



# **Association nationale AGRILOCAL**

**La boîte à outils : Des acheteurs publics de restauration collective**

## Du Local au National : Agrilocal, un outil au service des territoires

### Les Départements, les acteurs premiers du développement de l'économie de proximité et des solidarités territoriales

Une associati	
Développement économique	
Aménagement et ancrage territoria	

Et aux actions
<ul style="list-style-type: none"><li>- Promotion, Développement et mutualis</li><li>- Accompagnement méthodologique des</li><li>- Formation des utilisateurs à l'utilisation c</li><li>- Constitution des bases de données des</li><li>- Gestion des bases de données pour les</li><li>- Organisation des rencontres annuelles &lt;</li><li>- Promotion et dévelonnement de l'outil s</li></ul>





# C'est pour qui ?

Service gratuit



## Les Acheteurs:

### • Acheteurs Publics

Concerne les acheteurs de la restauration collective publique et privée (soumise au CMP) localisés dans le département :

- Collèges
- Maisons de retraite
- Lycées agricoles
- Services à la personne
- Cantines scolaires (Communautés de communes, communes, associations)
- Etc.

### • Acheteurs Privés

Concerne la restauration collective privée non soumise au CMP et ouverture possible à tout type d'établissements (notamment du secteur touristique) :

- Hôtels
- Restaurants
- Villages vacances
- Restaurants d'entreprises

## Les Fournisseurs:

### • Producteurs (code NAF 01) :

Concerne tous les producteurs agricoles géolocalisés dans la base de données gérée par le Département

### • Artisans (Code NAF 10) :

Artisans bouchers et boulangers... en mesure de présenter une garantie au niveau de la traçabilité des produits

### • Entreprises Locales:

AgriLocal est ouvert aux Entreprises du département en mesure de présenter une garantie au niveau de la traçabilité des produits.

Parmi ces entreprises, on compte notamment les coopératives, grossistes et autres entreprises agro-alimentaires.

### • Autres:

Concerne tous les établissements non inscrits dans une des 3 catégories précédentes ou en attente de catégorisation.



### Pour l'acheteur

- ↪ Simplicité d'utilisation
- ↪ Rapidité des consultations
- ↪ Sécurisation juridique
- ↪ Traçabilité des opérations

### Pour le fournisseur

- ↪ Gestion en temps réel de ses produits
- ↪ Facilité pour faire sa réponse

### Pour la collectivité

- ↪ Suivi des flux économiques
- ↪ Définition des services
- ↪ Encadrement du dispositif  
(accompagnement du dispositif,  
animation, communication ...)



**AgriLocal** est la **seule plate-forme au niveau national** offrant une mise en relation directe entre acheteurs et fournisseurs locaux tout en étant **conforme au Code des Marchés Publics**.

Elle intègre les règles de la commande publique sur le respect de la libre concurrence :

- Transparence des procédures
- Liberté d'accès aux marchés publics pour **tous** les fournisseurs
- Egalité du traitement des concurrents

**AgriLocal** permet une **dématérialisation des marchés publics**

**AgriLocal** répond au CMP dans sa **version consolidée du 1<sup>er</sup> avril 2016** (décret n° 2016-360 du 25 mars 2016) ⇔ Marchés publics de fournitures

**AgriLocal** permet de réaliser des **Marchés à procédure adaptée avec des modalités de publicité conformes jusqu'à 90 000 €**. AgriLocal n'est pas adaptée pour des marchés formalisés.



# Les intérêts d'Agrilocal – Sécurisation juridique

## Nomenclature AGRILocal63 : 34 FAMILLES

### SURGELES

- 1 - Fruits et légumes
- 2 - Autres produits transformés (glaces, pâtisserie salées et sucrées), pain et viennoiseries
- 3 - Viande
- 4 - Poisson et crustacés

### FRUITS

- 5 - Fruits exotiques et agrumes
- 6 - Fruits à noyaux et à pépins

### LEGUMES

- 7 - Légumes (pommes de terre inclus)

### PRODUITS LAITIERS

- 8 - Lait
- 9 - Crème et beurre
- 10 - Fromages
- 11 - Yaourts et fromages blancs
- 12 - Autres produits laitiers

### OEUFS

- 13 - Œufs et ovo produits

### PAIN FRAIS

- 14 - Pain frais

### ÉPICERIE SUCRÉE

- 15 - Viennoiserie fraîches et pâtisserie fraîche
- 16 - Compotes et fruits transformés y compris fruits secs
- 17 - Autre épicerie sucrée

### CHARCUTERIE

- 18 - Charcuteries & salaisons
- 19 - Traiteurs

### VIANDE

- 20 - Viande de Bœuf
- 21 - Viande d'Agneau
- 22 - Viande de Veau
- 23 - Viande de Volaille
- 24 - Viande de Porc
- 25 - Autres viandes

### ÉPICERIE SALÉE

- 26 - Conserves salées
- 27 - Huiles
- 28 - Plantes aromatiques et condiments (comichons, moutarde...)
- 29 - Pâtes, riz & céréales
- 30 - Autres produits d'épicerie salée

### POISSONS

- 31 - Poissons frais
- 32 - Autres produits de la mer

### BOISSONS

- 33 - boissons alcoolisées et autres boissons
- 34 - Jus de fruits

## 1/ La définition des besoins

Appréciation du caractère homogène des fournitures ⇔ base nomenclature d'Agrilocal = 34 familles

## 2/ Les procédures de passation des marchés publics

Les seuils s'appliquent par famille ⇔ Agrilocal conforme jusqu'à  
90 000 €

## 3/ Les formes de marchés publics

Agrilocal propose à ses acheteurs la possibilité d'utiliser 3 formes de marchés (⇔ 3 modules de commandes) :

-Des marchés simples sans formalisme = des commandes ponctuelles ⇔ « **Module : gré à gré** »

-Des accords-cadres par émission de bons de commandes = Des commandes sur une période définie avec émission de bons de commande sans remise en concurrence

⇔ « **Module : Marché à bons de commande** »

-Des accords-cadres sous forme de marchés subséquents = Des commandes sur une période définie avec remise en concurrence des fournisseurs présélectionnés (préférable pour des produits stables et non variables dans le temps (pain, yaourts, etc.)

⇔ « **Module : Accord-cadre** »



## Agrilocal au cœur d'une politique agricole départementale

### A - EXPERIMENTATION

Zone test – Référencements – Témoignages

### B - APPROPRIATION

Politique : VP – Exécutif - Assemblée départementale  
Services : Transversalité (Economie, Education, Social, Juridique, Informatique, etc.)

### C - COORDINATION

Partenariat avec la Chambre d'Agriculture  
Diffusion PNR, EPCI, Associations, Articulation des initiatives territoriales ou professionnelles

### D - ANIMATION

Réunions territoriales  
Importance de l'échelle  
Implication et Motivation des acteurs

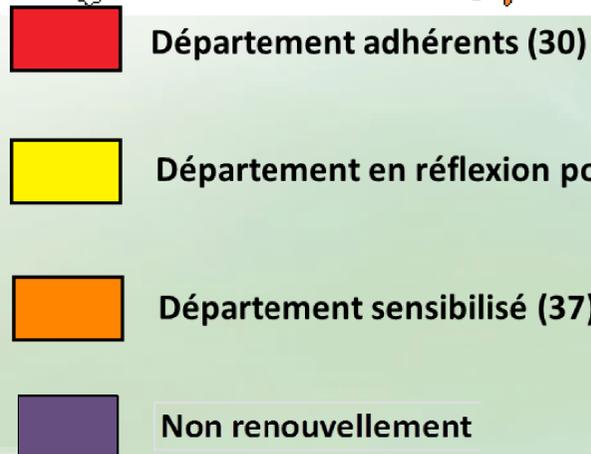
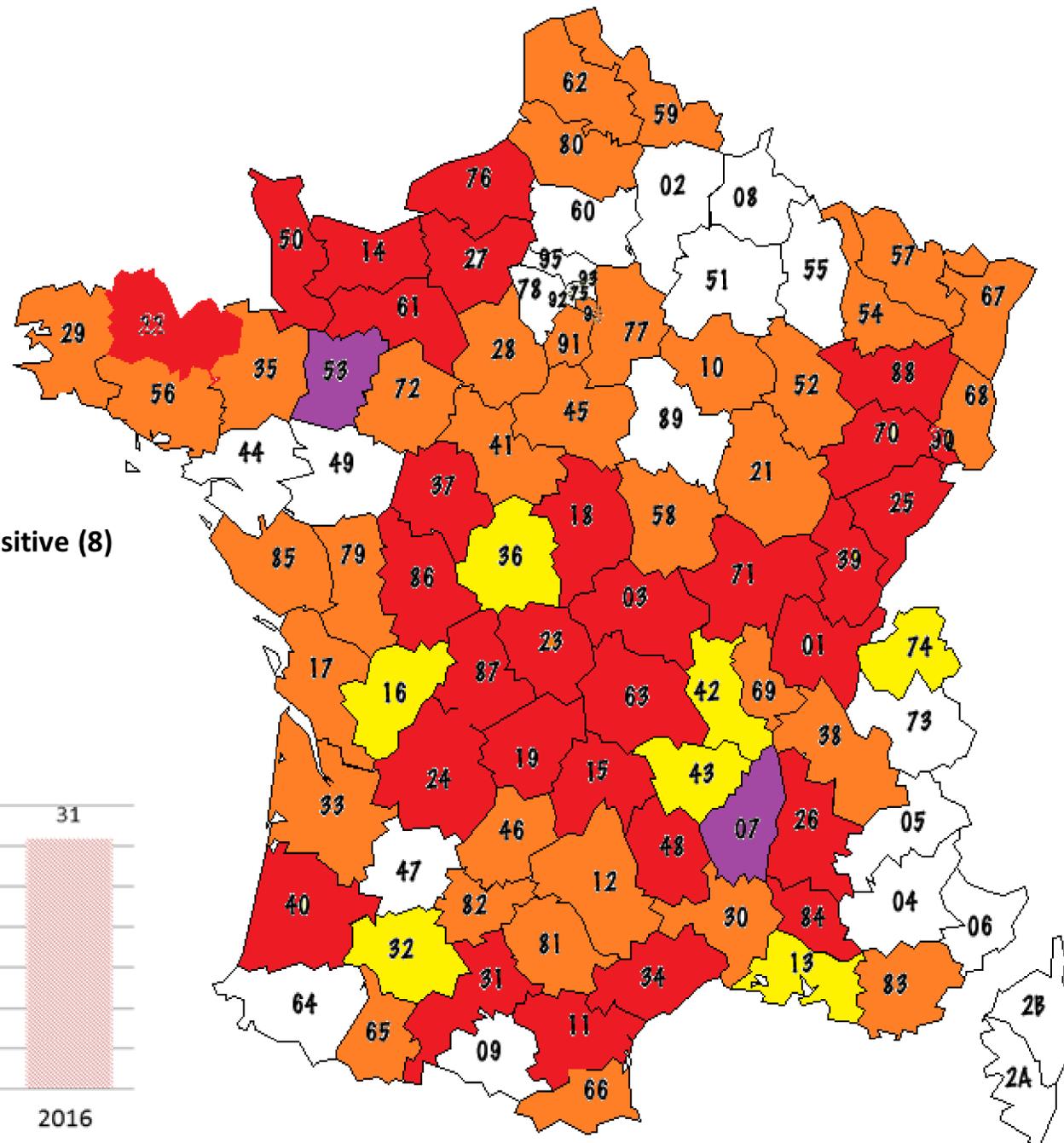
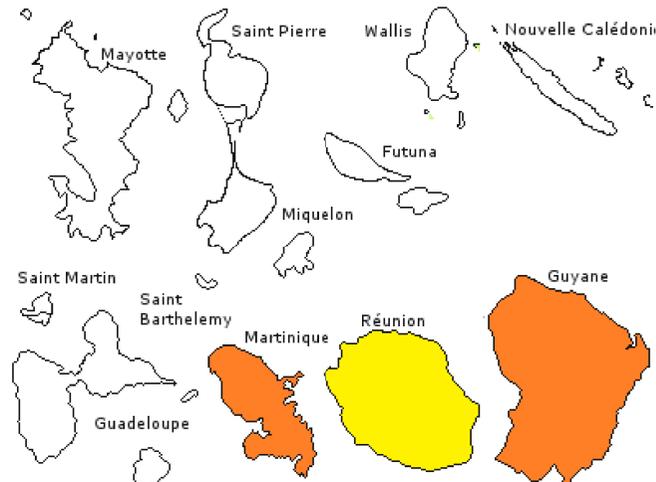
### E – MISE EN ŒUVRE

Accompagnement et formation des utilisateurs  
Mise en place d'outils techniques

**Objectifs : Densification et durabilité du système AGRILocal**



# Les adhérents et perspectives d'adhésion



## ACHETEURS

716 acheteurs qualifiés  
(dont 483 ayant commandé au moins 1 fois-  
67 %) :

- 363 collèges,
- 73 lycées,
- 117 communes,
- 69 maisons de retraite,
- 43 restaurants administratifs
- 51 autres restaurants

## FOURNISSEURS

- 1 445 producteurs référencés  
dont 569 ayant livré au moins 1 fois
- 104 entreprises locales ayant livré au  
moins 1 fois



Plus de 10 000 consultations lancées





## Dans l'Hérault

- 2014 : Adhésion à Agrilocal / Participation au bureau National / Test avec 5 collèges autonomes +Référencement des producteurs agricoles
- 2015/2016 : Référencement d'artisans des métiers de bouche / Ouverture à de nouveaux acheteurs, publics & privés.

*La plateforme héraultaise connaît, depuis début 2015, une progression constante.*



## Dans l'Hérault

Nous comptons aujourd'hui :

- plus de 200 fournisseurs agricoles référencés (36% en AB),
- une cinquantaine d'acheteurs
- et plus de 70 artisans des métiers de bouche et entreprises locales.



## Dans l'Hérault

La mutualisation des bases fournisseurs  
(34,11,48) permet :

- D'une part aux acheteurs situés en limite de département de trouver les fournisseurs de leur bassin de vie ;
- D'autre part, permet de retrouver une plus grande variété des produits présents à l'échelle régionale.



## Dans l'Hérault

- Depuis janvier, 270 consultations ont été passées, représentant un chiffre d'affaires de 100.000 €.
- Les acheteurs sont des Collèges, des Communes, des EHPAD, des ESAT, des Centres de loisir, des traiteurs, des restaurateurs...
- 6 fournisseurs sont consultés, en moyenne, avant chaque commande.





**Association nationale  
AGRILOCAL**