asbl, coopérative, ...).

Attention, les membres du groupement doivent être clairement identifiés et tous signer l'offre remise.

Un membre du groupement ne peut pas, sous peine d'irrégularité, remettre, en parallèle, une offre en son nom propre ou faire partie d'un autre groupement qui remettrait offre.

Les membres du groupement désignent un représentant qui sera le seul et unique interlocuteur de l'adjudicateur. Toutes les commandes seront directement adressées au représentant du groupement.

L'organisation interne du groupement est laissée libre à ses membres mais il leur est fortement conseillé d'établir un mode de fonctionnement préalable (non opposable à l'acheteur public¹) afin de prévoir les modalités pratiques comme la manière dont seront réparties les commandes, les prix demandés, les livraisons, ...

Les membres du groupement seront solidairement responsables de la bonne exécution du marché.

8. Y A-T-IL UNE POSSIBILITÉ DE NÉGOCIER ?

Pour les procédures correspondantes à des marchés inférieurs à 215.000 euros, la collectivité aura a priori la possibilité de négocier les offres qu'elle reçoit. Il s'agit bien d'une faculté et la structure d'aide alimentaire pourra décider de ne pas l'utiliser.

Si elle négocie, elle vous permettra de corriger certaines irrégularités (votre offre ne répondait pas à une exigence technique) ou à revoir la qualité de votre offre (augmenter la part de produits bio, diminuer le prix, ...).

9. QUE FAIRE FACE À UN MARCHÉ INADAPTÉ À UNE OFFRE D'APPROVISIONNEMENT LOCAL ?

Malheureusement, il arrive souvent que des marchés publics soient conçus et rédigés de telle sorte qu'ils excluent (même involontairement) des acteurs locaux au profit de plus gros acteurs de l'approvisionnement (grossiste, ...). Si vous êtes confrontés à ce genre de marchés peu adaptés, n'hésitez pas à prendre contact avec l'institution qui a lancé le marché pour lui faire part de ce constat. Elle pourra alors prendre en considération vos remarques et adapter ses futurs marchés publics afin de tenir compte de l'offre locale. N'hésitez pas non plus à nous associer à la démarche, nous pourrions également proposer un accompagnement à la structure d'aide alimentaire si elle le souhaite.

N'hésitez pas à nous adresser vos questions et remarques.

Pour plus d'informations sur la manière de répondre à des marchés publics alimentaires, vous pouvez contacter Simon Lechat : simon.lechat@mangerdemain.be

¹ Ex. : un producteur ne pourra pas justifier une erreur de livraison par un la faute d'un autre producteur du groupement. Ils seront tous (solidairement) responsables vis-à-vis de l'acheteur public.