

## RESTAURATION COLLECTIVE PUBLIQUE : LES MARCHES

**Afin de garantir le bon usage de l'argent public, les établissements publics sont soumis au code de la commande publique. C'est le cas de certains restaurants collectifs, y compris si leur gestion est confiée à une société privée. Le point sur ce que cela implique.**

Tous les contrats avec les établissements publics ne sont pas soumis à la règle des marchés publics. En dessous de 40 000 euros HT, le contrat de vente peut se conclure en gré à gré : le vendeur échange alors en direct avec l'acheteur, fournit un devis, etc. Au-dessus de ce seuil, on entre dans le cadre des marchés publics. Dans le cadre d'un marché public :

- l'acheteur doit prédéfinir son besoin et le faire connaître en publiant un avis de marché public sur son site Internet, dans la presse locale et, pour les marchés au-dessus de 90 000 euros HT, dans le bulletin officiel des annonces des marchés publics (BOAMP) ou dans un journal d'annonces légales (JAL) > saisir sur un moteur de recherche le nom d'une commune suivi des termes « marchés publics » permet d'accéder aux offres qu'elle a publiées ;
- l'acheteur doit étudier toutes les réponses à son offre de marché public > tout le monde a donc potentiellement sa chance,
- en amont de la publication du marché, l'acheteur aura déterminé une grille de notation et fixé ses critères de choix et leur valeur (le prix, la qualité, le délai entre récolte et livraison, l'impact environnemental, la traçabilité...) > cela garantit un traitement équitable de toutes les offres.



**La bonne idée :** s'informer du mode de fonctionnement des établissements de restauration et des dates d'échéance des marchés en cours, surveiller en conséquence la publication des offres de marchés publics dans la presse ou sur les sites des communes.

**BON A SAVOIR**, une fois le marché publié, le vendeur peut contacter l'émetteur du marché public pour poser des questions avant de rédiger sa réponse. Mais il est conseillé de rencontrer les acheteurs AVANT qu'ils ne rédigent leurs marchés. Cela permet au vendeur de présenter sa gamme de produits, de vérifier qu'elle est adaptée aux attentes du client (et éventuellement de l'adapter) et de connaître les volumes attendus par les acheteurs. A noter : il est possible de répondre collectivement à une offre. Ces contacts en amont de la rédaction des marchés par les acheteurs (communément appelée étape de sourcing) ont un intérêt : ils permettent à l'acheteur de rédiger un marché adapté à l'offre.

## Ne rien oublier au moment de répondre

Un appel d'offre comprend généralement :

- un **règlement de consultation** qui explique comment le vendeur doit déposer son dossier, les documents qu'il devra fournir (présentation de l'entreprise, document de candidature, fiche technique des produits, bordereau des prix...) et les délais de réponse (l'acheteur peut éliminer les candidatures incomplètes ou ne respectant pas les spécificités décrites dans son offre),
- un **cahier des clauses administratives particulières** (CCAP) qui détaille les conditions générales financières et juridiques,
- un **cahier des clauses techniques particulières** (CCTP) qui explique ce que l'acheteur veut acheter (description de la prestation).

Les candidats doivent fournir tous les documents exigés au moment du dépôt de leur offre et respecter les modalités de candidature et de transmission du dossier définies par l'acheteur.



**La bonne idée :** être prêt.e au moment où le marché est publié :

- disposer d'une présentation toute prête de l'entreprise et de ses productions, quitte à l'adapter avant de l'envoyer,
- avoir déjà rédigé des fiches descriptives des produits (caractéristiques, mode de production, labels éventuels, saisonnalité, argumentaire qualité, composition et allergènes pour les produits transformés, mode et durée de conservation, conditionnement...)

**BON A SAVOIR :** pour simplifier les rapports entre les établissements soumis aux règles de la commande publique et leurs fournisseurs, l'Etat a mis en place une plate-forme de facturation dématérialisée : Chorus pro.

## Ne pas hésiter à se lancer

Les marchés ne sont pas réservés aux gros fournisseurs. Loin de là. Il faut aller voir le détail des attentes de l'acheteur pour en savoir plus sur les volumes attendus (et ne pas oublier qu'il est possible de se grouper à plusieurs pour répondre à un même marché). Toutes les candidatures sont étudiées, celles des vendeurs nouveaux venus comme celles des opérateurs connus et reconnus.

Cette égalité de traitement des offres ne permet pas de privilégier le local, même si l'acheteur est sensible à cet argument. D'où l'intérêt pour les vendeurs de se faire connaître des acheteurs pour mettre en avant les caractéristiques spécifiques de leurs produits.

**BON A SAVOIR :** répondre à un marché public est plus aisé pour celles et ceux qui sont familiarisés avec cette procédure. Les débutants pourront glaner des informations utiles sur le site du Bulletin officiel des annonces des marchés publics (BOAMP.fr) <https://www.boamp.fr/Espace-entreprises/Comment-repondre-a-un-marche-public/Sommaire>