"boulanger" C'est un métier.

inbp

Pôle innovation

Je réponds à une commande publique en produits de boulangerie

FOCUS SUR LES MARCHÉS LES PLUS SIMPLES

2013

COLLECTION SUR LE TERRAIN
"Être boulanger aujourd'hui"

PÔLE D'INNOVATION artisanat et petites entreprises

ISM INSTITUT SUPÉRIEUR DES MÉTIERS

dgcis direction générale de la compétitivité de l'industrie et des services

Liberté • Égalité • Fraternité RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
MINISTÈRE DU REDRESSEMENT PRODUCTIF
MINISTÈRE DE L'ARTISANAT DU COMMERCE ET DU TOURISME

EDITO

Le développement durable est une notion souvent galvaudée, aussi il n'est pas inutile d'en rappeler la définition : *« Le développement durable est un développement qui répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures à répondre aux leurs ».*
Cette définition a été proposée dès 1987 par la Norvégienne Gro Harlem Bruntland dans un rapport commandé par l'ONU et intitulé « Notre avenir à tous ».

Comment ne pas souscrire à une telle déclaration !

Dans le même temps, la difficulté est dans la mise en œuvre. On oublie trop souvent que le développement durable s'appuie sur 3 volets : l'environnement, l'équité sociale, mais aussi **l'économie**. Sans entreprises viables, il ne peut y avoir production des biens nécessaires à la collectivité humaine.

Aussi, j'ai demandé au Pôle d'innovation de l'INBP de rédiger 4 mémentos qui vous permettront d'agir en ce domaine. Ils s'inscriront dans une collection intitulée « Sur le terrain, être boulanger aujourd'hui ».
Le premier vous apportera des conseils sur la procédure à suivre pour répondre à des appels d'offres publics. La boulangerie de proximité a une vraie légitimité à fournir des collectivités et il serait dommage de se priver de ce marché par une méconnaissance des règles de soumission.

Le second portera sur le don à des organismes caritatifs.
Le gaspillage alimentaire est un vrai problème au niveau européen. Les entreprises alimentaires de proximité ont de bonnes performances dans ce domaine par rapport à des productions de masse. Toutefois, dans cette période de difficultés économiques, les boulangers peuvent mettre en place des pratiques qui répondent à un besoin et contribuent à la responsabilité sociale de l'entreprise tout en justifiant fiscalement les pertes.

Les deux derniers seront consacrés au volet environnemental et notamment aux emballages bio dégradables pour la restauration rapide. À partir de conseils simples et concrets, vous pourrez agir, mais aussi communiquer auprès de votre clientèle. Une grande enquête réalisée en novembre 2012 par les fabricants d'emballage et France Nature Environnement a montré combien les consommateurs sont en attente d'informations sur ce sujet. Il ne faut donc pas manquer cette occasion de valoriser l'entreprise.

Les boulangers, par leur production locale, leur sens de l'économie et leur proximité avec la clientèle pratiquent déjà le développement durable sans en être toujours conscients. Compte tenu de ces atouts, il serait dommage de ne pas aller plus loin et de ne pas communiquer sur ce sujet.

Georges Bernard Shaw disait que *« Dans la vie, il y a deux catégories d'individus : ceux qui regardent le monde tel qu'il est et se demandent pourquoi. Ceux qui imaginent le monde tel qu'il devrait être et se disent : pourquoi pas ? »*

Les boulangers ont toujours été des entrepreneurs qui se sont dit « pourquoi pas ? ».

Pour prolonger cette dynamique, ces 4 mémentos concrets et pratiques vous apporteront des outils. N'hésitez-pas à vous en inspirer, il en va non seulement de votre responsabilité sociale et environnementale, mais aussi de la **réussite économique** de l'entreprise.

Jean-Pierre Crouzet
Président

SOMMAIRE

Commande publique : une opportunité 4

BASES DE LA COMMANDE PUBLIQUE 5

CARACTÉRISTIQUES D'UN MARCHÉ 5
SEUILS DE PROCÉDURE, SEUILS DE PUBLICITÉ 5
ATTENTES DES ACHETEURS PUBLICS 7
COMMENT DÉTECTER LES MARCHÉS PUBLICS ? 8

RÉPONDRE À UN MARCHÉ PUBLIC 10

SCHÉMA GÉNÉRAL D'UNE PROCÉDURE 10
QUELQUES TERMES À CONNAÎTRE AVANT DE SE PORTER CANDIDAT 11
FOURNITURE DE PAIN AUX COLLÈGES ET AUX LYCÉES 12
CAS CONCRET : MARCHÉ PUBLIC TYPE MAPA < 90 000 € HT 13
Publicité (AAPC) 13
Cahier des clauses techniques particulières (CCTP) 14
Acte d'engagement (AE) 16
RÉPONDRE SEUL OU À PLUSIEURS 17

TÉMOIGNAGES 18

BOULANGERS FOURNISSANT À TITRE INDIVIDUEL 18
Monsieur B., boulanger dans les Vosges 18
Monsieur G., boulanger dans les Pyrénées-Atlantiques 19
Monsieur S., boulanger dans la Marne 19
CAS DE BOULANGERS FOURNISSANT À PLUSIEURS 20
PROJET HAUT-NORMAND POUR LA FOURNITURE DE PAIN AUX COLLÈGES ET AUX LYCÉES 21

POINTS CLEFS À RETENIR 22

CONCLUSION 24

SE DOCUMENTER : QUELQUES RESSOURCES 25

Commande publique : une opportunité

Les boulangers et leurs équipes de vente connaissent bien les particularités et habitudes de leurs clients individuels, cette parfaite compréhension des besoins est d'ailleurs une des clés de leur fidélisation.

Il existe cependant une autre catégorie de clientèle qui achète de grosses quantités et qui est solvable : ce sont les acheteurs publics. Dans cette catégorie se placent des acteurs locaux qui consomment des produits de boulangerie-pâtisserie pour leur restauration collective, tels les villes, les collèges et lycées, les centres hospitaliers, les maisons de retraite, les conseils généraux et régionaux ou encore des directions et établissements publics. Quelque 80 000 acheteurs soumis aux règles de la commande publique ont ainsi été dénombrés en France.

Les attentes des acheteurs publics sont spécifiques, les termes et procédures qu'ils emploient le sont tout autant. Comprendre et parler leur langage est donc un atout pour qui souhaite se positionner sur ce type de marché.

CARACTÉRISTIQUES D'UN MARCHÉ PUBLIC

Les marchés publics sont des contrats conclus à titre onéreux entre un acheteur public (appelé aussi "pouvoir adjudicateur") et un opérateur économique pour répondre à des besoins en matière :
- de travaux ;
- de fournitures ;
- ou de services.

Ils sont soumis aux principes :
- de libre accès ;
- d'égalité de traitement des candidats ;
- et de transparence des procédures.

Les acheteurs publics sont l'Etat et ses établissements publics, les collectivités territoriales et leurs établissements publics, et d'autres structures comme les GIP (groupements d'intérêt public) et les SEM (sociétés d'économie mixte).

Commentaire :

Les boulangers relèvent des **marchés de fournitures** et, compte tenu des produits à livrer quasiment tous les jours (pain, viennoiseries), il leur faudra privilégier les **acheteurs publics proches de l'entreprise**, comme les communes et communautés de communes (pour les cantines scolaires, centres de loisirs...), les hôpitaux et maisons de retraite, les collèges et lycées.

SEUILS DE PROCÉDURE, SEUILS DE PUBLICITÉ

Dans les marchés publics, il faut distinguer les seuils définis pour la procédure de ceux définis pour la publicité.

PROCÉDURES

Les procédures varient selon le montant du marché, mais également selon la nature de l'acheteur public. Voici les seuils en ce qui concerne les **marchés de fournitures :**

ACHETEURS PUBLICS	Jusqu'à 15 000 € HT	De 15 000 € à 130 000 € HT	Au-delà de 130 000 € HT
Etat et ses établissements publics	"Marché de gré à gré" (marché sans publicité ni mise en concurrence obligatoire)	Procédure adaptée (MAPA)	Appel d'offres

ACHETEURS PUBLICS	Jusqu'à 15 000 € HT	De 15 000 € à 200 000 € HT	Au-delà de 200 000 € HT
Collectivités locales (régions, départements, communes), hôpitaux, établissements publics locaux (communautés de communes...), **EPLE**(*) (collèges, lycées d'enseignement général, technologique et professionnel)	"Marché de gré à gré" (marché sans publicité ni mise en concurrence obligatoire)	Procédure adaptée *(MAPA)*	Appel d'offres

(*) Établissement Public d'Enseignement Local

REMARQUE : il est possible que plusieurs acheteurs publics se réunissent en groupement de commandes de façon à obtenir de meilleurs prix. Les marchés sont alors plus importants et plus complexes. Ce cas de figure peut concerner le pain, comme par exemple au groupement de commandes constitué de la Ville du Havre, de la CODAH (communauté d'agglomération) et du Centre Communal d'Action Sociale.

PUBLICITÉ

Les modalités de publicité, c'est-à-dire les modalités selon lesquelles l'acheteur public fait connaître ses besoins, varient selon d'autres seuils. En ce qui concerne les **marchés de fournitures :**

Acheteurs publics	De 15 000 € à 90 000 € HT	De 90 000 € à 130 000 € HT	Au-delà de 130 000 € HT
Etat et ses établissements publics	Publicité adaptée au montant et à l'objet du marché	BOAMP(**) ou journal légal d'annonces + profil d'acheteur (site internet) + le cas échéant, presse spécialisée	BOAMP(**) + JOUE (***) + profil d'acheteur (site internet)

Acheteurs publics	De 15 000 € à 90 000 € HT	De 90 000 € à 200 000 € HT	Au-delà de 200 000 € HT
Collectivités locales (régions, départements, communes), hôpitaux, établissements publics locaux (communautés de communes...), **EPLE**(*) (collèges, lycées d'enseignement général, technologique et professionnel)	Publicité adaptée au montant et à l'objet du marché	BOAMP(**) ou journal légal d'annonces + profil d'acheteur (site internet) + le cas échéant, presse spécialisée	BOAMP(**) + JOUE(***) + profil d'acheteur (site internet)

(*) Établissement Public d'Enseignement Local - (**) Bulletin Officiel des Annonces des Marchés Publics - (***) Journal Officiel de l'Union Européenne

Commentaire :

Les marchés inférieurs à 15 000 € HT ("marchés de gré à gré") sont passés librement, en dehors de toute publicité et mise en concurrence préalable.
Cependant en général, afin de respecter les grands principes de la commande publique, les acheteurs publics organisent une publicité préalable, sous la forme d'une demande de devis auprès de quelques fournisseurs (au minimum trois).

Les boulangers auront tout intérêt à **se positionner en priorité sur les marchés de moins de 15 000 € HT** dont les formalités administratives sont plus légères que celles des MAPA et encore davantage que celles des appels d'offres.

Repère : Me faire connaître en tant que professionnel

En pratique, pour le cas des marchés inférieurs à 15 000 € HT, je me ferai connaître et **"référencer" en tant que professionnel par les acheteurs publics locaux**. Le plus efficace est de me déplacer pour rencontrer personnellement la ou les personnes responsables du marché au niveau administratif et technique. Pour cela, je m'informe sur le site internet de l'organisme considéré (rubrique "marchés publics" ou "appels d'offres"), puis je téléphone pour **obtenir un rendez-vous**.

Je remets à mon interlocuteur un mémoire de présentation que j'aurai préparé en prenant soin de mentionner :
- mes coordonnées complètes (nom et prénom, raison sociale de mon entreprise, numéros SIREN et d'inscription au registre du commerce, code NAF, numéros de téléphone, de portable et de fax, adresse du site web s'il y a lieu, adresse e-mail, adresse postale du siège social de l'entreprise) ;
- une présentation de mon équipe et de moi-même (effectif, diplômes, expérience) ;
- les moyens techniques dont dispose mon entreprise ;
- une présentation de ma gamme de produits ;
- mes certifications (exemple : bio) ;
- mes références clients (en particulier sur des commandes et livraisons importantes).

Je me munirai d'échantillons que mon interlocuteur pourra déguster, et enfin, si cela est envisageable, je l'inviterai à visiter mon entreprise. Je maintiendrai à jour ce dossier type que j'adapterai pour répondre à chaque appel d'offres.

ATTENTES DES ACHETEURS PUBLICS

Les acheteurs sont à la recherche du "mieux disant", c'est-à-dire de l'offre économiquement la plus avantageuse qui apportera le meilleur rapport entre le prix et l'adéquation au besoin. L'offre économiquement la plus avantageuse n'est en effet pas forcément la moins disante.

En matière de restauration collective, les acheteurs publics sont sensibles aux programmes nationaux relatifs à l'alimentation, comme le PNNS (programme national nutrition santé) ou le PNA (programme national pour l'alimentation), mais aussi aux lois du Grenelle de l'environnement qui incitent à proposer des produits bio.

Le GEMRCN (Groupe d'Étude des Marchés de Restauration Collective et de Nutrition) porté par le Ministère de l'économie, des finances et du commerce extérieur fournit des recommandations pour aider les collectivités à intégrer les objectifs du PNNS. Il produit des éléments sur les apports nutritionnels, la structure des repas, l'élaboration des menus. **La question de la teneur en sel du pain doit être un point de vigilance** (la recommandation des pouvoirs publics en la matière étant de ne pas dépasser 18 g de sel par kg de farine).

Le décret n°2011-1227 du 30 septembre 2011 a rendu obligatoire l'application du GEMRCN pour la restauration scolaire. Autant dire que les acheteurs publics en tiennent nécessairement compte pour rédiger leurs cahiers des charges !

PAIN ET GEMRCN

Le GEMRCN indique : "Il convient d'offrir la possibilité de choisir d'autres types de pain que le pain blanc, tels que par exemple le pain fabriqué avec de la farine de type 80, le pain bis ou aux céréales, plus riches en fibres, minéraux et vitamines".

Il spécifie les grammages à prévoir en fonction de l'âge et du moment de consommation (repas principaux et petit déjeuner, goûter ou collation) :

PRODUITS, prêts à consommer, en grammes (plus ou moins 10%) sauf exceptions signalées REPAS PRINCIPAUX	Enfants de moins de 18 mois	Enfants de plus de 18 mois	Enfants en maternelle (6)	Enfants en classe élémentaire (6)	Adolescents, adultes, et personnes âgées si portage à domicile	Personnes âgées en institution	
						Déjeuner	Dîner
PAIN	10	20	30	40	50 à 100	50	50

PRODUITS, prêts à consommer, en grammes (plus ou moins 10%) sauf exceptions signalées PETIT DÉJEUNER, GOÜTER, COLLATION (enfants, adolescents et personnes âgées en institution)	Enfants de moins de 18 mois	Enfants de plus de 18 mois	Enfants en maternelle (6)	Enfants en classe élémentaire (6)	Adolescents, adultes, et personnes âgées si portage à domicile	Personnes âgées en institution	
						Déjeuner	Dîner
PAIN	10 à 20	30 à 40	40	50	80	40	

REMARQUE : l'arrêté du 30 sept. 2011 (JO du 3 oct. 2011) relatif à la qualité nutritionnelle des repas servis dans le cadre de la restauration scolaire stipule que **"le pain doit être disponible en libre accès"**.

Il faut noter que le volet “développement durable” est une préoccupation montante chez les acheteurs publics, avec des questions relatives à la performance environnementale, aux circuits courts ou encore à la qualité sociale de l’entreprise.

Voici quelques **types de produits** susceptibles d’être fournis par les boulangers, relevés dans des avis d’appel public à la concurrence parus sur internet :

- à Cestas (33), pour un collège : pains longs (65 à 75 cm) classiques frais de 400 g ;
- à Saint-Dier-d’Auvergne (63), pour un collège : pains élaborés à partir d’une farine type 80, 400 g ;
- à Gençay (86), pour un collège : petits pains ronds (50 g) et pains longs 80 g (sandwich) ;
- à Besançon (25), pour un lycée : petits pains (50 g) ;
- à Sotteville-les-Rouen (76), pour un centre hospitalier : pains de 400 g, boulots de 500 g emballés individuellement, flûtes de 200 g sans sel, croissants de qualité supérieure ;
- à Mouans-Sartoux (06) pour les écoles et centre de loisirs : pains type “restaurant” et baguettes bio, à base de farine type 80.

Repère :

Jusqu’à la date limite de remise des offres, je peux interroger l’acheteur public pour obtenir des précisions sur le dossier de consultation des entreprises (DCE).

COMMENT DÉTECTER LES MARCHÉS PUBLICS ?

Détecter les avis de marchés publics nécessite un travail de veille qui pourra être entrepris en se référant aux tableaux relatifs aux seuils de publicité et pour lequel internet est un outil indispensable.

Voici une liste non exhaustive de sites :

- Bulletin Officiel des Annonces des Marchés Publics (BOAMP) qui répertorie les avis publiés en France : http://www.boamp.fr/

Une recherche simple par mots clés et des recherches plus avancées sont possibles. Les appels d’offres et MAPA, marchés au-delà de 90 000 euros HT, y sont publiés.
Un abonnement payant (95 € par an, tarif 2012) aux alertes BOAMP permet de recevoir automatiquement par mail les annonces correspondant à maximum 5 listes de critères.

- Les Journaux d’Annonces Légales (JAL) imprimés, et pour certains disposant d’un accès internet pour les avis de marchés publics. Par exemple, Le Réveil du Midi : http://lereveildumidi.e-marchespublics.com/trouvez_appels_offres.html

- La liste des JAL est disponible à l’adresse suivante : http://www.annoncelegale.com/journal-annonces-legales.php

- Le site internet dématérialisé auquel l’acheteur a recours pour ses achats. Il peut être uniquement dédié à cet acheteur ou bien commun à plusieurs, on parle alors de plateforme de dématérialisation.
Par exemple, la ville de Falaise (14) dispose d’un site dédié à ses marchés publics :
https://www.eu-supply.com/login.asp?B=FALAISE

- L’Etat dispose aussi de sa propre plateforme :
https://www.marches-publics.gouv.fr

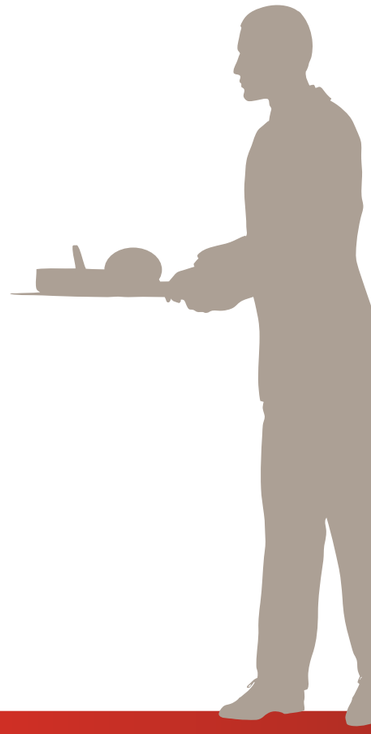
- Il est bien entendu conseillé de consulter régulièrement le site internet des collectivités locales (ville, collège, lycée, hôpital…), ainsi que la presse quotidienne régionale.

- Enfin, il existe d’autres sites internet, avec services de veille, tels :

www.marchesonline.com

http://www.achatpublic.com

http://www.klekoon.com/



Commentaire :

Les marchés inférieurs à 15 000 € HT échappent aux obligations de publicité. Les boulangers ont donc intérêt, pour ceux-ci, à se faire référencer en amont auprès des acheteurs publics pour être destinataires des marchés lors de la mise en concurrence.
En revanche, lorsque les marchés sont supérieurs à 90 000 € HT, le pouvoir adjudicateur doit faire une publicité. Il est alors à la charge du boulanger de réaliser une veille de ces publication.

RÉPONDRE À UN MARCHÉ PUBLIC

SCHÉMA GÉNÉRAL D'UNE PROCÉDURE

	Passation du marché				Exécution du marché	
Mon prospect / client : l'acheteur public						
Élaboration de l'appel d'offres			Offres	CAO(*)	Contrôle	
Moi et mes concurrents	Avis	DCE		Notification	Facture	Paiement

Source : www.oseo.fr

*Commission d'Appel d'Offres

QUELQUES TERMES À CONNAÎTRE AVANT DE SE PORTER CANDIDAT

AAPC : avis d'appel d'offres public à la concurrence, également appelé publicité.
Avis publié par l'acheteur public dans le but d'informer les entreprises des marchés publics qu'il est en train de passer ou qui seront prochainement publiés. Les AAPC peuvent être publiés sur différents supports (cf paragraphe "Comment détecter les marchés publics ?").

DCE : dossier de consultation des entreprises, constitué de différents documents :
- la lettre de consultation ;
- le règlement de la consultation (RC), sauf si les mentions qui doivent y être portées figurent déjà dans l'avis de marché ;
- les documents à caractères contractuels :
  - l'acte d'engagement (AE) ;
  - le cahier des clauses administratives (CCAP) ;
  - le cahier des clauses techniques particulières (CCTP).

Le CCAP décrit :
- les conditions administratives particulières d'exécution des prestations ;
- les conditions de règlement : avances, acomptes, délai de paiement, obligations d'assurances, responsabilité et garanties exigées par l'acheteur public, sanctions, pénalités ;
- les conditions de vérification des prestations et de présentation des sous-traitants.

Le CCTP décrit les conditions techniques particulières d'exécution des prestations, comme par exemple le type de pain souhaité. Il doit être signé par l'acheteur public et par le titulaire (le boulanger, opérateur économique avec lequel le marché est conclu).

Dans le cas des "petits" marchés – ceux le plus souvent rencontrés par les boulangers – le CCAP et le CCTP peuvent être fusionnés.

LE DOSSIER DE CANDIDATURE

Il s'agit du dossier constitué par l'entreprise pour répondre au marché public, il est généralement constitué des éléments suivants :

- **pièces constituant la candidature :**
  - DC1 : lettre de candidature, habilitation du mandataire par ses co-traitants ;
  - DC2 : déclaration du candidat individuel ou du membre du groupement ;

- **pièces constituant l'offre :**
  - DC3 : acte d'engagement ;
  - DC4 : déclaration de sous-traitance, si nécessaire ;
  - mémoire de présentation ;
  - bordereau des prix unitaires et détail quantitatif estimatif.

Commentaire :

Les formulaires DC ne sont pas très adaptés aux MAPA. En pratique, les pouvoirs adjudicateurs les utilisent donc peu pour ces marchés.

Pour les candidatures, il est demandé a minima :
- une déclaration sur l'honneur que le candidat ne fait pas l'objet d'une interdiction de soumissionner au regard de l'article 38 de l'ordonnance n°2005-649 du 6 juin 2005 et de l'article 29 de la loi n°2005-102 du 11 février 2005 ;
- si le candidat est en redressement judiciaire, la copie du (ou des) jugement(s) prononcé(s) à cet effet.

Pour l'offre, il est généralement demandé :
- l'acte d'engagement complété et signé ;
- le bordereau des prix unitaires daté et signé ;
- le détail quantitatif estimatif daté et signé ;
- un mémoire technique pour répondre aux critères de jugement exigés ;
- des échantillons pour la dégustation.

FOURNITURE DE PAIN AUX COLLÈGES ET AUX LYCÉES

Selon l'INSEE, l'effectif moyen des collèges du secteur public est de 475 élèves, sensiblement autant que dans les lycées professionnels (422), mais nettement moins que dans les lycées d'enseignement général et technologique : 957 élèves.

En se référant aux grammages indiqués dans le GEMRCN et au nombre de jours de service, on peut penser que, quel que soit le type de produit demandé (pains de 400 g, baguettes de 250 g, petits pains de 50 g), l'immense majorité des collèges relève de la procédure de gré à gré (marchés de moins de 15 000 € HT).

Pour les lycées, selon le nombre d'élèves et le produit demandé (plus les formes sont petites, plus le prix du marché sera élevé), les marchés relèveront de la procédure de gré à gré ou bien d'un MAPA.

Toutefois, il faut garder à l'esprit que le Code des Marchés Publics n'impose aucune règle de procédure pour les MAPA. Les modalités de mise en concurrence et de publicité (jusqu'à 90 000 € HT) sont fixées par l'acheteur public qui doit cependant les adapter au marché.

Repère :

En cas de cession, je dois informer le repreneur de l'ensemble des fournitures que je réalise (collectivités publiques, collectivités privées, restaurants...). Je ne peux cependant pas les retenir pour la valorisation de mon fonds.
Mon successeur n'est pas tenu d'honorer le marché public qui m'était attribué.
Si mon successeur est intéressé pour poursuivre le marché en cours, il doit le faire selon les conditions déjà définies, il n'y a pas de renégociation possible.
S'il n'est pas intéressé, alors l'acheteur public sera dans l'obligation de relancer une procédure d'appel d'offre pour son approvisionnement en pain.

CAS CONCRET : MARCHÉ PUBLIC TYPE MAPA < 90 000 € HT

PUBLICITÉ (AAPC)

Détail du marché

Marché public type MAPA < 90 000 € HT

Référence :	PAJL/ L'envoyer par e-mail l'imprimer
Type de produit :	Alimentation - Fourniture - Pain Viennoiserie Biscuit
Objet :	Fourniture de pains
Descriptif :	Fourniture de pains frais. Détails dans le cahier des clauses techniques
Critères d'attribution :	Offre économiquement la plus avantageuse appréciée en fonction des critères énoncés ci-dessous avec leur pondération : Quantité des produits : 45% Qualité des services associés : 0% Qualité des conditions de livraison : 10% Prix : 45%
Date de publication :	22 mai 2012
Date de fin de publication :	5 juin 2012
Date de remise des offres :	5 juin 2012 à 10 heures
Documents annexes :	PDF Cahier des clauses techniques pains.pdf

Retour liste

Coordonnées de l'établissement :

Établissement :	Collège :
Adresse :	
	33
	Pouvoir adjudicateur :
	Mme
	Service destinataire - Contact :
	M.
Tél :	05
Fax	05
E-mail :	

Retour liste

Avis d'appel d'offres public à la concurrence publié par l'intendance d'un collège sur www.klekloon.com

Les critères de jugement des offres ainsi que leur pondération sont indiqués.

Les dates de début et de fin de publication, et de remise des offres sont précisées.

Un cahier des clauses techniques particulières est établi par l'acheteur.

REMARQUE : nous n'avons pas été autorisés par le collège à reproduire les mentions (noms, adresse, tél., fax) qui permettraient de l'identifier.

CAHIER DES CLAUSES TECHNIQUES PARTICULIÈRES (CCTP)

COLLEGE le 15 mai 2012

33
☎ 05.
🖷 05.

MARCHE DE FOURNITURE DE PAIN
Procédure adaptée (article 28 du CMP)

CAHIER DES CLAUSES TECHNIQUES et PARTICULIERES

Pouvoir adjudicateur

Collège – 33
Principale : Madame

Personne à contacter : (Service Intendance)

Le présent document vaut cahier des clauses techniques particulières.

ARTICLE 1 - Objet et durée du marché

Le marché a pour objet la fourniture de pains au Collège Ce marché est valable du 01 septembre 2012 au 31 août 2013.

ARTICLE 2 – Définition de la fourniture

La fourniture est définie comme suit :

2-1 : Qualité :

Pains longs (65 à 75cm) classiques frais de 400gr

- Les produits devront être conformes aux spécifications des normes françaises et européennes en vigueur au moment de la livraison et aux recommandations du GEMRCN pour le type de farine utilisée et la teneur en sel.
- Les pains devront être confectionnés sans farine OGM *(certificat d'absence d'OGM à fournir)*. La farine utilisée proviendra de la mouture saine de bonne valeur boulangère.
- *Dans l'offre, la composition exacte, le type de farine employée ainsi que la teneur en sel doivent être précisés*
- Les produits surgelés ne sont pas admis.
- La qualité de tous les pains devra être homogène d'un sac à l'autre, le calibrage constant et régulier.
- Les pains seront livrés frais, ils devront être fabriqués le jour même, au maximum 6 heures avant l'heure de réception par le collège.
- *Le fournisseur devra fournir les agréments et/ou les contrôles attestant qu'il respecte les normes en vigueur en matière d'hygiène alimentaire.*

1

La durée du marché est annoncée.

Le type de pain à fournir est précisé.

La qualité attendue par l'acheteur est détaillée.
À noter :
- le certificat d'absence d'OGM est à demander à son meunier ;
- bien que l'acheteur l'exige, il n'existe pas d'agrément sanitaire en boulangerie, ni d'obligation réglementaire en matière de contrôle microbiologique du pain…

2-2 : Quantité :
Les besoins du Collège en pain pour la période du 01 septembre 2012 au 31 juillet 2013 s'élèvent à 12 000 pains, minorés ou majorés de 20%.

ARTICLE 3 – Passation et exécution des commandes et conditions de livraison

Les commandes sont passées chaque jour par téléphone pour livraison le lendemain (livraison du lundi matin au vendredi matin de 6h30 à 9h00 sauf mercredi 8h00) au Collège – 33

Lors des vacances scolaires, les livraisons seront suspendues.
En période de grèves ou de perturbations dans la fréquentation de l'établissement scolaire (épidémie, neige,…), le service restauration peut être amené à diminuer les quantités commandées.

Chaque livraison est effectuée au respect strict de la commande, tant en ce qui concerne les quantités que la date, l'heure et lieu.
Les conditions (prix, délai) pour un dépannage dans la journée seront précisées dans la proposition.
Seules les livraisons faites en présence du personnel de restauration du Collège sont considérées comme effectivement réalisées.

Le transport de la marchandise sera réalisé dans des conditions (y compris de température le cas échéant) permettant de prévenir toute altération de la qualité sanitaire des produits et de manière à éviter l'écrasement des pains. Les emballages utilisés ne doivent à aucun moment être en contact avec le plancher ou les parois du véhicule de transport ni le sol. La propreté et le bon état des emballages et de l'intérieur des véhicules servant au transport de ces marchandises doivent être absolument irréprochables.
Les pains seront livrés emballés et protégés contre les pollutions externes. Toute marchandise ou emballage endommagé sera refusé. Les conditionnements utilisés doivent être conformes à la réglementation concernant les matériaux au contact des aliments et denrées destinées à l'alimentation humaine. A l'instant de la livraison, le pain devra être sorti du four depuis trois heures au moins et six heures au plus.

La fourniture est accompagnée d'un bulletin de livraison précisant :
- le nom et l'adresse du titulaire du marché,
- la date de livraison,
- les types de pains livrés,
- les quantités livrées,
- les prix unitaires et totaux franco, hors TVA d'une part, TTC d'autre part.

ARTICLE 4 : **Modalités d'établissement du prix**

Les prix présentés par le candidat seront basés sur le prix à la pièce, hors TVA, franco de port et d'emballage. Il est réputé ferme et non révisable jusqu'au 31 août 2013.

ARTICLE 5 : **Conditions d'exécution et contrôles des fournitures**

Le titulaire de l'appel d'offre donnera au Collège toutes les facilités nécessaires pour surveiller les phases de la préparation dans les ateliers du fournisseur.
Le titulaire du marché ne peut en aucun cas transmettre tout ou partie de la fourniture à un sous-traitant.

2

La période de livraison (différente de la durée du marché) et la quantité totale à livrer sont décrites.

Les conditions de commande et de livraison sont explicitées.

L'acheteur public mentionne ses exigences quant à l'emballage et au transport des pains.

Les mentions que le boulanger portera sur chaque bulletin de livraison sont spécifiées.

Les modalités d'établissement du prix et les possibilités de sous-traitance sont indiquées.

ARTICLE 6 : Réception - Vérification

La réception quantitative (poids, nombre d'unités…) et la réception qualitative (salubrité, qualité) sont effectuées à l'instant et sur le lieu de livraison par le personnel de restauration du Collège.

6-1 : Réception quantitative

Si la quantité livrée n'est pas conforme à la commande, le Gestionnaire ou son représentant peut mettre le titulaire en demeure :
- de reprendre immédiatement l'excédent si la livraison dépasse la commande,
- de compléter la livraison, en cas contraire, dans les délais qui lui seront prescrits, à concurrence de la quantité totale prévue à la commande.

En cas de non conformité entre la fourniture livrée et le bon de livraison, ledit bon et son duplicata sont rectifiés, sous la signature des deux parties.

6-2 : Réception qualitative :

Si le pain livré ne correspond pas qualitativement aux spécifications de l'appel d'offres ou à la commande, la livraison est refusée et doit être remplacée, par le fournisseur dans l'heure qui suit la livraison, sur demande verbale du Gestionnaire ou de son représentant.

En cas d'insuffisance touchant à la salubrité, il y a toujours et systématiquement, rejet avec obligation de remplacement dans l'heure qui suit la livraison.

En cas d'infraction caractérisée aux clauses contractuelles, l'appel d'offres sera résilié sans indemnité.

ARTICLE 7 : **Cas d'inexécution des engagements du fournisseur** - Pénalités

En cas de refus de livraison, de retard ou de non remplacement dans les délais accordés d'une fourniture ayant fait l'objet d'un rejet, le Gestionnaire ou son représentant se fournit là où il le juge convenable. Au cas où il en résulterait une différence de prix au détriment de l'Etablissement, cette différence serait mise de plein droit à la charge du titulaire de l'appel d'offres et imputée d'office sur le montant du plus prochain paiement effectué à son profit.

ARTICLE 8 : Résiliation

Le marché pourra être résilié si :
- Les documents ne sont pas fournis dans les délais
- La prestation n'est pas effectuée conformément au cahier des clauses techniques et particulières
- En cas de litiges importants avec le titulaire, le pouvoir adjudicateur pourra, après une mise en demeure au titulaire, dénoncer unilatéralement le marché, sans possibilité d'indemnisation du titulaire.

3

Les modes de vérification de la livraison, sur les aspects quantitatifs et qualitatifs, sont indiqués.

Les cas de pénalités et de résiliation du marché sont envisagés.

ARTICLE 9 : Paiement

Le comptable assignataire chargé du paiement est l'agent comptable de l'établissement.

Le paiement est effectué selon les règles de la comptabilité publique, sur la base d'une périodicité mensuelle.

Pour l'ensemble des livraisons effectuées au cours de chaque mois civil, le titulaire de l'appel d'offres est tenu d'adresser à l'Etablissement, dans la première quinzaine du mois qui suit, une facture détaillée, en un original et deux copies, portant, outre les mentions légales, les indications suivantes :

- Adresse du créancier,
- Numéro du compte bancaire ou postal,
- Fourniture livrée (quantité, type..)
- Prix unitaire HT
- Taux et montant des taxes à la valeur ajoutée
- Date de facturation.

Le mandatement doit intervenir 30 jours au plus tard après remise par le titulaire de sa facture.

ARTICLE 10 : Remise des offres et échantillons

Date limite de remise des offres : Mardi 05 juin 2012 à 10h00

Modalités de remise des offres : tout moyen permettant de garantir la date de remise **de l'offre** (recommandé avec AR….).
Adresse : Collège - Service Intendance
– 33

Documents constituant l'offre :
La proposition tarifaire
Les descriptifs, fiches techniques et agréments en langue française
Les délais de livraison
Le présent document valant cahier des clauses particulières dûment paraphé et renseigné par le titulaire
L'acte d'engagement (annexe 1) dûment complété et signé par le titulaire

Les échantillons seront remis le jeudi 07 juin 2012 à 9h00 au service restauration du Collège :
Echantillon : 2 pains de 400gr

4

Les modalités de paiement sont détaillées.

Les caractéristiques du dossier de candidature sont données.

ACTE D'ENGAGEMENT (AE)

(annexe du cahier des clauses techniques particulières)

ENGAGEMENT DU CANDIDAT

Je soussigné(e) (nom, prénom, qualité)

agissant au nom et pour le compte de:
(intitulé complet et forme juridique de la société)

domicilié :

n° de téléphone :
E-mail :

ayant son siège social à :
(adresse complète et n° de téléphone)

immatriculation à l'INSEE :
- n° d'identité d'entreprise (SIREN 9 chiffres) :

- code d'activité économique principale (APE) :

- numéro d'inscription au registre du commerce:

après avoir pris connaissance du présent document, que je déclare accepter sans modifications ni réserves :

1°) M'engage, sans réserve, conformément aux stipulations du présent document, à exécuter les prestations demandées, objet du marché, dans les conditions indiquées ci-dessus.

Prix (Les prix s'entendent denrées livrées franco de port et d'emballage)

	Pains longs classiques 400grs	
	Prix unitaire	Prix total
Montant de l'offre en euros HT		
Montant de la TVA (5,5%)		
Montant de l'offre en euros TTC		

Montant total de l'offre en euros TTC, arrêté en lettres :

Mon offre m'engage pour la durée de la validité fixée à 120 jours.

2°) Affirme sur l'honneur et sous peine de résiliation de plein droit du marché, à mes torts exclusifs, ou aux torts exclusifs de la société pour laquelle j'interviens, être en règle avec les administrations fiscales et sociales et que je ne tombe pas ou que ladite société ne tombe pas sous le coup de l'interdiction découlant de l'article 50 modifié de la loi n° 52-401 du 14 avril 1952.

5

3°) Demande que l'administration règle les sommes dues au titre du présent marché en faisant porter le montant au crédit du compte suivant :

Bénéficiaire :

Etablissement tenant le compte du bénéficiaire :

Code établissement :

Code guichet

Numéro du compte :

Clé R.I.B. :

JOINDRE UN RIB

A , le

Le candidat, Nom :

Signature (précédée de la mention " Lu et approuvé ") et cachet de la société

Est acceptée la présente offre pour valoir acte d'engagement :

à :

le :

le Pouvoir Adjudicateur
Le Principal

6

Le candidat doit fournir différents renseignements administratifs.

Le prix de l'offre est à mentionner.

Le candidat doit attester sur l'honneur de sa situation vis-à-vis des administrations fiscales et sociales.

Le candidat précise ses coordonnées bancaires et joint un RIB pour les règlements.

Le candidat signe, porte la mention indiquée et le tampon de l'entreprise.

Ce cadre est réservé à l'acheteur public qui le complètera uniquement pour le candidat retenu.

Repère :

En me portant candidat à un marché public, je devrai **être très attentif aux critères de jugement des offres et à leur pondération**. Je raisonnerai mon prix en fonction des caractéristiques de mon entreprise, de la concurrence et de ce qui me paraît acceptable du point de vue de l'acheteur.

Je tiendrai également compte des critères autres que le prix dans mon **mémoire technique**, ainsi que pour les **échantillons** que je remettrai à l'acheteur.

Je dois être vigilant sur le fait que je me trouve **engagé** dès réception par l'acheteur public de l'acte d'engagement que j'ai signé, et ce **pour toute la période définie dans le règlement de consultation**.

Voici, à titre d'information, la pondération de quelques critères d'attribution relevés dans des marchés publics réels :

- petits pains ronds de 50 g :
  - qualité gustative 50% ;
  - prix 40% ;
  - garanties de service 10%.
- pains de 400 g à base de farine type 80 :
  - qualité des denrées et de leur conditionnement 30% ;
  - prix 40% ;
  - qualité des conditions de livraison 30%.
- pain bio :
  - prix 40% ;
  - valeur technique 40% ;
  - performances environnementales 20%.

RÉPONDRE SEUL OU À PLUSIEURS

RÉPONDRE SEUL exige de vérifier si les moyens dont dispose l'entreprise sont en adéquation avec les prestations attendues dans le cadre du marché. Le boulanger examinera pour cela un certain nombre de questions :

- les capacités de production de mon entreprise sont-elles en accord avec le marché public visé ?
- quel est le coût de la mobilisation de mes équipes au regard des demandes de l'acheteur ?
- répondre au marché m'oblige-t-il à investir ?
- ai-je un véhicule de livraison adapté aux volumes à fournir ?
- la fréquence des livraisons est-elle compatible avec les pics d'activité de mon magasin et avec mes périodes de fermeture ?
- ...

RÉPONDRE À PLUSIEURS peut revêtir deux formes :

- la co-traitance, dans laquelle il y a un lien contractuel entre l'acheteur public et chaque membre du groupement ;
- la sous-traitance, dans laquelle l'entreprise candidate confie sous sa responsabilité à une autre entreprise l'exécution d'une partie du marché.

Dans le cas de la co-traitance, un mandataire doit être désigné par les membres du groupement afin de le représenter auprès de l'acheteur public. Deux configurations sont possibles :

- le groupement "conjoint" : chaque membre n'est responsable que de sa propre prestation ;
- le groupement "solidaire" : chaque membre du groupement est engagé financièrement pour la totalité du marché.

En matière de sous-traitance, seuls les marchés publics de travaux, de services ou les marchés industriels (marchés ayant pour objet la fourniture d'équipements ou de prototypes conçus et réalisés spécialement pour répondre aux besoins du pouvoir adjudicateur) peuvent être partiellement sous-traités. **Un marché de fournitures ne peut donner lieu à sous-traitance.**

TÉMOIGNAGES

BOULANGERS FOURNISSANT À TITRE INDIVIDUEL

MONSIEUR B., BOULANGER DANS LES VOSGES

"Une fourniture compatible avec mon outil de travail"

C'est une de mes clientes, enseignante dans un des lycées de la ville, qui m'a signalé que l'établissement était sur le point de renouveler son appel d'offres pour le pain frais, car les parents d'élèves s'étaient plaints de la qualité des produits précédemment livrés. Je me suis rapproché de l'intendant du lycée pour me faire connaître.

Cela fait maintenant trois ans que je fournis ce lycée et un collège, tous les deux publics. 178 jours par an je livre quotidiennement 2500 petits pains de tradition de 50 g dans ces deux établissements. La fourniture de ces deux nouveaux importants clients n'a nécessité aucun investissement particulier, car j'étais déjà équipé.

Soumettre ma candidature n'a pas été du tout compliqué du point de vue administratif : j'ai déposé une proposition de prix et une attestation indiquant que j'étais à jour sur le plan fiscal et social, ainsi que des échantillons de pain.

Ces acheteurs publics ont jugé mon offre sur trois critères : la qualité, le prix et l'engagement à respecter les heures de livraison.

Je n'ai pas d'emballage particulier à fournir, car les pains sont déposés directement dans les caisses appartenant au collège et au lycée. Je signe un bon de livraison mentionnant les quantités livrées. Attention, ces deux collectivités sont très pointilleuses sur le grammage des produits !

J'ai fait valoir auprès des acheteurs publics mon approvisionnement en circuit court : mon meunier est situé à 15 km du fournil et la farine que je lui achète est fabriquée à partir de blés récoltés en Lorraine. Mais d'après moi, le critère prix reste le « nerf de la guerre » pour les collectivités publiques. Il faut d'ailleurs noter qu'il n'y a pas de révision du prix pendant l'année que dure le marché.

Pour moi, les avantages de ce type de clients sont :

- il n'y a pas de problème de paiement ;
- il n'y a pas de livraison pendant les vacances scolaires et donc pas de chevauchement avec les périodes de forte production pour la boutique. Personnellement, je n'aurais jamais répondu à une commande d'un hôpital ou d'une prison car cela exige une livraison tous les jours de l'année.

Je suis actuellement en phase de réflexion avec mon comptable afin de décider si je soumissionne ou non pour les prochains appels d'offres. Nous étudions la rentabilité de cette activité en fonction des augmentations à venir concernant l'énergie et la masse salariale.

MONSIEUR G., BOULANGER DANS LES PYRÉNÉES-ATLANTIQUES

"Ma renommée passe aussi par la commande publique"

Lorsque j'ai repris il y a 13 ans cette entreprise, la fourniture des collectivités était déjà en place. Actuellement, je suis fournisseur à titre individuel de deux collectivités publiques : un collège et une maison de retraite. Je fournis également une clinique privée, en alternance avec un autre boulanger (deux trimestres chacun). Chaque lieu se trouve à au plus 1,5 km de ma boulangerie.

Les deux structures publiques me demandent des pains de 400 g. Je livre environ 150 pièces par jour.

Le collège me commande à des occasions particulières des petits pains, de la mini-viennoiserie et des gâteaux des rois. Un autre élément spécifique de cet établissement est qu'une fois par semaine il propose du pain bio aux élèves, mais ce n'est pas moi qui le fournis.

Je livre mes pains dans des sacs de regroupement que me donne mon meunier, je les dépose sur place dans des casiers ou des chariots. Je signe un bon de livraison à chaque fois.

Soumettre ma candidature a été très simple sur le plan administratif. Je pense que ce qui plaît aussi, c'est ma capacité à faire du dépannage, en dehors de la commande globale contractualisée.

Le point négatif est pour moi le taux de remise à consentir, pour le collège par exemple, mon prix est inférieur de 22% à celui que je pratique en boutique.

Dans les points positifs, je dirais que les règlements sont plutôt rapides, de l'ordre de 10 à 15 jours après l'émission de mes factures, et aussi qu'au collège, je touche des jeunes qui sont des prescripteurs auprès de leurs parents.

MONSIEUR S., BOULANGER DANS LA MARNE

"Des marchés publics à intégrer dans ma gestion d'entreprise"

Fin 2009, j'ai ouvert un atelier de fabrication de pain dédié aux livraisons des collectivités publiques, des cafés, hôtels, restaurants et de certains de mes magasins.

Actuellement, en termes de collectivités publiques, je livre un collège et un lycée qui me demandent des petits pains de 50 g et des baguettes, et de temps en temps du pain bio (je dispose de la certification adéquate). Pour la livraison, j'utilise en roulement un jeu de caisses que je laisse en dépôt dans chaque établissement.

Antérieurement, j'ai livré un hôpital et un restaurant universitaire, pour des volumes plus importants. Sur ce type de marché, la concurrence est très rude en termes de prix. Malheureusement, je les ai perdus au profit d'un petit industriel qui ne fait que des produits frais…

Quel que soit le marché, cela relève d'une procédure adaptée (MAPA), mais la mise en œuvre administrative est très différente d'un acheteur à l'autre.

Avec les acheteurs publics, le prix du pain est dans l'immense majorité des cas fixé pour une année. Seul le restaurant universitaire avait indiqué dans son CCTP une clause de revalorisation annuelle du prix.

Pour moi, les marchés publics sont très intéressants quand on les décroche, en particulier car les règlements sont faits en temps et en heure. Mais quand on dépasse une certaine proportion de chiffre d'affaires que j'estime à 15%, la perte de ce type de commandes peut mettre en péril l'entreprise. À titre d'exemple, après avoir perdu deux gros marchés publics, j'ai été contraint de licencier du personnel.

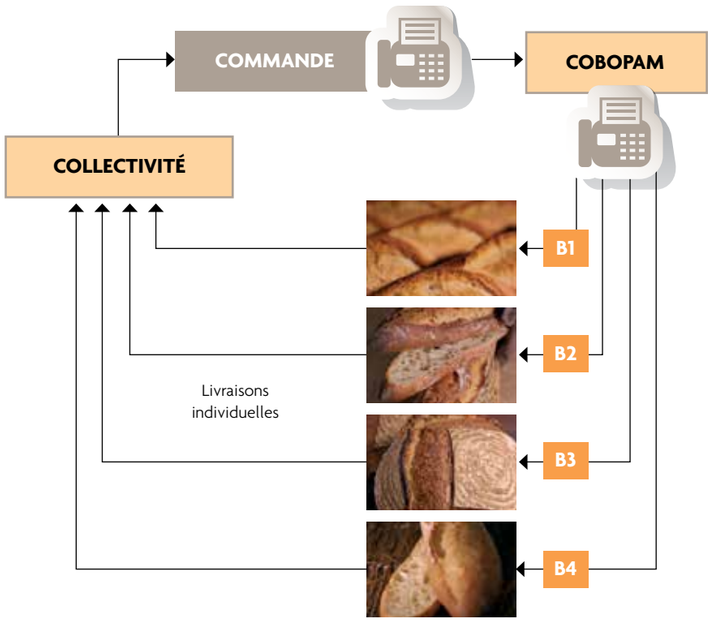
Si je devais formuler un conseil aux boulangers, je dirais qu'il existe des opportunités et qu'il faut soigner son relationnel avec les prescripteurs des achats publics, en se faisant connaître, entre autres, des gestionnaires des cantines.

CAS DE BOULANGERS FOURNISSANT À PLUSIEURS

Dans le département de la Manche, plusieurs collectivités sont fournies en pain par des artisans regroupés en SEP (société en participation)[1]. Il existe 3 SEP réunissant au total 10 boulangers.
La coopérative des boulangers et boulangers–pâtissiers de la Manche (COBOPAM) fait partie de chaque SEP, et c'est elle qui se porte candidate aux marchés publics, les boulangers étant bien entendu chargés de la production.

Actuellement, une communauté de communes et une maison de retraite (collectivités publiques), et un foyer de jeunes travailleurs (collectivité privée) sont livrés en pains longs, pains courts, petits pains ronds, pains sans sel, brioches et galettes des rois. Aucune demande de produits bio n'a été formulée jusqu'à présent. Ce marché des collectivités représente un chiffre d'affaires global de 130 000 euros par an.

La COBOPAM assure la gestion des commandes et des facturations, selon l'organisation suivante :

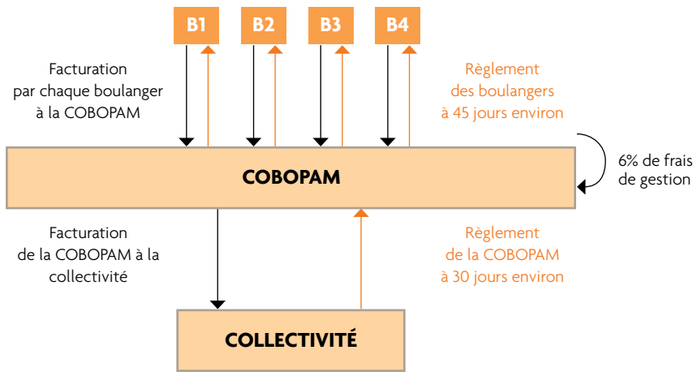


Chaque boulanger reçoit l'intégralité de la commande, mais ne produit que ce qui a été convenu dans un planning. Cela permet d'honorer les livraisons, quel que soit le jour de fermeture des uns et des autres.

B1, B2, B3, B4 indiquent 4 boulangers différents.

La COBOPAM reçoit les factures individuelles des boulangers et émet mensuellement une facture globale à la collectivité.

La collectivité paie la COBOPAM qui, à son tour, règle les boulangers.
La COBOPAM perçoit 6% de frais de gestion.



Pour la COBOPAM, la réussite repose avant tout :
- sur la qualité des produits fournis ;
- sur la rigueur des boulangers quant à leur propre facturation à la COBOPAM ;
- sur l'organisation anticipée des congés des boulangers.

1. Une SEP est une forme de société juridique très simple, régie par le Code civil (articles 1871 à 1873), permettant de réaliser des activités civiles ou commerciales en commun.

PROJET HAUT-NORMAND POUR LA FOURNITURE DE PAIN AUX COLLÈGES ET LYCÉES

Le décret n°2011-1000 du 25 août 2011 offre la possibilité d'intégrer **"les performances en matière de développement des approvisionnements directs de produits de l'agriculture"** au sein des autres **critères non discriminatoires** de jugement des offres, tels que le prix, la valeur technique, les performances en matière de protection de l'environnement, le délai de livraison ou d'exécution, la sécurité d'approvisionnement…

Les Conseils Généraux de Seine-Maritime et de l'Eure, ainsi que le Conseil Régional de Haute-Normandie sont porteurs d'un projet original intitulé "Agriculture et Nutrition 276", dont l'ambition est :
"Utiliser le plus possible de produits locaux pour les repas quotidiens des collégiens et lycéens, doubler chaque année, dans les restaurants scolaires, la consommation de produits bio venant de la région et, de ce fait, participer au maintien et au développement d'une agriculture de qualité, respectueuse de l'environnement et économiquement viable : c'est le challenge que veut relever le projet "Agriculture et Nutrition 276". Mené conjointement par les Départements de l'Eure et de la Seine-Maritime et la Région Haute-Normandie, ce projet novateur est d'envergure : 14 millions de repas sont en effet servis aux jeunes chaque année".

Si ces collectivités locales ne sont pas adjudicatrices pour les commandes des collèges et lycées, elles sont néanmoins force de proposition. Ainsi, un Dossier de Consultation des Entreprises-type pour le pain a-t-il été élaboré pour permettre des réponses locales et artisanales, grâce à la définition du ou des produits demandés et au choix des critères de jugement des offres.

Ce DCE-type est proposé aux collèges et lycées hauts-normands dont les **gestionnaires** sont **pouvoir adjudicateur**. Les critères et la pondération proposés tiennent compte des nouvelles possibilités du décret cité précédemment :

Prix	10 points
Pratiques agronomiques (50% pour l'intensité du recours aux produits phytosanitaires, 50% pour l'impact de la fertilisation azotée)	10 points
Qualité organoleptique	3 points
Qualité technique (50% pour les performances en matière de développement des circuits courts, 50% pour l'animation pédagogique)	7 points
Total	30 points

Ces critères ont pour objectif de soutenir les offres locales de produits de qualité. Ainsi, ils favorisent les pratiques les plus respectueuses de l'environnement en termes d'utilisation de produits phytosanitaires et d'engrais. Ils soutiennent également les petites filières (locales) qui peuvent plus aisément mettre en place la traçabilité nécessaire, de l'agriculteur au transformateur, pour y répondre.

POINTS CLEFS À RETENIR

Le Conseil Supérieur de l'Ordre des Experts-Comptables a formulé quelques recommandations à l'intention des candidats :

1. Soyez à l'écoute de votre environnement en vous **informant sur les projets des acheteurs publics**. Ayez le réflexe de souscrire à un outil de veille afin d'être alerté en permanence.

2. Appréciez la **bonne adéquation** entre vos compétences, vos moyens matériels et humains et les **demandes** de l'acheteur public. Ceci est fondamental car dès lors que vous remportez le marché, vous êtes tenu de l'exécuter jusqu'à la fin.

3. Intégrez bien la **durée du marché** pour savoir si vous allez être capable de l'exécuter jusqu'à son terme.

4. Lisez de manière **attentive** les avis de marchés publics qui vous sont transmis, pour bien y répondre, notamment dans la forme et le fonds.

5. Ne vous précipitez pas uniquement sur la lecture des documents techniques mais **prenez bien connaissance de l'ensemble des documents**, y compris les documents administratifs comme le CCAP. C'est dans ces derniers que vous trouverez tous les éléments vous permettant de calculer les composantes de votre offre de prix : les modalités de révision, les pénalités, les obligations d'assurance, les conditions de garantie, les possibilités de reconduction.

6. **Vérifiez** que vous avez bien complété l'ensemble des **documents avant de renvoyer votre offre**. Vérifiez notamment que vous avez bien signé tous les documents nécessaires à la candidature.

7. Sachez que l'acheteur public dispose d'un délai pendant lequel il peut vous demander de compléter votre dossier. Vous devez être prêt à apporter les compléments d'information ou les modifications qui vous sont demandés.

8. Prenez bien connaissance des **critères d'attribution du marché qui ont été fixés dans le règlement de consultation**. Vous devrez rédiger votre réponse en fonction de ces critères, de leur pondération ou de la manière dont ils auront été priorisés par l'acheteur public.

9. Tenez compte de la manière dont le **prix est constitué** dans la réponse que vous allez faire.

10. Si on vous demande une attestation d'assurance, vérifiez que vous êtes correctement assuré ou ayez en tête que vous allez devoir vous assurer en respectant les règles imposées dans le cadre du marché public.

11. Répondez bien aux options s'il y en a car sinon votre offre sera considérée comme non conforme.

12. Ayez à l'esprit le délai de maintien de l'offre car dès lors que vous répondez, vous êtes engagé durant tout ce délai.

13. Si votre offre est retenue, sachez que vous pourrez être amené à corriger une ou plusieurs erreurs matérielles qui peuvent s'être glissées dans votre dossier. Cette étape s'appelle la **mise au point de l'offre** mais attention, **aucune modification de prix ou de la durée d'exécution n'est possible**.

14. Si votre **offre est rejetée**, sachez que le code des marchés publics vous permet de **demander** de manière systématique à l'acheteur public les **raisons qui ont justifié le rejet de votre candidature**. Si l'acheteur ne vous les a pas communiquées spontanément à l'issue de la procédure, faites-en la demande en envoyant un courrier recommandé avec accusé de réception, afin d'analyser les raisons de votre échec et de les prendre en compte dans le cadre de vos réponses à d'autres marchés publics.

15. Si vous avez remporté un marché public, **pour pouvoir être payé**, pensez à bien **envoyer vos factures** ou vos états d'acompte, si le marché le prévoit ainsi, accompagnés de vos prévisions de révisions de prix dans le cas où il y en a.

CONCLUSION

Répondre à une commande publique est une opportunité, pour peu que le marché corresponde aux capacités de l'entreprise du boulanger.

En fonction des volumes produits, une négociation des prix de farine pourra d'ailleurs être engagée avec le meunier.

Les procédures pour fournir les établissements publics de taille moyenne sont plutôt simples et il est facile de se faire connaître en amont auprès des acheteurs publics locaux.

De plus, ce type de débouché ne connaît pas d'invendus, puisqu'il y a fourniture en réponse à une commande. Le règlement des factures est, quant à lui, assuré dans des délais raisonnables.

En général, les établissements à livrer se trouvent dans un périmètre autour de la boulangerie acceptable en termes de coût de livraison.

Livrer des établissements scolaires présente plusieurs atouts :
- ils sont fermés en fin de semaine et pendant les vacances scolaires, ce qui correspond aux périodes de plus forte activité en boutique ;
- les quantités à fournir sont en général réalisables par un artisan ;
- cela participe de la renommée locale du boulanger, auprès des élèves, mais aussi des parents.

Outre la qualité de ses produits, le boulanger pourra faire valoir sa capacité d'adaptation pour du dépannage en dehors de la commande habituelle.

SE DOCUMENTER : QUELQUES RESSOURCES

- **Guide pratique** pour la réponse des PME à la commande publique – Répondre de manière optimale aux appels d'offres : l'accompagnement des entreprises par les experts-comptables

En téléchargement à l'adresse suivante : http://siteindex.oseo.fr/guide-pratique.html

- **Mode d'emplo**i "comment répondre concrètement à un marché public ?"

En téléchargement à l'adresse suivante : http://www.marchespublicspme.com/document/156/

- **Quelques sites internet**

http://www.oseo.fr/votre_projet/commande_publique

www.marchesonline.com

www.vecteurplus.com

www.achatpublic.com

www.apasp.com

www.marchespublicspme.com

www.aact.asso.fr

Un site rénové toujours plus pratique

LE SITE DU PÔLE D'INNOVATION TECHNOLOGIQUE DE L'INSTITUT NATIONAL DE LA BOULANGERIE-PÂTISSERIE AU SERVICE DES BOULANGERS-PÂTISSIERS

Plus facile d'accès et plus complet, le site du Pôle Innovation www.inbpinnov.com évolue pour être au plus près des boulangers pâtissiers.

SA VOCATION

Il a pour vocation de communiquer sur l'activité du Pôle auprès de tous et de mettre à disposition des boulangers-pâtissiers des outils et informations pratiques permettant de les aider au quotidien.

SES RICHESSES

A titre d'exemples, vous trouverez sur le site, des affiches d'hygiène, des fiches d'enregistrements de température, le Document Unique de Sécurité, des informations sur l'étiquetage, des idées d'innovations dans le secteur ou les projets de recherche et développement de la profession.

Un sommaire plus pratique

Assistance technique :
toutes les informations utiles sur nos prestations et services.

Documentation :
affiches, posters, outils et informations pratiques à votre intention.

Nos projets :
présentation de l'ensemble des projets menés par le pôle Innovation.

La démarche de progrès :
synthèse des audits réalisés dans vos entreprises.

Ils innovent :
zoom sur les professionnels créateurs de nouvelles idées.

L'actualité en direct

Toutes les informations utiles sur les salons et les concours du moment.

Nos sites favoris

Accédez directement aux sites réalisés par le Pôle Innovation : le repas boulanger, alto et l'Observatoire éco-responsable des boulangers-pâtissiers.
Venez également découvrir les sites de nos partenaires.

PLAN D'ACCÈS I CONTACTEZ-NOUS I COMMUNIQUÉS DE PRESSE

Chercher

inbp Pôle innovation

EDITO

QUI SOMMES-NOUS
Présentation
4 missions

ASSISTANCE TECHNIQUE
Aménagement des locaux de fabrication
Diagnostic nutritionnel
Assistance à distance

DOCUMENTATION
Affiches / Posters
Outils pratiques
Infos pratiques
Lettres IPI
Suppléments techniques
Revue de presse mensuelle
Fiches techniques

NOS PROJETS

LA DÉMARCHE DE PROGRÈS
Objectif
Artisans engagés
Mode d'emploi
Outils de communication

PNA
Programme National pour l'Alimentation
Axe 1 : Faciliter l'accès de tous
Axe 2 : Améliorer l'offre alimentaire
Axe 3 : Favoriser l'information
Axe 4 : Promouvoir le patrimoine

ILS INNOVENT

PARTENAIRES

ACTUALITÉS

FORUM DE LA D.A
Du 29 au 31 mai 2013 à Biarritz

COUPE DU MONDE LA PÂTISSERIE
Du 27 au 28 janvier 2013 à Lyon

SANDWICH & SNACK SHOW
Du 20 au 21 Mars 2013 à Paris

PREVENTICA LILLE / LYON
Du 28 au 30 mai 2013 à Lille. Du 24 au 26

Bien manger c'est l'affaire de tous
Programme National pour l'Alimentation
alimentation.gouv.fr

Edito

Chacun aime à penser que l'innovation est réservée aux savants "fous", aux scientifiques de haut vol ...

Ne vous méprenez pas et regardez autour de vous !

Boulangers-pâtissiers, vous êtes nombreux au cours de votre carrière, à mener des actions innovantes sans vous en apercevoir. L'innovation est indispensable car elle constitue une condition de survie économique et de développement.

Qu'il s'agisse d'un nouveau produit, d'une nouvelle organisation de travail, d'une nouvelle machine ou bien d'un service, toute innovation tend à apporter des améliorations dans l'entreprise ou à destination du client.

Le pôle d'innovation de la boulangerie pâtisserie est là pour servir de catalyseur à l'innovation. Venez puiser dans son site Internet de nouvelles idées pour développer votre capacité de créativité. L'innovation, c'est avant tout cela !

Gérard Brochoire

le repas boulanger · alto Source de fibres · bp² · inbp CFABPF · inbp · lempa

Pôle d'Innovation Technologique
de l'Institut National de la Boulangerie Pâtisserie
150, boulevard de l'Europe I BP 1032
76 171 ROUEN CEDEX 1
Tel : 02 35 58 17 58 I Mail : poleinnovation@inbp.com

dgcis · usm · Pôle d'Innovation artisanat et petites entreprises

Photos © Jérôme Lanier / INBP / extraite de Ils vont aimer ! / Éditions Jérôme Villette, 2011
Photos © Gwladys Vincelot / INBP / extraite de 60 succès de boulangerie-patisserie / Éditions Jérôme Villette, 2008
Photos : © Fotolia / © INBP
Design : www.thomasoak.fr