



# Table des matières

<b>TABLE DES MATIERES .....</b>	<b>2</b>
<b>1. UN CHOIX DE PLUS EN PLUS RESOLU.....</b>	<b>3</b>
<b>2. LE COMMERCE ÉQUITABLE .....</b>	<b>4</b>
2.1. QU'EST-CE QUE LE COMMERCE ÉQUITABLE ? .....	4
2.2. LES CRITÈRES INTERNATIONAUX DU COMMERCE ÉQUITABLE.....	5
2.3. LES CERTIFICATIONS DU COMMERCE ÉQUITABLE .....	6
<i>FLO/Max Havelaar</i> .....	6
<i>WFTO : l'Organisation internationale du commerce équitable</i> .....	6
<i>Fair for Life</i> .....	6
<i>FairWild</i> .....	7
<i>Ecocert – Équitable, solidaire, responsable (ESR)</i> .....	7
<b>3. FAIRE REFERENCE AUX PRODUITS ÉQUITABLES DANS LE PROCESSUS DE MARCHES PUBLICS, C'EST POSSIBLE !.....</b>	<b>8</b>
3.1. PRÉCISER LA DEMANDE DE PRODUITS ÉQUITABLES DANS LA DÉFINITION DE L'OBJET DU MARCHÉ ET DANS LES SPÉCIFICATIONS TECHNIQUES .....	8
3.2. LA PRISE EN COMPTE DU COMMERCE ÉQUITABLE DANS LES CRITÈRES D'ATTRIBUTION DU MARCHÉ.....	10
<b>4. UNE BONNE NOUVELLE POUR L'INSERTION DE CRITÈRES ÉQUITABLES DANS LES MARCHES PUBLICS.....</b>	<b>12</b>
<b>ANNEXE : DIFFÉRENTS MODES D'ATTRIBUTION DES MARCHES (BREF RÉSUMÉ) .....</b>	<b>13</b>

# 1. Un choix de plus en plus résolu...

Relayant l'intérêt croissant des citoyens à l'égard d'une démarche éthique dans leur processus de consommation, de nombreuses autorités publiques donnent des signes crédibles de leur volonté d'établir un partenariat commercial équitable entre le monde économiquement fort et le restant de la planète.

Les Communes d'Anvers, Bruxelles, Gand, Marche-en-Famenne, Schaerbeek, Flobecq, Visé, Ottignies –LLN, Charleroi, pour n'en citer que quelques-unes ;

- la Communauté flamande ;
- la Région wallonne ;
- le Parlement bruxellois ;
- la Chambre des Représentants ;
- différents ministères comme celui des affaires intérieures, des affaires extérieures, des affaires économiques ;
- le roi des Belges Albert II et la reine Paola ;
- ...

ont tous en commun de consommer d'une manière ou d'une autre des produits du commerce équitable. En Flandres, ce sont 60% des 308 communes qui consomment ce type de produits, une politique bien souvent complémentaire à celles du jumelage et de la coopération décentralisée.

Cette consommation de produits équitables cadre avec plan d'action fédéral Marchés publics durables 2009-2011 pour qui « *les marchés publics durables vont au-delà des marchés publics verts* »<sup>1</sup>.

## ...pour un commerce équitable

Les initiatives économiques se réclamant d'un commerce équitable contribuent au développement des artisans et producteurs agricoles dans les pays du Sud, en leur garantissant des conditions de travail et de rémunération décentes, en leur apportant des débouchés commerciaux dans les pays du Nord, sans les assister ni les rendre dépendants.

Par l'échange économique, le commerce équitable permet également aux consommateurs, qu'ils soient privés ou publics de s'enrichir d'une meilleure compréhension du monde. Il est responsable de ses actes, capable de s'intéresser aux relations de cause à effet entre l'acte de consommation et les conditions de travail, les libertés individuelles, la dégradation de l'écosystème, l'uniformisation culturelle, la pauvreté et l'exclusion, ici et là-bas.



Un guide des achats durables a d'ailleurs été rédigé pour aider les administrations publiques en matière d'achats publics durables, équitables.<sup>2</sup> Il s'agit de recommandations pour l'achat de produits plus respectueux de l'environnement et fabriqués dans des conditions sociales respectant la dignité humaine.

On notera également que le commerce équitable est mentionné dans l'Accord de gouvernement fédéral signé le 18 mars 2008 par les partis politiques formant la coalition gouvernementale : "*En outre, (le gouvernement) soutiendra des actions en faveur du commerce équitable et encouragera le Parlement à améliorer son encadrement légal, et il veillera particulièrement au respect des normes sociales et environnementales.*"<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Plan d'action fédéral Marchés publics durables 2009-2011 adopté en Conseil des ministres le 3 juillet 2009, page 13.

<sup>2</sup> <http://www.guidedesachatsdurables.be/>

<sup>3</sup> Page 40. Chapitre Politique étrangère.

## 2. Le commerce équitable

### 2.1. Qu'est-ce que le commerce équitable ?

Apprécier un morceau de chocolat ou un bon petit café en sachant que l'on participe au bien-être d'autrui, voilà une idée vraiment très savoureuse.

Cette idée, c'est celle du commerce équitable, un commerce juste et équilibré entre les pays du Nord et du Sud.



Chay Sarpong, Kuapa Kokoo, Ghana  
© Alter Eco.

Le commerce équitable travaille en priorité avec les producteurs les plus défavorisés des pays du sud, en leur achetant leur production à des conditions visant à permettre leur développement économique, social et environnemental. Le commerce équitable est ainsi l'application concrète des principes du développement durable au travers des échanges commerciaux. Il propose un prix d'achat décent aux producteurs, le préfinancement des commandes, des relations durables entre partenaires économiques, la limitation des intermédiaires, la garantie des droits fondamentaux des travailleurs, la transparence sur l'origine du produit et sur les étapes de sa commercialisation, un mode de production qui respecte l'environnement et enfin des produits de qualité proposés aux consommateurs.

#### Définition du commerce équitable

En octobre 2001, le réseau informel « FINE »<sup>4</sup> a formulé une définition du commerce équitable, acceptée par tous les acteurs du mouvement :

*« Le Commerce équitable est 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 meilleures conditions commerciales et en garantissant les droits des producteurs et des travailleurs marginalisés, tout particulièrement au Sud de la planète.*

*Les organisations du Commerce équitable (soutenues par les consommateurs) s'engagent activement à soutenir les producteurs, à sensibiliser l'opinion et à mener campagne en faveur de changements dans les règles et pratiques du commerce international conventionnel.*

*L'essence du Commerce équitable est de :*

- *travailler délibérément avec des producteurs et des travailleurs marginalisés afin de les aider à passer d'une position de vulnérabilité à la sécurité et à l'autosuffisance économique ;*
- *donner plus de poids aux producteurs et aux travailleurs en tant que parties prenantes de leurs organisations ;*
- *jouer activement un plus grand rôle dans l'arène mondiale pour parvenir à une plus grande équité dans le commerce mondial. »*

<sup>4</sup> FINE regroupe les organisations faitières suivantes du Commerce équitable : EFTA (European Fair Trade Association ; « Club » composé exclusivement d'organisations importatrices du Commerce équitable), NEWS (Network European Worldshops ; réunit momentanément environ 5000 magasins du monde), FLO INTERNATIONAL (Fair Trade Labelling Organization, Max Havelaar International), IFAT (International Federation for Alternative Trade ; forum pour tous les acteurs du Commerce équitable).

## 2.2. Les critères internationaux du commerce équitable

En juin 2006, le Parlement européen a adopté à une écrasante majorité un rapport sur le commerce équitable et le développement. Via cette résolution, les députés veulent encourager le commerce équitable « qui s'avère efficace pour réduire la pauvreté, en particulier dans les pays les plus pauvres du monde. »<sup>5</sup>

Pour le Parlement européen : « *Le commerce équitable doit au minimum répondre aux critères définis par le mouvement du commerce équitable en Europe, comme suit :*

- a) prix équitable pour le producteur, garant d'une rémunération équitable, couvrant les frais de production et de subsistance durables; ce prix doit au minimum être aussi élevé que le prix minimal et la prime du commerce équitable lorsque ceux-ci ont été définis par les associations internationales du commerce équitable,*
- b) acompte sur le paiement, si le producteur en fait la demande,*
- c) relations stables et de long terme avec les producteurs et participation des producteurs à l'établissement des normes de commerce équitable,*
- d) transparence et traçabilité tout au long de la chaîne d'approvisionnement pour assurer une information appropriée des consommateurs,*
- e) respect par les conditions de production des huit conventions fondamentales de l'Organisation internationale du travail (OIT),*
- f) respect de l'environnement, protection des droits de l'homme, notamment des droits de la femme et de l'enfant, et respect des méthodes de production traditionnelles, favorisant le développement économique et social,*
- g) renforcement des capacités et émancipation des producteurs, notamment des petits producteurs marginalisés et des travailleurs des pays en développement, de leurs organisations et de leurs communautés respectives afin de garantir la pérennité du commerce équitable,*
- h) soutien à la production et à l'accès au marché en faveur des organisations de producteurs,*
- i) actions de sensibilisation à la production et aux relations commerciales liées au commerce équitable, à la mission et aux objectifs du commerce équitable et à l'injustice générale des règles commerciales internationales,*
- j) suivi et vérification du respect de ces critères à l'égard desquels les organisations du Sud doivent jouer un rôle plus important, pour déboucher sur une réduction des coûts et un renforcement de la participation locale au processus de certification,*
- k) évaluations régulières d'impact des activités du commerce équitable »*

---

<sup>5</sup> [http://www.europarl.europa.eu/news/expert/infopress\\_page/028-9499-187-07-27-903-20060629IPR09384-06-07-2006-2006-false/default\\_fr.htm](http://www.europarl.europa.eu/news/expert/infopress_page/028-9499-187-07-27-903-20060629IPR09384-06-07-2006-2006-false/default_fr.htm)

## 2.3. Les certifications du commerce équitable

### FLO/Max Havelaar



La création, en 1988, de la Fondation Max Havelaar aux Pays-Bas a entraîné la mise en place de 23 autres initiatives dans différents pays européens, d'Amérique du Nord, au Japon et même en Afrique du Sud.

Il faut savoir que Max Havelaar n'achète ni ne vend de produits équitables. Il s'agit d'une organisation indépendante qui gère une certification de commerce équitable, garantit et promeut le commerce équitable. Cette certification est octroyée uniquement aux produits qui répondent aux critères internationaux définis par FLO<sup>6</sup>.

Ceux-ci portent notamment sur les conditions de production et les prix. Afin de pouvoir donner cette garantie, Max Havelaar contrôle la chaîne de production, du producteur au consommateur.

[www.maxhavelaar.be](http://www.maxhavelaar.be)

### WFTO : l'Organisation internationale du commerce équitable



L'organisation mondiale du commerce équitable (World Fair Trade Organisation) a été créée en 1989 sous le nom d'IFAT (International Federation for Alternative Trade). Elle rassemble 220 organisations dans 59 pays : des groupes de producteurs, des organisations de commerce alternatif et d'autres opérateurs du commerce équitable d'Afrique, d'Asie, d'Australie, d'Europe, du Japon, d'Amérique du Nord et du Sud.

En 2004, la WFTO lançait son label d'organisation (Fair Trade Organisation Mark – FTO-Mark) applicable non pas aux produits mais bien aux organisations de commerce équitable. Le label pour les organisations équitables promu par la WFTO est une étiquette de qualité attestant de l'engagement de celles-ci pour le commerce équitable vis-à-vis des consommateurs, des acteurs du commerce conventionnel et des instances politiques. Il ne s'agit donc pas de certifier les produits des organisations, mais plutôt l'organisation elle-même. Ce faisant, c'est toute la chaîne commerciale en entier qui pourrait opérer selon les principes équitables établis en matière notamment de conditions de travail (incluant la rémunération), de travail des enfants, et d'environnement. La WFTO a mis sur pied un système de vérification et de monitoring de façon à assurer le respect des standards des organisations arborant le label. Celui-ci repose sur trois étapes : l'auto-évaluation, la révision par les pairs et la vérification externe.

[www.wfto.org](http://www.wfto.org)

### Fair for Life



"Fair for life" est un programme de certification pour le commerce équitable et la responsabilité sociale, que ce soit au niveau d'activités de production agricole, de transformation ou de commercialisation. Le nouveau programme complète les systèmes de certification équitables existants.

Le Programme de Certification Sociale & FairTrade IMO offre aux dirigeants de projets socialement responsables une solution d'inspection et de certification objective par un vérificateur externe hautement qualifié. Il combine les normes sociales et de commerce équitable avec les conditions locales.

Le système a été conçu pour des produits alimentaires et non alimentaires (produits cosmétiques, textiles, etc.).

<sup>6</sup> Voir [www.fairtrade.net](http://www.fairtrade.net)

La Certification Sociale & FairTrade IMO garantit le respect de droits de l'homme à chaque étape de production, des conditions de travail correctes et justes pour les travailleurs et une rétribution équitable pour les petits agriculteurs.

[www.fairforlife.net](http://www.fairforlife.net)

## FairWild



La demande croissante de produits naturels dans les secteurs de l'alimentation, des cosmétiques, du bien-être et des ingrédients médicinaux présente des défis majeurs au niveau écologique et social : la pression élevée imposée à des plantes potentiellement vulnérables peut mettre en péril les écosystèmes locaux et les conditions de vie des ramasseurs, qui font le plus souvent partie des populations les plus pauvres des pays concernés.

Une norme de durabilité des produits récoltés à l'état sauvage tenant compte de critères écologiques et sociaux a été développée, sous l'égide de la *FairWild Foundation* et en collaboration avec différentes parties prenantes et groupes d'intérêt.

La norme **FairWild** garantit aux acheteurs que les produits ont été récoltés et transformés de manière socialement et écologiquement responsable.

[www.fairwild.org](http://www.fairwild.org)

## Ecocert – Equitable, solidaire, responsable (ESR)



Entreprise pionnière, *Ecocert* a été fondée en 1991 sur des valeurs éthiques fortes, héritées du mouvement associatif agrobiologique des années 1970. Son métier consiste à donner une garantie sur le respect rigoureux de cahiers des charges publics ou privés, applicables à des produits, des systèmes ou des services - mais aussi à rédiger des cahiers des charges, et à proposer des formations dans les domaines réglementaires. En gagnant l'adhésion des acteurs et des consommateurs, *Ecocert* est devenu une référence de la certification bio dans le monde. En tant qu'organisme de contrôle et de certification AB, *Ecocert* est accrédité selon la norme ISO 65, intervient dans plus de 80 pays, et développe des outils de progrès dans les domaines environnemental et social: ESR(Commerce Equitable), cosmétiques et textiles biologiques, espaces verts écologiques<sup>7</sup>...

*Ecocert* a élaboré un référentiel privé déclinant en critères objectifs une conception haute du commerce équitable. Le référentiel ESR (échanges Equitables, Solidaires, Responsables), est à la disposition des opérateurs souhaitant valoriser leur engagement dans ce domaine.

Ce cahier des charges s'applique aux filières agroalimentaires, aux cosmétiques, aux textiles. Il prévoit des prix minima garantis, et impose des bonnes pratiques agricoles strictes (une certification bio est exigée pour les bananes, le coton et les fleurs).<sup>8</sup>

Ce cahier des charges a été élaboré en concertation avec un groupe de professionnels du secteur (producteurs, importateurs, distributeurs, associations de consommateurs). Il est conforme au consensus de *FINE*, à l'accord *AFNOR AC X50-340*. *Ecocert* est membre stagiaire depuis octobre 2007 de la *PFCE* (Plate-forme française du Commerce Equitable).

<sup>7</sup> Texte de présentation que l'on peut trouver sur le site de la Plate-forme du commerce équitable en France - [www.commerceequitable.org](http://www.commerceequitable.org)

<sup>8</sup> Le référentiel est téléchargeable sur : [http://www.ecocert.fr/Equitable-Solidaire-Responsable.html?var\\_recherche=commerce%20%C3%A9quitable](http://www.ecocert.fr/Equitable-Solidaire-Responsable.html?var_recherche=commerce%20%C3%A9quitable)

### 3. Faire référence aux produits équitables dans le processus de marchés publics, c'est possible !



Les pouvoirs publics ne peuvent pas faire n'importe quoi, ni acheter n'importe comment ! Les marchés publics s'inscrivent dans le cadre de **règles générales**<sup>9</sup> définies par l'État fédéral<sup>10</sup> et de règles arrêtées par les donneurs d'ordre – qualifiés aujourd'hui de pouvoirs adjudicateurs – et que l'on peut appeler **particulières** dans la mesure où il s'agit de règles spécifiques à un marché déterminé, qu'il soit de travaux, de fournitures ou de services. Par ailleurs, les marchés publics sont aussi soumis au droit européen ; d'une part aux principes généraux, d'autre part, au dessus de certains seuils, aux directives marchés publics. Au-delà de leurs différences, ces règles prescrivent de faire le meilleur choix économique. Or, depuis l'entrée en vigueur du Traité d'Amsterdam (1<sup>er</sup> mai 1999), le Marché intérieur est réalisé non seulement dans une perspective de croissance économique au sens strict mais plus largement de développement durable des activités économiques. (article 2 du traité). La Cour de Justice européenne a d'ailleurs rendu trois arrêts dans ce sens à propos des possibilités de prise en compte de dimensions éthiques.<sup>11</sup>

#### 3.1. Préciser la demande de produits équitables dans la définition de l'objet du marché et dans les spécifications techniques



« Avant d'entamer toute procédure<sup>12</sup>, le pouvoir adjudicateur déterminera ses besoins réels, c'est ainsi qu'il définira l'objet du marché. C'est à ce stade qu'il est le plus libre de choisir un produit qui, tout en répondant aux besoins du service, pourra tenir compte d'autres impératifs tenant compte du développement durable.

(...)

Il est essentiel qu'en aucun cas la description de l'objet du marché n'ait pour effet de restreindre l'accès au marché à des entreprises nationales ou particulières. »<sup>13</sup>

<sup>9</sup> Ces règles générales sont celles de la loi du 24 décembre 1993 relative aux marchés publics et à certains marchés de travaux, de fournitures et de services, des arrêtés royaux d'exécution du 8 janvier 1996 (secteurs classiques) et du 10 janvier 1996 (secteurs spéciaux) relatifs à la passation des marchés, ainsi que de l'arrêté royal du 26 septembre 1996 établissant les règles générales d'exécution et le cahier général des charges des marchés publics. A ces règles qui ont déjà été modifiées à plusieurs reprises, il convient d'ajouter celles relatives à l'agrément des entrepreneurs pour les marchés publics de travaux.

<sup>10</sup> Application des lois de réformes institutionnelles. Les règles générales en matière de marchés publics relèvent de la compétence de l'Autorité fédérale.

<sup>11</sup> - Arrêt dans l'affaire C-513/99 (*Concordia Bus Finland OY Ab versus Helsingin kaupunki and HKL-Bussiliikenne*) du 17 septembre 2002 concernant l'attribution du marché public de bus urbains à la société proposant les bus les moins polluants. Dans cet arrêt, la cour a précisé que le principe de non discrimination n'empêche pas la prise en considération de critères de protection de l'environnement simplement parce que l'opérateur de transport auquel le contrat est attribué est l'un des seuls soumissionnaires capables d'offrir une flotte de bus rencontraant ces critères.

- Arrêt c-225/98 du 26/09/2000 Commission/France concernant l'introduction, comme critère d'attribution dans un marché de construction de lycée du Nord-Pas-de-Calais, de l'exigence d'un certain quota d'employés étant d'anciens chômeurs de longue durée.

- Arrêt c-448/01 du 4 décembre 2003

<sup>12</sup> Voir annexe : différents modes d'attribution des marchés

<sup>13</sup> Circulaire de la Secrétaire d'Etat au Développement durable



**Le consommateur public voulant s'approvisionner en produits équitables pourra demander dans l'objet de marché une ou des fournitures (café, thé,...) « produite(s) dans des conditions respectant les critères internationaux de commerce équitable ».** Ces critères (voir point 2.2.) seront à préciser dans les spécifications techniques du cahier spécial des charges.

Dans sa dernière communication sur le rôle du commerce équitable et des systèmes non gouvernementaux d'assurance de la durabilité liés au commerce, la Commission européenne précise : *« Les pouvoirs adjudicateurs qui souhaitent acheter des produits bénéficiant d'une assurance de durabilité ne doivent pas se contenter de reprendre le principe d'un label donné et de l'inclure dans leur cahier des charges, mais s'inspirer des sous-critères sur lesquels repose, par exemple, le label «commerce équitable» et appliquer uniquement ceux qui sont pertinents dans le domaine concerné par leur achat. Les pouvoirs adjudicateurs doivent toujours permettre aux soumissionnaires de prouver qu'ils respectent ces normes en utilisant des labels du commerce équitable ou d'autres moyens de preuve<sup>14</sup> »*

Les spécifications techniques du cahier spécial des charges peuvent donc faire référence, de manière non exclusive, à différentes certifications du commerce équitable :

- Fair Trade Garantie (Max Havelaar),
- Fair Trade Organisation Mark de WFTO
- Fair for Life
- FairWild
- Référentiel ESR d'Ecocert

Elles spécifient alors qu'un « produit portant une certification du commerce équitable ou une certification équivalente ou un produit répondant à des conditions équivalentes est considéré comme respectant les critères internationaux du commerce équitable »

Définition d'un produit « portant une certification équitable ou une certification équivalente ou répondant à des conditions équivalentes » :

- *ou bien un produit portant une certification du commerce équitable sur son emballage ;*
- *ou bien un produit portant sur son emballage une certification équivalente, respectant les mêmes principes de base que ceux énoncés par le Parlement européens (voir supra) ; le soumissionnaire devant fournir les attestations nécessaires, idéalement délivrées par une partie tierce indépendante, prouvant l'équivalence de cette certification ;*
- *ou bien un produit répondant à des conditions équivalentes à celles énoncées par le Parlement européen; le soumissionnaire devant fournir les attestations nécessaires, idéalement délivrées par une partie tierce indépendante, prouvant l'équivalence de cette certification ;*

---

<sup>14</sup> Communication de la Commission au Conseil, au Parlement européen et au Comité économique et social européen, Contribuer au développement durable: le rôle du commerce équitable et des systèmes non gouvernementaux d'assurance de la durabilité liés au commerce, Bruxelles, le 5.5.2009 COM(2009) 215 final

## 3.2. La prise en compte du commerce équitable dans les critères d'attribution du marché.

Les critères du commerce équitable peuvent également entrer en ligne de compte dans l'attribution de marchés, et donc constituer l'un des critères permettant de décider quelle offre accepter, à côté de critères tels que le prix.

L'utilisation de critères d'attribution signifie principalement que les produits issus du commerce équitable sont « préférés » mais pas « obligatoires ».

Lorsque des critères d'attribution non économiques sont utilisés, ces critères doivent être clairement mentionnés dans l'avis de marché publié.

Les méthodes utilisées pour évaluer les offres peuvent varier. Les règles applicables aux marchés publics de l'UE permettent que les offres soient évaluées soit en se basant uniquement sur l'argument du « meilleur prix », soit en recherchant l'offre « la plus avantageuse économiquement ». Cette deuxième approche permet d'utiliser le commerce équitable comme critère d'évaluation et d'attribution. L'évaluation est souvent effectuée en donnant un certain nombre de points à chaque offre en fonction de différents critères.

### EXEMPLES

#### **Achat direct de café - Préférence pour les produits équitables**

Objet : « Achat de café, avec une préférence pour les produits issus du commerce équitable »

Critères d'attribution/d'évaluation : « Le marché sera attribué à l'offre la plus avantageuse économiquement, et les offres seront évaluées en fonction du modèle suivant :

- Produits équitables : 10 points (sur 100) - 1 point est accordé à chaque portion de 10% de café offert issu de sources équitables (en termes de volume)<sup>15</sup>
- Autres (y compris le prix) : 90 points (sur 100)

Tous les produits équitables offerts doivent être produits conformément aux paramètres de la Résolution du Parlement européen sur le commerce équitable et le développement (A6-0207/2006 – voir point 2.2.).

Vérification : les opérateurs économiques (fournisseurs) doivent fournir une preuve, délivrée par une tierce partie indépendante, que ces critères sont satisfaits. Les produits porteurs d'un label équitable ou importés et distribués par des organismes de commerce équitable seront jugés conformes. Les opérateurs économiques peuvent prouver leur conformité aux exigences de toute autre manière appropriée.

#### **Service de catering**

(Par exemple, service de catering pour une cafétéria d'entreprise ou une cantine d'école)

Un certain nombre de points (par ex. 60 sur 100) peuvent être donnés pour le niveau de prix d'un service de catering, par exemple. 30 autres points peuvent être donnés pour la qualité du service, et enfin, 10 points pourraient être donnés au nombre de produits équitables qui seront offerts.

#### *Préférence pour les produits équitables*

Objet : « Contrats de services de catering, avec une préférence pour l'offre de produits équitables ».

Critères d'attribution/d'évaluation : « Le marché sera attribué à l'offre la plus avantageuse économiquement, et les offres seront évaluées en fonction du modèle suivant :

<sup>15</sup> Par exemple, si 30% du café offert est équitable, l'offre obtiendra 3 points. Par exemple, si 100% du café offert est équitable, l'offre obtiendra 10 points.

- Produits équitables : 10 points (sur 100) - Points accordés pour le pourcentage (en termes de volume) de produits équitables offerts. 3 points pour le café, 3 points pour les fruits tropicaux, 2 points pour les jus de fruits, 1 point for le chocolat, 1 point pour le thé
- Autres (y compris le prix) : 90 points (sur 100)

Tous les produits équitables offerts doivent être produits conformément aux paramètres de la Résolution du Parlement européen sur le commerce équitable et le développement (A6-0207/2006 – Voir point 2.2.) »

Vérification : les opérateurs économiques (fournisseurs) doivent fournir une preuve, délivrée par une tierce partie indépendante, que ces critères sont satisfaits. Les produits porteurs d'un label équitable ou importés et distribués par des organismes de commerce équitable seront jugés conformes. Les opérateurs économiques peuvent prouver leur conformité aux exigences de toute autre manière appropriée.

## 4. Une bonne nouvelle pour l'insertion de critères équitables dans les marchés publics

La province néerlandaise de Groningen est en droit de demander dans ses appels d'offres que ses fournisseurs respectent six critères de base du commerce équitable. C'est le jugement prononcé en première instance suite à l'attaque du groupe Douwe Egberts.

Conformément à la législation néerlandaise, cette province avait inscrit un certain nombre d'« exigences fondamentales » figurant dans les standards de Fairtrade / Max Havelaar dans ses appels d'offres pour le café :

- provenance de coopératives de petits producteurs,
- prix minimum,
- prix supérieur au cours mondial si celui-ci est supérieur au prix garanti,
- préfinancement partiel sur demande,
- relation sur le long terme,
- programme d'appui aux producteurs.

Mais, en novembre 2007, coup de théâtre, la province de Groningen (Pays-Bas) était assignée en justice par le groupe alimentaire *Douwe Egbert* (filiale de *Sara Lee*) pour « discrimination ». Motif : ces critères représentent une barrière à l'entrée et une "mesure discriminatoire" pour les éventuels soumissionnaires, parmi lesquels l'entreprise d'agro-alimentaire et sa caution éthique : *Utz Certified*.



Tri de fèves de café, Nicaragua – © The Fair Trade

La décision de la Cour, favorable à la province, s'appuie sur la Directive communautaire 2004/18/EC ; communication interprétative de la Commission (COM (2001) 566) du 15 octobre 2001) ; rapport du Parlement Européen sur Commerce équitable et développement (2005/2245(INI)) ; article 177 du traité CE.

Selon Jean-Pierre Doussin, Président de *Max Havelaar* France : « *D'une part, au regard du droit communautaire, elle [cette décision] reconnaît la complète légalité de l'inclusion dans les cahiers des charges accompagnant les appels d'offres publics de clauses se référant aux critères du commerce équitable. D'autre part, elle fait bien la différence entre le commerce équitable et des démarches voisines.* »

## Annexe : Différents modes d'attribution des marchés (bref résumé)

En fonction des montants en jeu, le pouvoir adjudicateur a le choix entre différents modes d'attribution : l'adjudication, l'appel d'offres ou la procédure négociée.<sup>16</sup> Quelque soit le mode d'attribution, il est possible de faire référence aux produits du commerce équitable.

### LORSQUE LA DÉPENSE RÉELLE À APPROUVER N'ATTEINT PAS LE PLAFOND DE 67 000 € HTVA<sup>17</sup>



Les pouvoirs publics peuvent alors recourir à **une procédure négociée sans publicité**. En dessous de ce seuil<sup>18</sup>, la procédure négociée ne suppose pas nécessairement la formalisation de critères d'attribution de marché (voir infra), ce qui laisse un pouvoir d'appréciation plus large dans le chef du « consommateur public ». En principe cependant, plusieurs entreprises ou personnes doivent être consultées avant la conclusion d'un contrat selon ce mode de passation.

Le consommateur public peut dès lors négocier directement avec quelques fournisseurs, au minimum trois. Cependant le calcul du plafond doit prendre en compte l'ensemble des marchés portant sur les mêmes produits passés dans le courant du même exercice budgétaire ou pendant toute la durée du marché si celle-ci dépasse l'exercice.

### EN DESSOUS DU PLAFOND DE 5 500 € HTVA

Les pouvoirs publics peuvent même passer ce marché en envoyant un **simple bon de commande** à une entreprise ou un particulier avec demande de livraison endéans un certain délai, pour un certain prix.

Il faut toutefois avoir consulté au préalable de façon informelle plusieurs concurrents : par téléphone, par listes de prix,...



Pour tous les besoins répétitifs, ou les achats périssables, il est évident que les pouvoirs publics ont tout intérêt à procéder par bon de commande, ce qui leur laisse une très grande liberté d'action. Le calcul du plafond doit également prendre en compte l'ensemble des marchés portant sur les mêmes produits passés dans le courant du même exercice budgétaire ou pendant toute la durée du marché si celle-ci dépasse l'exercice.

<sup>16</sup> Ces dispositions ont été transposées dans notre droit par l'article 15 (adjudication) et par l'article 16 (appel d'offres) de la loi du 24 décembre 1993.

<sup>17</sup> 135.000 € htva dans les secteurs spéciaux (eau, électricité, transports et services postaux).

<sup>18</sup> 135.000 € htva dans les secteurs spéciaux (eau, électricité, transports et services postaux).

#### AU DELÀ DU PLAFOND DE 67 000 € HTVA

Le marché doit être passé par adjudication publique ou restreinte, par appel d'offres général ou restreint<sup>19</sup>, par procédure négociée avec publicité<sup>20</sup>, quel que soit le montant (ne concerne que les marchés de fourniture et de services). Cela suppose de formaliser des critères de sélection qualitative ou de critères d'attribution du marché.

Les obligations de publicité au niveau européen doivent également être respectées lorsque le montant estimé HTVA est égal ou supérieur actuellement à :

137 000 € pour les fournitures de certains pouvoirs adjudicateurs fédéraux ;  
211 000 € pour les fournitures des autres pouvoirs adjudicateurs

Si on opte pour l'adjudication, qu'elle soit ouverte ou restreinte, le marché doit être attribué au soumissionnaire qui a remis l'offre régulière (c'est-à-dire une offre répondant aux exigences de fond et de forme prescrites) la plus basse, ce qui ne permet pas d'apprécier l'offre en fonction d'autres critères.

« En appel d'offres général ou restreint, le marché doit être attribué au soumissionnaire qui a remis l'offre régulière la plus intéressante, en tenant compte des critères d'attribution qui doivent être mentionnés dans le cahier spécial des charges ou, le cas échéant, dans l'avis de marché. Les critères d'attribution doivent être relatifs à l'objet du marché, par exemple, la qualité des produits ou prestations, le prix, la valeur technique, le caractère esthétique et fonctionnel, les caractéristiques environnementales, des considérations d'ordre social et éthique, le coût d'utilisation, la rentabilité, le service après-vente et l'assistance technique, la date de livraison et le délai de livraison ou d'exécution. (...) »<sup>21</sup>

---

<sup>19</sup> L'adjudication est dite « publique » et l'appel d'offres est dit « général » lorsqu'ils se font en respectant les règles de publicité et en procédant à l'ouverture des offres en public. L'adjudication est dite « restreinte » et l'appel d'offres est dit « restreint » lorsqu'ils se font en respectant les règles de publicité et en consultant les entrepreneurs, fournisseurs ou prestataires de services que l'autorité compétente a sélectionnés. Seuls ceux qui sont sélectionnés peuvent remettre une offre. Seuls les soumissionnaires peuvent assister à l'ouverture des offres. On parle d'entreprises candidates dans le cadre de procédures restreintes et d'entreprises soumissionnaires dans le cadre des procédures ouvertes.

<sup>20</sup> La procédure négociée avec publicité est une procédure inhabituelle requérant une motivation solide.

<sup>21</sup> Article 16 de la loi du 24 décembre 1993 relative aux marchés publics (secteurs classiques), tel que modifié par la loi programme du 8 avril 2003.

# Trade for Development Centre

## CENTRE D'EXPERTISE

C'est le centre d'expertise sur les thématiques d'aide au commerce, commerce équitable et commerce durable.

- Collecte, analyse et production d'information (enquêtes d'opinion auprès des consommateurs, études de marchés,...)
- Animation d'un groupe de travail au sein de la plate-forme d'appui au secteur privé « Entreprendre pour le développement ».

## APPUI AUX PRODUCTEURS

Le Trade for Development Centre est un outil d'appui aux organisations de producteurs. Il soutient les producteurs marginalisés, les micros et petites entreprises ainsi que les projets d'économie sociale inscrits dans des dynamiques de commerce équitable et durable.

- Renforcement des capacités organisationnelles, techniques et productives
- Transmission d'informations pertinentes (sur les marchés, les certifications disponibles,...).

## SENSIBILISATION

Le Centre met en place des campagnes de sensibilisation à destination des consommateurs, des acteurs économiques et des pouvoirs publics belges.

- Semaine du commerce équitable
- Présence à différents salons, foires
- Site Internet [www.befair.be](http://www.befair.be)



**[WWW.BEFAIR.BE](http://WWW.BEFAIR.BE)**

Trade for Development Centre  
Rue Haute, 147  
1000 Bruxelles  
02 / 505 37 74