

# GUIDE DE L'ACHAT ÉTHIQUE POUR LES ACHETEURS PUBLICS

---

LA RÉALISATION DE CE GUIDE A ÉTÉ RENDUE POSSIBLE PAR L'IMPLICATION FORTE DE NOMBREUX SERVICES DU CONSEIL RÉGIONAL NORD-PAS DE CALAIS ET DE LA COMMUNAUTÉ URBAINE DE DUNKERQUE, TANT SUR LES RÉFLEXIONS DES PRATIQUES INTERNES QUE SUR L'ÉLABORATION ET LA VALIDATION DU GUIDE LUI-MÊME.

LE COLLECTIF "DE L'ÉTHIQUE SUR L'ÉTIQUETTE" A APPORTÉ UN CONCOURS PRÉCIEUX EN AYANT PERMIS LA CRÉATION DE SYNERGIES ENTRE COLLECTIVITÉS FRANÇAISES. CES MÊMES SYNERGIES SE DÉVELOPPENT ACTUELLEMENT EN RÉGION NORD-PAS DE CALAIS OÙ PLUS DE 15 COLLECTIVITÉS SE RETROUVENT RÉGULIÈREMENT SUR CETTE THÉMATIQUE ET S'ENRICHISSENT RÉCIPROQUEMENT.

CE GUIDE A AUSSI REÇU L'EXPERTISE ET LES CONTRIBUTIONS DE MMES F. JACQUIAU, A. FEUILLAS ET DE M. P. LOQUET.

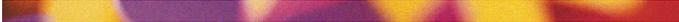
PAR AILLEURS, L'ÉTAT EST ENGAGÉ DANS LE FINANCEMENT DE CE GUIDE DANS LE CADRE DU CONTRAT DE PLAN ÉTAT-RÉGION.

---

# SOMMAIRE

---

## LIVRET 1 : COLLECTIVITÉS ET COMMERCE ÉTHIQUE, PRINCIPES



S'engager dans le commerce éthique, une politique de justice et de cohérence  
Commerce éthique, de quoi parle-t-on ?  
De réels progrès pour la consommation éthique en France  
Des résultats concrets même à l'échelle d'une collectivité  
Principes à ne pas oublier

## LIVRET 2 : OUTILS ET MÉTHODES OPÉRATIONNELS, PASSER À L'ACTE



Par où commencer ?  
Expertise juridique : l'opportunité offerte par le Code des marchés publics  
Aux actes, citoyens !  
Le Nord-Pas de Calais, terre d'expériences  
Mutualiser les forces, le réseau national des collectivités  
Trouver des produits "éthiques"  
Pour aller plus loin

## ANNEXES



Annexe 1 : MOTION / RÉOLUTION RELATIVE AU RESPECT DES  
DROITS DE L'HOMME ET DE L'ENFANT AU TRAVAIL

Annexe 2 : DÉLIBÉRATION RELATIVE AUX RÉFÉRENCES DE  
DÉVELOPPEMENT DURABLE DANS LES ACHATS PUBLICS

Annexe 3 : PROTOCOLE D'ENGAGEMENT POUR LES DROITS HUMAINS

Annexe 4 : CONVENTIONS INTERNATIONALES RELATIVES  
AUX DROITS HUMAINS AU TRAVAIL

Annexe 5 : QUESTIONNAIRE SUR L'ORIGINE DES PRODUITS  
ET LES INITIATIVES DE L'ENTREPRISE

Annexe 6 : LES GRANDS PRINCIPES DE L'ACHAT PUBLIC

---

# LIVRET 1

## COLLECTIVITÉS ET COMMERCE ÉTHIQUE, PRINCIPES

---



**Responsabilité sociale des entreprises, achats publics responsables, ... sont des termes généraux qui recouvrent à la fois les aspects environnementaux (économie d'énergie, réduction de la pollution, ...) et sociaux (emploi, droits humains, ...). Cette démarche globale est souvent un facteur de réussite. Elle permet une meilleure pertinence et une plus grande mobilisation des élus et des techniciens. Volontairement, nous n'abordons dans ce guide que le volet "Droits humains" dans le cadre des achats publics, repris sous le terme de "commerce éthique".**

---



## LIVRET 1 : COLLECTIVITÉS ET COMMERCE ÉTHIQUE, PRINCIPES

### S'ENGAGER DANS LE COMMERCE ÉTHIQUE, UNE POLITIQUE DE JUSTICE ET DE COHÉRENCE

Salaires de misère, heures supplémentaires obligatoires et non rémunérées, règles de sécurité non respectées (lorsqu'elles existent !), répression vis-à-vis de syndicalistes dont le seul tort est de demander des conditions de travail et une rémunération décentes... C'est le sort de nombre de travailleurs en Asie, en Afrique, en Amérique latine, en Europe de l'Est...

Des produits fabriqués dans ces conditions peuvent être vendus en France et les consommateurs risquent de les acheter sans le savoir.

Dans les pays producteurs, des associations et des syndicats agissent pour informer, former et organiser le personnel afin qu'il puisse défendre ses droits et faire progresser ses conditions de travail. Ils souhaitent l'appui des consommateurs des pays pour lesquels ils produisent, afin qu'ils les aident à remplir leurs missions.

Les consommateurs, qu'il s'agisse d'individus ou d'acheteurs publics, sont de plus en plus nombreux à reconnaître leur responsabilité morale et à prendre conscience que leur pouvoir d'achat n'est pas seulement économique : il peut aussi inciter les commerçants, la grande distribution et les fournisseurs des collectivités à favoriser le progrès social.

L'engagement des collectivités en faveur d'une consommation éthique répond également à un besoin de cohérence entre les politiques publiques. Comment les contribuables pourraient-ils comprendre que leurs impôts financent à la fois :

- des politiques de développement durable qui visent, notamment, à lutter contre la pauvreté et à promouvoir le progrès social (coopération décentralisée, Agendas 21...).
- des achats auprès d'entreprises qui fourniraient des produits de mauvaise qualité sociale, fabriqués dans des conditions contraires aux conventions internationales ratifiées par la France.

La France a ratifié le 11/09/2001 la convention 182 de l'OIT relative aux pires formes de travail des enfants.

#### Travail des enfants

On estime à 250 millions le nombre d'enfants de moins de 14 ans qui travaillent. Cela représente en Afrique 1 enfant sur 3.

Le pays le plus proche est la Grande-Bretagne. 2 millions d'enfants de moins de 16 ans y travaillent dont un quart aurait moins de 13 ans.

(Source : OIT<sup>1</sup> et UNICEF)

### COMMERCE ÉTHIQUE, DE QUOI PARLE-T-ON ?

Le commerce éthique s'adresse aux acteurs des filières classiques de l'économie marchande : ouvrier(e)s, syndicats, usines, commerçants, hypermarchés... L'objectif est de faire progresser et respecter les **droits sociaux fondamentaux** suivants :

- Interdiction du travail forcé.
- Interdiction de l'exploitation des enfants.
- Respect de la liberté d'organisation (création de syndicats...) et du droit de négociation collective.
- Non-discrimination.
- Rémunération au moins équivalente au salaire minimum vital ou au salaire minimum légal quand il est supérieur.

<sup>1</sup> OIT = Organisation Internationale du Travail

- Respect des règles concernant la santé et la sécurité au travail.
- Respect des règles fixant la durée maximale du travail et la rémunération des heures supplémentaires.

La notion de **qualité sociale** se fonde sur des conventions de l'Organisation Internationale du Travail (OIT) (cf. *annexe 4*). Toutes ces conventions ont été ratifiées par la France. Au plan international, la déclaration de l'OIT relative aux principes et droits fondamentaux au travail, adoptée en 1998, déclare que "l'ensemble des membres, même lorsqu'ils n'ont pas ratifié les conventions en question, ont l'obligation, du seul fait de leur appartenance à l'Organisation, de respecter, promouvoir et réaliser, de bonne foi les 4 premiers droits mentionnés ci-dessus".

Une démarche complémentaire, connue sous le terme de commerce équitable, repose sur la création de filières alternatives mettant en relation des acteurs de l'économie solidaire (groupements de producteurs exclus ou désavantagés, coopératives, magasins généralement associatifs gérés pour l'essentiel par des bénévoles, ...). Le commerce équitable vise, en plus du respect des droits humains, à apporter un revenu qui permette à chacun de prendre en charge ses besoins fondamentaux et à préserver l'environnement naturel, social, culturel et économique. En France, les deux principaux acteurs du commerce équitable sont la fédération Artisans du Monde et Max-Havelaar.

### UN ACTEUR TRÈS ACTIF, LE COLLECTIF "DE L'ÉTHIQUE SUR L'ÉTIQUETTE"



Le collectif "De l'éthique sur l'étiquette" regroupe 53 organisations qui agissent en faveur d'une consommation éthique. Il réunit des organisations de solidarité internationale, associations de consommateurs, syndicats... Il est membre du réseau européen Clean Clothes Campaign, présent dans 12 pays et travaille en relation avec des associations et des syndicats présents sur tous les continents.

Le collectif s'est fixé 3 objectifs :

- Accroître la sensibilisation des consommateurs (individus et acheteurs publics), afin qu'ils demandent des produits de bonne qualité sociale, fabriqués dans le respect des Droits de l'Homme au travail.
- Accroître la pression des consommateurs en direction de la grande distribution, des fournisseurs des marchés publics et des pouvoirs publics, afin de les inciter à participer à la création d'un label social, garantissant le respect des droits sociaux fondamentaux et contribuant au progrès social dans le monde.
- Participer, avec des entreprises et les pouvoirs publics à la création d'un label social.

Il demande aux entreprises de :

- Garantir aux consommateurs la bonne qualité sociale de leurs achats (acceptation d'un contrôle externe indépendant...).
- Contribuer à un meilleur respect des Droits de l'Homme au travail et au progrès social dans le monde.

## DE RÉELS PROGRÈS POUR LA CONSOMMATION ÉTHIQUE EN FRANCE

En Suisse en 2002, le commerce équitable a représenté 20% pour la banane, 5% pour le café, 42% pour le tapis.  
(Source STEP)

Depuis 1995, le collectif "De l'éthique sur l'étiquette" a lancé 7 campagnes, mobilisant près de 110 collectifs locaux, qui cherchent à sensibiliser les consommateurs (individus et pouvoirs publics) sur les conditions de travail parfois scandaleuses dans lesquelles sont fabriqués les produits qu'ils achètent. Cette sensibilisation a également pour but d'inciter les consommateurs à demander aux commerçants, à la grande distribution et aux fournisseurs des collectivités, des produits de bonne qualité sociale, fabriqués dans des conditions décentes.

Les résultats obtenus par les 4 pétitions lancées par le collectif "De l'éthique sur l'étiquette" en faveur d'un label social confirment la prise de conscience des consommateurs : elles ont recueilli successivement 20 000 (1996), 80 000 (1997), 140 000 (1998) et plus de 180 000 signatures en 2002. La citoyenneté ne s'arrête pas aux portes des magasins.

Cette tendance transparait une nouvelle fois dans le sondage BVA-CCFD publié le 15 octobre 2002 :

- 90% des Français sont favorables au fait d'acheter en priorité des produits à des entreprises qui respectent partout les droits sociaux.
- 76% des Français sont favorables au fait de payer plus cher un produit importé d'un pays pauvre, s'ils sont sûrs que les travailleurs locaux sont rémunérés correctement.

Les pouvoirs publics commencent à rejoindre ce mouvement :

- En mai 1999 sur proposition du Parlement des enfants, l'Assemblée nationale et le Sénat ont adopté une loi "visant à inciter au respect des Droits de l'Enfant dans le monde, notamment lors de l'achat de fournitures scolaires". Cette loi demande notamment aux collectivités et aux établissements scolaires de veiller à ne pas acheter de produits fabriqués par des enfants<sup>2</sup>.
- Fin 2000, à l'occasion de la réforme du Code des marchés publics, le collectif demande que soit mentionnée explicitement la possibilité d'exiger des garanties de bonne qualité sociale. C'est chose faite en 2001 et, lors de la présentation du nouveau Code, le ministre de l'Economie indique que "les objectifs du collectif "De l'éthique sur l'étiquette" que soutiennent de nombreux élus (sont) ainsi atteints."
- Fin 2002 plus de 220 collectivités territoriales (essentiellement des communes) s'engagent en faveur d'achats publics éthiques (Communauté urbaine de Dunkerque, Tours, Région Nord-Pas de Calais, Toulouse, Tourcoing, Epinal, Limoges, Clamart, La Roche-sur-Yon, Longwy...). Un réseau "collectivités et consommation éthique" se constitue.

### Intégrer des clauses éthiques est anti-concurrentiel

*Faux* : le Droit permet d'intégrer une démarche de citoyenneté dans l'achat public, dans la mesure où plusieurs entreprises peuvent répondre au marché.

*Faux* : le fait que certaines entreprises ne respectent pas les lois sociales et les conventions internationales provoque une distorsion de concurrence. Il s'agit donc de rétablir l'égalité d'accès des entreprises aux marchés publics.

## DES RÉSULTATS CONCRETS, MÊME À L'ÉCHELLE D'UNE COLLECTIVITÉ

1 000 milliards d'euros, soit 14% du PIB ! C'est ce que représentent les achats publics au sein de l'Union européenne. En France, la commande publique se monte à 113 milliards d'euros<sup>3</sup>. Cela montre le poids des marchés publics dans l'économie et l'impact potentiel d'une consommation citoyenne, tant au niveau des collectivités que de celui de l'Etat.

<sup>2</sup> Loi "Le Texier" n°99-478 du Parlement des enfants.

<sup>3</sup> Le guide des procédures des marchés publics-dossiers d'experts/La lettre du cadre territorial-juin 2002.

En s'engageant concrètement en faveur d'achats publics éthiques, les collectivités peuvent avoir :

- Un effet levier : en favorisant la mise en place et le développement de nouvelles filières économiques.
- Un effet incitateur : en encourageant et en accompagnant les entreprises afin qu'elles développent des pratiques commerciales ou productives socialement responsables.
- Attention ! le boycott est à proscrire, sauf dans les cas extrêmes, car il peut avoir un effet catastrophique. La démarche "achats publics éthiques" vise à promouvoir le progrès social. La rupture des relations commerciales sanctionne non seulement la direction des entreprises concernées, mais aussi leurs salariés qui risquent de se retrouver au chômage et ne plus avoir la moindre ressource.

Les collectivités ont également l'opportunité de mener des actions d'éducation et de sensibilisation auprès de la population. Les actions peuvent être engagées auprès des enfants, des étudiants, du grand public, dans le cadre des écoles (contrats éducatifs locaux), des lycées, de semaines de la solidarité, etc.

## PRINCIPES À NE PAS OUBLIER

Il y a 3 principes à ne surtout pas oublier :

- Dans ce domaine, rien n'est simple. La problématique s'intègre dans celle du commerce international, des diversités culturelles, du contexte socio-économique et politique des pays. C'est pourquoi le **pragmatisme** est de rigueur. Chaque pas accompli est important.
- **On ne fait pas le bonheur des gens, sans les gens.** N'oublions pas que la démarche est initiée par l'envie d'améliorer les conditions de vie des enfants, des femmes et des hommes, qui travaillent dans des conditions indécentes. Leur parole est indispensable. Nous ne pouvons pas décider chez nous de ce qui est bon pour eux. Il faudra donc veiller tout au long du processus à intégrer la parole des salariés (du diagnostic jusqu'à la mise en œuvre de solutions).
- Il s'agit d'une démarche de progrès social mais pas de boycott. Le principe est d'utiliser le lien client-fournisseur pour amener l'entreprise à progresser. Ainsi, mieux vaut **accompagner plutôt que rompre** la relation commerciale.

Sous la pression des Etats-Unis, les employeurs bangladais ont réduit l'emploi des enfants de 100 000 à 50 000. Les plus chanceux ont trouvé un autre travail qui ne produit pas pour l'exportation. D'autres n'ayant plus de travail sont parfois contraints à la prostitution (Source : UNICEF).

L'abolition du travail des enfants passe par la lutte contre la pauvreté, une meilleure rémunération des parents et la création d'écoles.

---

## LIVRET 2

### OUTILS ET MÉTHODES OPÉRATIONNELS, PASSER À L'ACTE

---

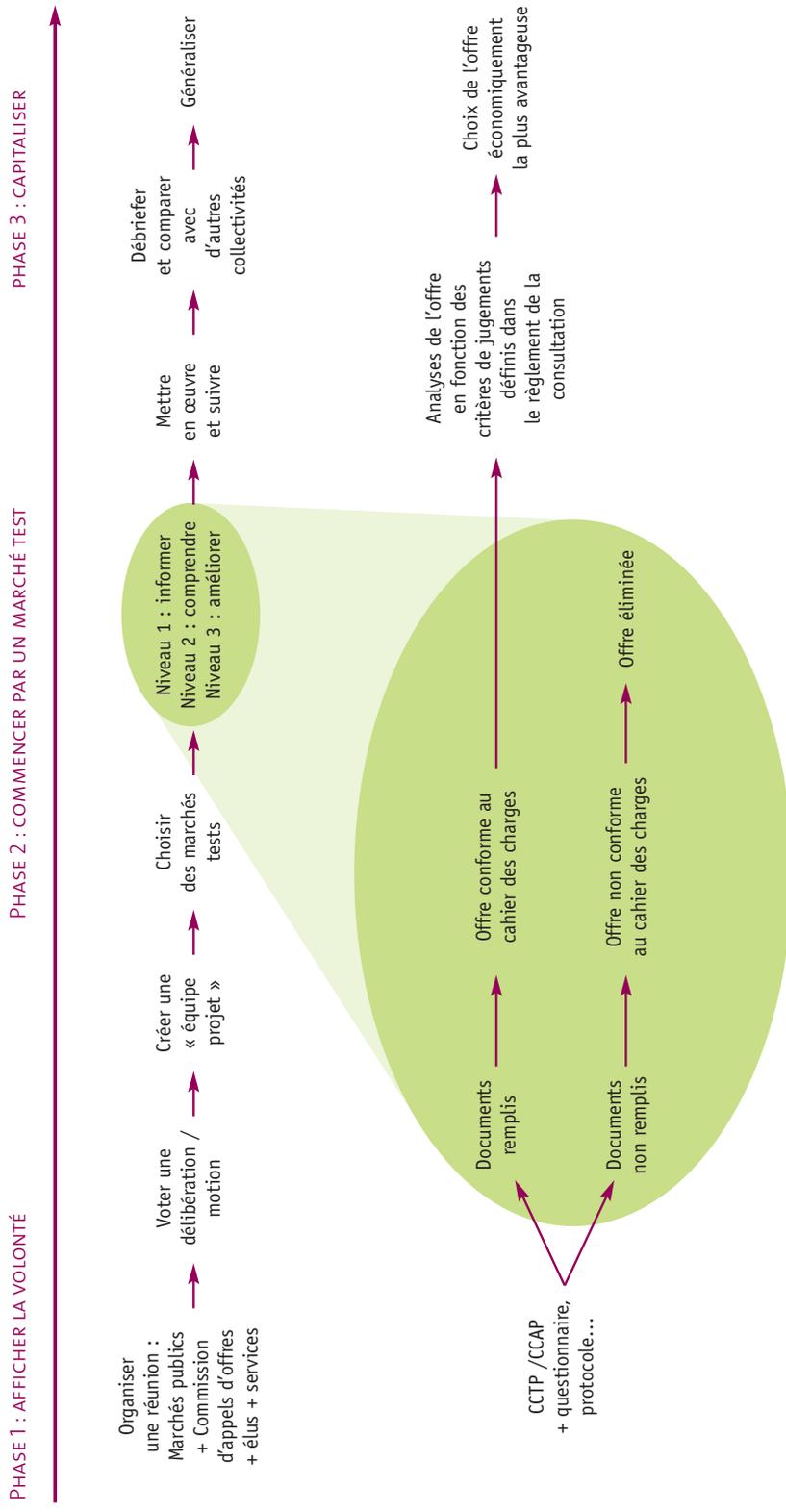


Dans l'action, gardons à l'esprit que l'objectif de "l'achat éthique" est le progrès social. Ce progrès ne peut résulter que de la négociation s'appuyant sur les relais sociaux locaux (représentants des salariés des entreprises concernées lorsqu'ils existent, voire intermédiaires professionnels dans les autres cas). Le consommateur n'aura de garantie que lorsque des travailleurs informés de leurs droits et organisés (sous une forme pouvant différer d'un pays à l'autre : même en Chine il y a des possibilités, bien que limitées) seront effectivement associés à l'évaluation des conditions de travail et à la mise en place d'actions d'amélioration... La participation des travailleurs et de leurs représentants est la clé de voûte de la qualité sociale. Les consommateurs ne doivent en aucun cas mettre en place un système qui affaiblirait, voire se substituerait aux représentants du personnel, aux syndicats...

Nous sommes engagés dans un processus de "recherche-action", où les professionnels sont rares et ne disposent que d'une expertise partielle. Passer à l'acte suppose de garder à l'esprit ces éléments fondamentaux.

---

# UNE LOGIQUE D'ENGAGEMENT PROGRESSIF : DE LA VOLONTE AUX ACTES





## LIVRET 2 : OUTILS ET MÉTHODES OPÉRATIONNELS, PASSER À L'ACTE

### PAR OÙ COMMENCER ?

Il n'existe pas de procédure unique pour s'engager en faveur d'une consommation éthique. L'objectif de cette partie est simplement de proposer un cheminement logique pour que l'acheteur public sache comment procéder et que, petit à petit, il puisse s'approprier cette démarche par un apprentissage progressif.

#### PHASE 1 : AFFICHER LA VOLONTÉ

**1** Au préalable, il est souhaitable d'organiser une réunion d'information à l'attention des participants à la commission d'appel d'offres / des élus / des responsables de services (à adapter selon la collectivité concernée), de façon à bien préciser :

- les objectifs poursuivis ;
- les moyens qui seront mis en œuvre ;
- la recherche de synergie avec le réseau des villes "éthiques", le collectif "De l'Éthique sur l'étiquette", les associations locales ou nationales de solidarité internationale ...

**2** La collectivité affiche et officialise son engagement politique par un texte voté en Conseil. Elle a le choix entre voter une délibération, une motion ou une résolution (cf. exemples de modèle en annexes 1 et 2). Cette démarche lui permet de justifier l'écriture des clauses dans ses marchés et de sécuriser sa démarche (cf. encadré).

La Cour de Justice des Communautés européennes a rendu le 17 septembre 2002 un arrêt dans l'affaire opposant la Ville d'Helsinki à la Société Concordia Bus Finland, évincée dans le cadre d'un marché public relatif à la prestation de services de transport urbain par autobus. La Cour a jugé que la collectivité avait le droit d'intégrer un critère environnemental, dans la mesure où elle correspond à l'objet du marché et que son engagement politique en faveur de la protection de l'environnement était clairement affiché.

La délibération est l'acte officiel de la collectivité, elle a un caractère **réglementaire** et exécutoire. Intégrée à la procédure administrative, elle fait l'objet de discussions tout au long du processus décisionnel. Soumise au contrôle de légalité de l'Etat, elle est non seulement affichée publiquement, mais surtout intégrée au recueil des actes administratifs. Elle est donc recensée et pourra être consultable de nombreuses années plus tard. C'est donc un acte officiel et durable (!).

La motion ou la résolution est un acte purement **déclaratif** que prend la collectivité pour exprimer sa position (= **vœux**). Elle n'a en soi aucune valeur réglementaire. La motion ou la résolution est proposée par un membre ou un groupe politique lors du Conseil, sans nécessairement faire l'objet de débats préalables. Si la motion est intégrée au compte rendu du Conseil mis à disposition du public pendant 2 mois, elle ne figure pas au registre des actes administratifs. Après ces deux mois, il n'y a plus de trace officielle.

D'une manière générale, l'acte se compose de 3 volets :

- Le volet "conventions internationales," auxquelles le texte se réfère.
  - Le volet "consommation", relatif aux garanties à prendre auprès des fournisseurs sur les conditions sociales de fabrication des produits.
  - Le volet "éducation, information", qui s'adresse aux enfants dans le cadre d'activités périscolaires par exemple, aux adultes à l'occasion de manifestations, aux entreprises et à leurs salariés.
-

## PHASE 2 : COMMENCER PAR UN MARCHÉ-TEST

**1** Une fois le texte voté, il convient de mobiliser une équipe « porteuse du projet », chargée de la mise en œuvre et du suivi de la phase de test. L'équipe peut être composée des services marchés publics/achats, solidarité/coopération internationale, Agenda 21, d'élus en charge de la citoyenneté, d'associations locales, du Collectif «De l'éthique sur l'étiquette», etc. Il est conseillé d'organiser une mini-formation pour cette équipe afin de définir très concrètement les objectifs, la méthodologie et les spécificités juridiques du secteur public, les possibilités offertes par le Code des marchés, les limites qui subsistent et les erreurs à éviter.

**2** Cette équipe sélectionne le ou les marchés sur lesquels les nouvelles procédures vont être expérimentées. Le choix peut s'opérer selon différents critères :

- Le montant du marché : les marchés hors procédure d'appel d'offres, par exemple, permettent plus de souplesse et les risques juridiques sont minimisés, mais l'impact en terme économique peut s'avérer moins significatif.
- Un thème prioritaire pour le territoire au regard de l'histoire ou de l'économie locale, par exemple pour Tourcoing, le choix s'est porté tout naturellement sur le textile.
- Un champ d'action particulièrement significatif pour le commerce éthique tel que les gadgets, l'informatique, le textile et d'une façon générale toutes les productions nécessitant une main-d'œuvre importante.
- Une opportunité.
- Un volontariat de la part d'un service.
- Un thème particulièrement porteur en termes de communication ou d'éducation de la population, comme par exemple les fournitures scolaires ou les cadeaux de fin d'année.

**3** Qu'il s'agisse, ou non, de marchés soumis à la procédure d'appel d'offres, il est nécessaire de déterminer le niveau d'engagement qui sera demandé aux fournisseurs. De ce niveau d'exigence découlent les outils mis en place (cf. livret 2 partie "Aux actes citoyens !").

Cela implique au préalable d'analyser le circuit habituel des ordres d'achats de façon à introduire l'examen des clauses sociales dans la procédure existante. Il faut donc définir et insérer :

- Les modalités d'envoi des documents (qui est responsable de cet envoi ? À quel moment cet envoi doit-il intervenir ?).
- L'exploitation des réponses au retour, avec des garanties de cohérence et d'homogénéité au cas où plusieurs personnes feraient ce travail (À qui cette tâche revient-elle ? Comment les réponses sont-elles centralisées ? Qui fait le travail d'évaluation ?).
- L'archivage des informations obtenues et leur mise en commun avec les autres collectivités du réseau (Sous quelle forme ? Qui en est responsable ?).

Il peut s'avérer utile de créer pour chaque fournisseur une fiche récapitulative comportant quelques renseignements essentiels, tels que :

- Le montant annuel des achats effectués auprès du fournisseur.
- Les réponses antérieures du fournisseur aux questionnaires.
- L'origine géographique de ses produits.
- S'il satisfait déjà à un label (Max Havelaar, STEP<sup>4</sup>), une norme (SA 8000<sup>5</sup>) ou équivalent.

<sup>4</sup>le label STEP (step by step = pas après pas) signale l'engagement dans une démarche progressive de commerce équitable. Max Havelaar est un autre label de commerce équitable Notons que les autres pays ont d'autres labels.

<sup>5</sup>SA 8000 = Social Accountability

4 Il est fortement souhaitable d'associer étroitement les fournisseurs à cette démarche de façon à éviter qu'ils aient le sentiment d'une nouvelle contrainte administrative mais au contraire que ce changement soit vécu comme une évolution normale et même favorable. Le travail de la collectivité en sera grandement facilité et, en termes d'efficacité, il est préférable que tous les acteurs économiques comprennent bien les objectifs poursuivis.

Il est donc nécessaire de les aider :

- en faisant un travail d'information ;
- en leur demandant leur avis sur les outils mis en place ;
- en étant à l'écoute de leurs difficultés ;
- en leur permettant de bénéficier des expériences du réseau...

5 Une évaluation régulière doit être prévue avec les divers acteurs (équipe porteuse du projet, fournisseurs, élus...), de façon à remédier aux problèmes dans les meilleurs délais et éviter ainsi un enlèvement de la démarche.

Cette phase de test est essentielle pour l'intégration généralisée des clauses éthiques, elle est aussi la plus longue. Elle a pour objectif l'appropriation du sujet, la compréhension des enjeux, la visualisation des possibilités techniques et juridiques et leur réalisation.

**Ce processus d'apprentissage est le seul vrai garant d'une action durable sur le moyen terme.**

Les moyens d'accompagnement des acheteurs publics doivent être envisagés dès l'amont du projet. Cette assistance peut être du ressort d'une personne ressource en interne, d'un consultant externe ...

---

### PHASE 3 : CAPITALISER L'EXPÉRIENCE ET GÉNÉRALISER

A ce stade, il s'agit d'organiser, diffuser et généraliser ces informations et ces nouvelles pratiques à partir des enseignements techniques, juridiques, administratifs et politiques tirés de la phase-test.

- 1** En premier lieu, l'équipe porteuse du projet procède à un travail de synthèse avec les partenaires commerciaux concernés, afin de retracer les difficultés rencontrées pendant cette phase de test, les solutions trouvées, les difficultés subsistantes, les propositions et suggestions pour l'avenir.  
Le principal objectif consiste à mesurer l'efficacité et la fiabilité des outils mis en place. Les difficultés soulevées doivent faire l'objet d'une réflexion particulière avant toute généralisation de la démarche. La même analyse critique doit être réalisée sur les modifications apportées à l'organisation des services.
- 2** Il est souhaitable ensuite de confronter ces conclusions sectorielles aux expériences menées par les autres collectivités adhérentes du réseau, de façon à tirer des enseignements généraux toutes filières confondues (points forts, points faibles du projet, difficultés rencontrées, etc.). Ayant fait l'objet de débats entre les collectivités, les outils et la méthodologie peuvent alors être validés, modifiés ou adaptés en fonction des besoins.
- 3** Sur la base de cette validation collective des résultats, chaque collectivité peut ensuite étendre la démarche à d'autres marchés en prenant soin de poursuivre le travail d'accompagnement des fournisseurs. Comme pour la phase-test, il est nécessaire de prévoir de façon régulière une évaluation de la démarche et une mise en commun des résultats au sein du réseau.

La généralisation complète de la démarche demandera du temps afin qu'elle se structure et demande se structurent pour entrer en cohérence.

Une certaine progressivité peut être un atout pour encourager une filière tout en lui laissant le temps de s'organiser. Cette progressivité doit aussi permettre aux entreprises de s'adapter aux nouvelles exigences de leur clientèle.

---

## EXPERTISE JURIDIQUE : L'OPPORTUNITÉ OFFERTE PAR LE CODE DES MARCHÉS PUBLICS

### LES GRANDS PRINCIPES DE L'ACHAT PUBLIC

En vertu de l'article 1<sup>er</sup> du Code des marchés publics, la réglementation relative aux marchés publics repose sur trois principes fondamentaux (cf. annexe 6) :

- L'égalité de traitement.
- La liberté d'accès à la commande publique.
- La transparence des procédures.

Ils permettent l'efficacité de la commande publique par la définition préalable des besoins, le respect des obligations de publicité et de mise en concurrence, ainsi que par le choix de l'offre économiquement la plus avantageuse.

Selon le montant du marché, la procédure de mise en concurrence est plus ou moins lourde. Les seuils sont les suivants :

- < 230 000 € HT : procédure adaptée.
  - < 90 000 € HT : la publicité (mise en concurrence) est obligatoire mais selon des modalités laissées à l'appréciation de la personne publique.
  - Entre 90 000 € et 230 000 € HT : la publicité est contrainte par un Avis d'appel public à concurrence (qui doit être publié).
- > 230 000 € HT.
  - Pour les fournitures et services : appel d'offres européen.
  - Pour les travaux : soit procédure de marché négocié (avec publicité et mise en concurrence), soit procédure de dialogue compétitif, soit appel d'offres.
- > 5 900 000 € HT : travaux en appel d'offres européen.

### L'ARTICLE 14, LA PORTE D'ENTRÉE DES CLAUSES

C'est l'Article 14 du Code des marchés publics qui permet à une collectivité d'insérer des clauses éthiques dans ses marchés :

*La définition des conditions d'exécution d'un marché dans les cahiers des charges peut viser à promouvoir l'emploi de personnes rencontrant des difficultés particulières d'insertion, à lutter contre le chômage ou à protéger l'environnement. Ces conditions d'exécution ne doivent pas avoir d'effet discriminatoire à l'égard des candidats potentiels.*

Dans ce même esprit de lutte contre la précarité et de promotion de l'emploi, il n'est pas interdit pour les personnes publiques d'**exiger des entreprises que la fabrication des produits achetés réponde à des conditions de production socialement satisfaisantes, par exemple, qu'elles n'aient pas requis l'emploi d'une main-d'œuvre enfantine dans des conditions contraires aux conventions internationalement reconnues. La personne publique peut dans ce cas exiger que les fournitures bénéficient d'un label de qualité sociale de production ou répondent à des conditions équivalentes**<sup>6</sup>.

<sup>6</sup> Commentaire de l'Article 14 (resté inchangé) issu de l'instruction d'application de l'ancien Code des marchés publics émanant du ministère de l'Economie et des Finances.

Afin d'éviter que ces mesures n'aient un caractère discriminatoire, l'article 14 prévoit que ces conditions sont bien des conditions d'exécution du marché et non pas des critères de choix du titulaire. En outre, les acheteurs publics ne doivent pas, bien entendu, établir leurs cahiers des charges de manière à ce qu'une seule entreprise soit en mesure de satisfaire aux conditions d'exécution

qui y sont fixées.

De manière plus efficace que si ces clauses étaient érigées en critère de choix, l'article 14 permet donc à la collectivité publique de fixer elle-même le niveau d'exigence sociale ou environnementale qu'elle voudra voir réaliser par les titulaires de ses marchés - quels qu'ils soient - et ainsi de développer une véritable politique d'achat citoyen sans pour autant méconnaître les exigences du droit de la commande publique et de la concurrence.

On ne peut donc pas sélectionner les entreprises sur la base de leurs engagements, mais en revanche exiger que les produits fournis respectent les conventions de l'OIT<sup>7</sup> et leur demander d'explicitier dans leur offre comment elles s'assurent de ce respect.

## EXPLICATION DE TEXTE

### La clause dans les pièces du marché

D'une manière générale, la clause relative aux conditions sociales de fabrication des produits est liée aux conditions d'exécution du marché. Elle peut faire l'objet d'un paragraphe dans le CCTP ou le CCAP<sup>8</sup>, par exemple dans un volet "Origine des produits", ou être une annexe au CCTP ou au CCAP. Elle peut également être une pièce contractuelle du marché totalement distincte, lui donnant ainsi plus de lisibilité.

Dans le cadre d'une procédure d'appel d'offres, le règlement de consultation indique que toutes les pièces liées à la clause (protocole, questionnaire, ...) sont à insérer dans la seconde enveloppe.

### Valeur légale des documents complémentaires

Les collectivités, en application de l'article 53-I du nouveau Code, sont autorisées à éliminer les offres de candidats qui ne répondent pas à leur cahier des charges. Il est possible d'imposer que la fabrication des produits soit conforme aux conventions internationales relatives aux droits du travail. Pour ce faire, les collectivités peuvent demander, à l'appui des offres, les renseignements leur permettant de le déterminer<sup>9</sup>.

Par conséquent, une entreprise qui ne remplirait pas les protocoles et autres documents sera exclue du marché. La collectivité ne pouvant s'assurer du respect de la clause, l'entreprise est éliminée pour non-conformité au cahier des charges.

### Condition d'exécution, critère de sélection et niveau d'exigence sociale

La clause apparaît dans les marchés en tant que condition d'exécution. Elle est un élément de conformité de l'offre au cahier des charges. Ainsi, si un fournisseur ne respecte pas la clause, il sera dit que son offre est rejetée pour non-conformité au cahier des charges.

La clause devra **décrire précisément le résultat** souhaité<sup>9</sup>, tout en s'assurant que plusieurs entreprises sont susceptibles d'y répondre. Par contre, la clause n'étant pas un critère de sélection, les offres ne pourront pas être classées en fonction de leur performance sociale. Elles répondent ou ne répondent pas au cahier des charges.

Dans le cas qui nous concerne, on fera référence aux documents contractuels qui fixent ce niveau d'exigence (cf. protocole, etc. annexes 3, 4 et 5).

<sup>7</sup> OIT =  
Organisation Internationale  
du Travail.

<sup>8</sup> CCTP = Cahier des clauses techniques particulières. CCAP = Cahier des clauses administratives particulières.

<sup>9</sup> En vertu de l'article 14, la collectivité peut viser elle-même le niveau d'exigence qu'elle voudra voir réaliser par les titulaires de ses marchés. Questions écrites publiées au Journal Officiel du 27 août 2001 et du 21 janvier 2002, pages 297 et 307, réponses du ministre des Finances.

### L'allotissement

Le nouveau Code favorise l'allotissement. Dans une consultation, il est possible de cibler la clause pour une série de produits rassemblés dans un lot spécifique.

Selon l'article 27, il est possible de conclure des marchés selon la procédure adaptée pour les lots inférieurs à 80 000 € HT dans le cas de marchés de fournitures et de services (seuils différents pour les marchés de travaux). Le montant cumulé de ces lots ne doit pas excéder 20 % de la valeur du marché.

### Exemple d'application

Vous avez passé un marché dans lequel vous avez intégré la clause relative aux droits humains et des documents d'engagement à signer.

Voici le temps de la réception des offres. Il y a deux possibilités :

- soit les documents sont remplis et signés conformément au cahier des charges, l'offre est jugée recevable ;
- soit les documents ne sont pas remplis et signés, l'offre est jugée irrecevable, pour non-conformité au cahier des charges.

Vous voici désormais à l'instruction des offres. Rigoureux, vous avez préparé un tableau d'analyse des offres selon vos critères. A cette étape, il ne reste que les entreprises qui ont signé les documents d'engagement. Alors que certaines entreprises ont juste signé, d'autres vous ont adressé une série de documents supplémentaires, non exigés, vous expliquant les initiatives prises par l'entreprise dans ce domaine. L'appréciation des ces initiatives ne doit cependant pas rentrer dans les critères d'analyse de l'offre.

Critères d'analyse de l'offre	Note
Valeur technique	/ 50 points
Services	/ 30 points
<b>Qualité sociale</b>	/ 20 points
Prix	/ 30 points
etc.	

#### **Ce qu'il ne faut pas faire**

Votre tableau présente un **critère** "Qualité sociale" que le Code interdit<sup>10</sup>. En effet, vous classez les offres en fonction d'une performance "droits humains". Par exemple, vous attribuerez 10 points si seuls les documents sont rendus, 20 points si l'entreprise a déjà une démarche interne poussée (construit des écoles dans les pays du Sud, forme son personnel, etc.).

Critères d'analyse de l'offre	Note
Valeur technique	/ 50 points
Services	/ 30 points
Prix	/ 30 points
etc.	

#### **Ce qu'il faut faire**

Lors de l'instruction, la clause n'entre plus en ligne de compte. Il n'y a aucune distinction entre les entreprises ayant uniquement répondu au cahier des charges et celles faisant plus d'efforts.

Ainsi, la signature par l'entreprise des documents d'engagement "éthiques" rend son offre conforme, mais le degré de son engagement ne permet pas de la favoriser plus qu'une autre.

<sup>10</sup> Dans le domaine de l'environnement, le Nouveau Code permet de demander des renseignements sur le savoir-faire des candidats en la matière (Article 45) et d'ajouter la performance environnementale au titre des critères de choix (Article 53).

## AUX ACTES, CITOYENS !

Selon votre envie, l'état d'avancement des réflexions au sein de la collectivité, vos moyens etc., trois niveaux d'engagement sont possibles :

- Sensibiliser et informer.
- Comprendre.
- Evaluer et améliorer.

Pour chaque niveau, sont détaillés les méthodes de travail, les outils à utiliser et les conséquences sur la collectivité, les entreprises et les pays cibles.

D'une manière générale, la clause des droits humains est relativement simple d'écriture. Toute la difficulté réside dans la méthodologie de travail. Penser au type d'accompagnement nécessaire et trouver les accompagnateurs qualifiés sont sans doute les plus gros obstacles. Le travail d'équipe et le partenariat sont des solutions qui s'avèrent vite indispensables.

### 1<sup>ER</sup> NIVEAU : SENSIBILISER ET INFORMER

Première étape du processus, il s'agit d'un acte de sensibilisation et de communication. Véritable signal pour les entreprises, il provoque une série de questionnements chez les fournisseurs, qui prennent souvent contact avec la collectivité, et permet ainsi leur sensibilisation.



#### Méthodologie

La méthode est simple. L'acheteur public écrit dans son CCTP ou CCAP la clause des droits humains (*cf. encart ci-dessous*). Il y joint les annexes (*cf. modèles joints dans les annexes 3, 4 et 5*) :

- Protocole d'engagement pour les droits humains, objectifs de Niveau 1.
- Conventions internationales des droits humains.
- Questionnaire sur l'origine des produits et les initiatives de l'entreprise.



#### Résultats

- Seules les entreprises ayant rempli ces documents sont retenues.
- Certaines entreprises jouent le jeu et vont plus loin en apportant de nombreuses informations.
- Etape de sensibilisation : la collectivité doit s'être organisée pour pouvoir répondre aux questions et interrogations des fournisseurs.

#### Chapitre du CCTP ou CCAP : origine des produits

Les produits doivent répondre à des conditions de production satisfaisantes n'ayant pas requis l'emploi d'une main-d'œuvre dans des conditions différentes aux conventions internationalement reconnues (*cf. article 14 du Code des marchés publics*).

Le candidat est invité à se reporter à l'annexe ou à la pièce jointe au marché " Protocole d'engagement pour les droits humains" qui présente les finalités et les objectifs de l'engagement en faveur des droits humains. Pour être conforme, le candidat devra le compléter et l'émarguer. Le candidat trouvera également un rappel des conventions internationales relatives aux droits humains.

## 2<sup>ND</sup> NIVEAU : COMPRENDRE

Une des difficultés à laquelle nous sommes confrontés est notre manque de connaissance des filières de production. Certaines filières sont relativement simples, d'autres extrêmement complexes : matière première produite ici, transformée là-bas, composants assemblés ailleurs, le tout avec une série d'intermédiaires, d'importateurs et de distributeurs. Par exemple, le textile et l'informatique font partie de ces filières délicates. Il faut donc comprendre et retracer la filière de production.



### Méthodologie

L'acheteur public fixe pour objectif de retracer la filière. Il écrit la clause des droits humains dans le CCTP ou le CCAP. Le protocole, joint en annexe ou en pièce jointe, viendra entériner cet engagement. Le protocole fixe les objectifs de niveaux 1 + 2. Le questionnaire y est joint (cf. annexes 3, 4 et 5).

#### CCTP ou CCAP : origine des produits

Même écriture de la clause qu'au niveau 1

Créé dans un esprit de partenariat, le protocole doit permettre de convaincre et d'obtenir l'adhésion des entreprises. Il leur permet notamment d'être force de proposition à l'occasion de la mise au point du marché. La mise au point des marchés est également le moment de discuter des modalités pratiques d'application du protocole.

Selon le degré de complexité des filières, le fournisseur retracera ou aidera à retracer la filière de production sur un plan technique (étapes de fabrication), humain (modalités des emplois : usine, petite entreprise, nombre d'employés...) et économique (valeur ajoutée de chaque étape). L'objectif est d'identifier les étapes à risque potentiel dans la filière. Environ 6 mois sont nécessaires pour collecter l'information. Cette méthode peut donc tout à fait s'appliquer à des marchés annuels.

S'il s'agit d'une filière courte (peu d'intermédiaires), le fournisseur retracera seul sa filière. S'il s'agit d'une filière complexe (nombreux intermédiaires), le fournisseur aidera un expert extérieur à la retracer.

Pour cette étape, il est préférable pour la collectivité de faire appel à un expert qui accompagnera l'entreprise. L'expert devra avoir comme référence :

- La connaissance des problématiques de Droits de l'Homme au travail.
- L'expérience dans l'élaboration et la mise en œuvre de code de bonne conduite dans des entreprises.
- (Et si nécessaire), avoir des bureaux ou des contacts à l'étranger, notamment des relations avec les syndicats locaux et autres associations de travailleurs.



### Astuces

Définir les modalités précises *a posteriori* a pour intérêt de pouvoir s'adapter à l'entreprise et la filière. Pour retracer une filière, un expert est souvent très utile. En effet, rares seront les intermédiaires qui donneront à leurs clients toutes les données de peur qu'à l'avenir ceux-ci ne s'y approvisionnent directement sans faire appel à leurs services !

Il est possible de mettre en œuvre des actions concertées entre plusieurs collectivités, afin de réduire les coûts et avoir un poids économique plus important.



### Résultats

- A ce jour, peu de collectivités se sont engagées à un tel niveau. Les résultats précis restent à évaluer. Des tests vont être organisés, notamment dans le cadre du réseau Nord-Pas de Calais. Il est certain que la collectivité devra consacrer du temps, notamment pour le suivi du protocole et peut-être un peu d'argent pour la mission d'accompagnement par un l'expert.

- Certaines entreprises (Camif collectivités, Carrefour, ...) ont commencé, de leur propre initiative, à mener cette démarche. Elle n'est donc pas irréaliste.
  - N'oublions pas que si certaines filières sont en apparence « socialement correctes », il serait intéressant de prêter attention à leurs sous-traitants.
  - Les fournisseurs des pays cibles seront pour la première fois directement interpellés. Les ouvriers, eux, seront écoutés pour la première fois.
-

### 3<sup>ÈME</sup> NIVEAU : ÉVALUER ET AMÉLIORER

Ce niveau d'engagement est le plus poussé. L'objectif est de retracer la filière, d'identifier les étapes à risque, d'évaluer les conditions sociales de fabrication, puis de mettre en œuvre des projets afin d'améliorer concrètement la situation des populations. Cette démarche requiert du temps. Elle est valable principalement pour des marchés bisannuels ou trisannuels.

Soyons réalistes, une collectivité seule aura beaucoup de mal à atteindre ce niveau d'engagement et à peser suffisamment sur ses fournisseurs pour les inciter à s'impliquer. Nous suggérons que plusieurs collectivités s'organisent ensemble afin de représenter une entité économique plus forte auprès de leurs fournisseurs.



#### Méthodologie

L'acheteur public fixe pour objectif de retracer la filière, d'identifier les étapes à risque, d'évaluer les conditions sociales de fabrication et d'apporter des améliorations aux conditions sociales des salariés. Il écrit la clause des droits humains dans le CCTP ou le CCAP. Le protocole, joint en annexe ou en pièce jointe, viendra entériner cet engagement. Le protocole fixe les objectifs de niveaux 1 + 2 + 3. Le questionnaire y est joint (cf. annexes 3, 4 et 5). Des rencontres régulières sont nécessaires afin de travailler collectivement aux solutions à envisager.

A ce stade, le recours à un expert est indispensable. Il doit avoir comme références :

- La connaissance des problématiques de Droits de l'Homme au travail.
- La connaissance des organisations et ONG internationales d'aide au développement pour le montage de projet.
- Des expériences d'accompagnement des entreprises à l'élaboration et la mise en œuvre de codes de bonne conduite.
- Avoir des bureaux ou des contacts à l'étranger, notamment des relations avec les syndicats locaux et autres associations de travailleurs.

Sa mission est cruciale. Après la phase de reconstitution de la filière et d'identification des problèmes potentiels, l'expert va mener son enquête sur place. Ses contacts privilégiés avec la population lui permettront, d'une part de définir la situation sociale exacte des travailleurs et, d'autre part, d'identifier les actions à mettre en œuvre.

Les contacts à l'étranger avec des syndicats, les ONG humanitaires ou d'aide au développement permettront de concrétiser et mettre en œuvre les projets.

#### Audits

Les audits sociaux nécessitent encore des améliorations. De nombreux problèmes subsistent à l'heure actuelle : difficulté pour rencontrer les salariés, employeurs prévenus des contrôles, etc. L'autre problème est de porter un jugement au regard de nos valeurs morales, dans des

#### CCTP ou CCAP : origine des produits

Les produits doivent répondre à des conditions de production satisfaisantes n'ayant pas requis l'emploi d'une main-d'œuvre dans des conditions différentes aux conventions internationalement reconnues (cf. article 14 du Code des marchés publics).

Les produits bénéficieront d'une norme (SA 8000) ou d'un label de qualité sociale de production (Step, Max Havelaar) ou répondront à des conditions équivalentes. Le candidat pourra s'informer notamment auprès des sites suivants :

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

[www.label-step-france.org](http://www.label-step-france.org)

[www.afnor.fr](http://www.afnor.fr)

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

Si les produits ne bénéficient pas d'une norme, d'un label, le candidat est invité à se reporter à l'annexe ou à la pièce jointe au marché "Protocole d'engagement pour les droits humains" qui présente les finalités et les objectifs de l'engagement en faveur des droits humains. Pour être conforme, le candidat devra le compléter et l'émarger. Le candidat trouvera également un rappel des conventions internationales relatives aux droits humains.

contextes politiques, socio-économiques et culturels totalement différents. Il faut donc trouver le moyen de réintroduire la parole de ces salariés afin qu'ils définissent eux-mêmes les axes de progrès et leurs priorités.



### Résultats

- En France, il n'y a pas actuellement d'expériences de ce type directement liées aux marchés publics. Elles prennent la forme d'actions de coopération décentralisée et d'aide au développement. Là encore, des tests vont avoir lieu.
  - Pour la collectivité et les entreprises, il s'agit d'une démarche très novatrice dont le socle est l'expert. L'engagement technique et volontaire des deux parties est important et indispensable à la bonne réussite du projet. Notons que si quelques entreprises réalisent des audits sociaux, très peu sont labellisées ou certifiées.
  - Les ouvriers des pays cibles sont directement touchés par ces actions dans la mesure où ils sont directement associés à la définition des priorités d'action et aux solutions à mettre en œuvre.
-

## LE NORD-PAS DE CALAIS, TERRE D'EXPÉRIENCES

Fidèle à son caractère social, le Nord-Pas de Calais est probablement la région la plus engagée et la plus dynamique pour la promotion du commerce responsable. Dès 1999, un important colloque sur le commerce éthique, organisé par le Conseil régional, a sensibilisé les collectivités et posé le problème des achats publics.

Depuis, plusieurs collectivités de toute taille telles que la Communauté urbaine de Dunkerque, la ville de Tourcoing, le Conseil régional Nord-Pas de Calais, la ville de Lille, etc., ont expérimenté l'intégration d'une clause relative aux droits humains dans leurs marchés (gadgets, fournitures informatiques, etc.).

Aujourd'hui, un réseau régional, représentant près de la moitié de la population régionale, rassemble une quinzaine de collectivités<sup>11</sup>. Un extranet met à disposition les cahiers des charges, la jurisprudence, les délibérations, etc. de chacune des collectivités. Actuellement, les collectivités se coordonnent pour mener une démarche commune. Après une étude de faisabilité commune, les collectivités cibleront 2 ou 3 marchés dans lesquels, toutes ensemble, elles écriront la même clause. L'idée est de constituer un poids économique important pour inciter les entreprises à s'engager.

Les actions d'éducation visent les enfants et le grand public, mais également les entreprises. Par exemple, la Communauté urbaine de Dunkerque réalise avec la CCID<sup>12</sup> une enquête sur la connaissance et l'implication des entreprises du territoire en matière de commerce responsable. L'objectif est d'identifier l'offre existante, le positionnement des entreprises et les pistes de progrès.

## MUTUALISER LES FORCES, LE RÉSEAU NATIONAL DES COLLECTIVITÉS

Suite aux campagnes lancées par le collectif "De l'éthique sur l'étiquette" en 2000 et 2001, plus le 200 collectivités se sont prononcées en faveur d'achats publics respectueux des Droits de l'Enfant et de l'Homme au travail. Plusieurs d'entre elles ont décidé de créer un réseau de *Collectivités consommatrices éthiques*.

Les objectifs sont de sensibiliser, former, outiller les élus et les techniciens des collectivités, afin de mieux intégrer la responsabilité sociale dans le management des marchés publics.

Les missions :

- Informer, échanger et communiquer en centralisant les initiatives engagées dans toute la France et en les mettant à disposition du plus grand nombre, grâce à un site web, une lettre d'information, des publications...
- Proposer des formations pratiques (sur la base des expériences des collectivités) destinées aux élus et aux techniciens.
- Mettre à disposition de l'accompagnement opérationnel par la création d'un réseau d'expertise. Celui-ci serait chargé d'accompagner les collectivités dans la mise en œuvre effective des clauses de droits humains. L'expertise serait d'ordre juridique et méthodologique.
- Négocier à l'échelle nationale avec des fédérations professionnelles et des institutions pour la prise en compte des droits humains. Engager des réflexions prospectives, participer aux mouvements européens, interpellier la Commission européenne et l'Etat, observer et soutenir le développement des acteurs du commerce équitable, accompagner la Responsabilisation sociale des entreprises (RSE), participer aux réflexions sur la labellisation et la normalisation, sont également d'autres sujets d'intérêt du réseau.

Le réseau est bien sûr ouvert à tous. Les nouvelles collectivités sont les bienvenues. Il suffit de contacter le collectif "De l'éthique sur l'étiquette" ou Cités unies France.

<sup>11</sup> Région Nord-Pas de Calais, Conseil général du Nord, Communautés urbaines de Lille, de Dunkerque et d'Arras, Communautés d'agglomération de Béthune, d'Hénin-Carvin et de Valenciennes, Villes de Lille, Roubaix, Tourcoing, Villeneuve d'Ascq, Dunkerque, Halluin, Loos-en-Gohelle, Marcq-en-Baroeul, Maubeuge.

<sup>12</sup> CCID = Chambre de commerce et d'industrie de Dunkerque.

## TROUVER DES PRODUITS "ÉTHIQUES"

Tout fournisseur "traditionnel" est potentiellement "éthique". Mais des études portant sur des filières telles que l'habillement, les chaussures, les jouets, le cacao, le café... montrent que certains articles sont produits dans des conditions sociales contraires aux Droits de l'Homme au travail. Sauf exceptions encore marginales, il n'existe pas aujourd'hui de système de garantie couvrant l'essentiel des achats des consommateurs individuels et des collectivités.

En l'absence d'un tel système, les consommateurs peuvent malgré tout orienter leur choix à partir des initiatives prises par leurs fournisseurs, par la grande distribution... pour s'assurer de la bonne qualité sociale des produits qu'ils commercialisent (code de conduite, collaboration avec l'ensemble des parties prenantes, dont les syndicats, les associations...). Le carnet de notes, publié tous les ans depuis 2000 par le collectif "De l'éthique sur l'étiquette", sur la prise en compte de cette question par la grande distribution (19 enseignes en 2002) offre ainsi un début de réponse aux consommateurs.

En parallèle, le commerce équitable peut être une solution. Plusieurs adresses existent :

**La fédération Artisans du Monde** (FADM) est le principal réseau français de commerce équitable (124 organisations membres, 100 magasins, 4 500 bénévoles), par son chiffre d'affaires et par le nombre et la diversité de ses partenaires-producteurs (100 organisations) d'Afrique, Asie et Amérique latine. Une plaquette présente des offres commerciales et d'animation / formation aux collectivités.

Fédération Artisans du Monde

53, bd de Strasbourg - 75010 Paris

tél. 01 56 03 93 50 - fax : 01 47 70 96 35

mel : [info@artisansdumonde.org](mailto:info@artisansdumonde.org) - site : [www.artisansdumonde.org](http://www.artisansdumonde.org)

**La plate-forme pour un commerce équitable** (PFCE), créée en 1997, est le seul organisme national de représentation des acteurs du commerce équitable. Elle regroupe des importateurs, des magasins et associations, une organisation de labellisation. La plate-forme est aussi un lieu d'échange d'expériences et d'actions (éducation au commerce équitable, campagne d'information et de sensibilisation).

Plate-forme pour un commerce équitable

61, rue Victor Hugo - 93500 Pantin

tél/fax : 01 48 81 20 75

mel : [plate-forme@commerceequitable.org](mailto:plate-forme@commerceequitable.org) - site : [www.commerceequitable.org](http://www.commerceequitable.org)

L'association **Max Havelaar** France assure, en lien avec ses homologues présents dans 16 autres pays du Nord et réunis au sein de Fairtrade Labelling Organizations International (FLO-International), la gestion du label international de commerce équitable "Max Havelaar". Max Havelaar France mène une campagne intitulée "500 villes s'engagent pour le commerce équitable" auprès des collectivités françaises.

Max Havelaar France

41, rue Emile Zola - 93100 Montreuil

tél. : 01 42 87 70 21 - fax : 01 48 70 07 68

mel : [info@maxhavelaarfrance.org](mailto:info@maxhavelaarfrance.org) - site : [www.maxhavelaarfrance.org](http://www.maxhavelaarfrance.org)

---

## POUR ALLER PLUS LOIN

### DÉFENSE DES DROITS HUMAINS

**Le collectif "De l'éthique sur l'étiquette"**, initiateur de la démarche vis-à-vis des collectivités françaises, édite une lettre régulière et des bulletins de note des entreprises.

Collectif "*De l'éthique sur l'étiquette*" c/o Artisans du Monde  
53 boulevard de Strasbourg - 75010 Paris  
tél : 01 56 03 93 54 - fax : 01 47 70 96 35  
mel : [info@ethique-sur-etiquette.org](mailto:info@ethique-sur-etiquette.org) - site : [www.ethique-sur-etiquette.org](http://www.ethique-sur-etiquette.org)

**L'Organisation Internationale du Travail (OIT)** est un organisme spécialisé des Nations-Unies en charge des questions sociales. Il a établi de nombreuses conventions internationales relatives aux droits sociaux, devant être appliquées par tous les États membres.

OIT  
tél : 01 45 68 32 50 - fax : 01 45 67 20 04  
mel : [paris@ilo.org](mailto:paris@ilo.org) - site : [www.ilo.org](http://www.ilo.org)

**Amnesty International**, association internationale de défense des Droits de l'Homme, a créé une commission Entreprises pour encourager à la prise en compte des droits humains.

Amnesty International  
76, boulevard de la Villette - 75940 Paris cedex 19  
tél : 01 53 38 65 65 - fax : 01 53 38 55 00  
mel : [comentre@amnesty.asso.fr](mailto:comentre@amnesty.asso.fr) - site : [www.amnesty.asso.fr](http://www.amnesty.asso.fr)

### RESPONSABILITÉ SOCIALE DES ENTREPRISES

**La Commission européenne**, DG emploi et affaires sociales, a publié des documents et un livre vert sur la responsabilité sociale des entreprises.

Commission européenne, DG emploi et affaires sociales, centre de documentation  
B-1049 Bruxelles  
tél : (32 2) 295 49 88 - fax : (32 2) 296 23 93  
site : [http://europa.eu.int/comm/employment\\_social/index\\_fr.htm](http://europa.eu.int/comm/employment_social/index_fr.htm)

**L'Observatoire des transnationales** répertorie plus de 21 000 marques. Structure indépendante, elle fournit les informations sur les plus grandes entreprises, notamment les paramètres d'activité commerciale et géographique, les conditions de travail et de respect de l'environnement, les dirigeants et administrateurs, etc.

Observatoire des transnationales  
30, avenue Jean Jaurès - 34260 Le Bousquet d'Orb  
mel : [info@transnationale.org](mailto:info@transnationale.org) - site : <http://www.transnationale.org>

**L'Observatoire de la Responsabilité sociétale des entreprises**, créé en 2000, est composé par une trentaine de grandes entreprises, sociétés de gestion de portefeuille, organisations syndicales, institutions de prévoyance et mutuelles.

ORSE  
59/63 rue du Rocher - 75008 Paris  
tél : 01 55 30 13 02 - fax : 01 55 30 13 03  
mel : [contact@orse.org](mailto:contact@orse.org) - site : [www.orse.org](http://www.orse.org)

---



**Novethic** est un centre de ressources, de services et d'expertise sur la responsabilité sociale des entreprises et l'investissement socialement responsable. Il édite La lettre de l'économie responsable.

**Novethic**

56 rue de Lille - 75007 Paris

tél : 01 49 49 10 50 - fax : 01 49 49 10 79

site : [www.novethic.fr](http://www.novethic.fr)

## LABELS, NORMES

**L'AFNOR**, Agence française de normalisation, a créé des groupes de travail autour de l'éthique sociale et du commerce équitable.

**AFNOR**

11, avenue Francis de Pressensé

93571 Saint Denis La Plaine cedex

tél : 01 41 62 80 00 - fax : 01 49 17 90 00

site : [www.afnor.fr](http://www.afnor.fr)

**La norme SA 8000** (Social Accountability), créée par le CEPAA, est une certification sociale de sites industriels, qui valide le respect d'un référentiel de droits sociaux fondamentaux sur la base d'audits sociaux réalisés par des organismes accrédités.

**Council on Economic Priorities Accreditation Agency**

site : [www.cepaa.org](http://www.cepaa.org)

**Le Label STEP** est un autre label du commerce équitable attribué à des entreprises qui s'engagent sur l'ensemble de leur activité.

**Label STEP**

site : [www.label-step-france.org](http://www.label-step-france.org)

---

## ANNEXES



**Annexe 1** : MOTION / RÉOLUTION RELATIVE AU RESPECT DES DROITS DE L'HOMME ET DE L'ENFANT AU TRAVAIL

**Annexe 2** : DÉLIBÉRATION RELATIVE AUX RÉFÉRENCES DE DÉVELOPPEMENT DURABLE DANS LES ACHATS PUBLICS

**Annexe 3** : PROTOCOLE D'ENGAGEMENT POUR LES DROITS HUMAINS

**Annexe 4** : CONVENTIONS INTERNATIONALES RELATIVES AUX DROITS HUMAINS AU TRAVAIL

**Annexe 5** : QUESTIONNAIRE SUR L'ORIGINE DES PRODUITS ET LES INITIATIVES DE L'ENTREPRISE

**Annexe 6** : LES GRANDS PRINCIPES DE L'ACHAT PUBLIC

## MOTION / RÉOLUTION RELATIVE AU RESPECT DES DROITS DE L'HOMME ET DE L'ENFANT AU TRAVAIL

Le Conseil de....., conscient que l'économie doit avant tout être au service du bien-être de tous et notamment favoriser le progrès de l'éducation, de la santé, le respect de l'environnement et, plus globalement, de la dignité de l'homme, souhaite à travers cette déclaration exprimer sa volonté de favoriser des achats publics respectueux des Droits de l'Homme et de l'Enfant au travail.

La collectivité s'appuie sur les principales conventions internationales :

- La convention internationale des droits de l'enfant et notamment son article 32.
- La charte des droits fondamentaux de l'Union européenne.
- Les principales conventions de l'Organisation Internationale du Travail<sup>1</sup>.

### Le rôle de consommateur - citoyen de la collectivité

En application du code des marchés publics et des conventions internationales rappelées ci-dessus, la collectivité veillera à ce que ses marchés intègrent une clause relative à la qualité sociale des produits fournis.

La collectivité s'attachera à prendre en compte les dispositions de l'article 14 du Code des marchés publics, relatives aux conditions d'exécution d'un marché qui stipule que "*la définition des conditions d'exécution d'un marché peut viser à promouvoir l'emploi de personnes rencontrant des difficultés particulières d'insertion, à lutter contre le chômage ou à protéger l'environnement*". Afin d'éviter que ces mesures n'aient un caractère discriminatoire, l'article 14 prévoit que ces conditions sont bien des conditions d'exécution du marché et non pas des critères de choix du titulaire.

### Le rôle de la collectivité en matière d'éducation civique

La collectivité diffusera une information et soutiendra des actions de communication et d'éducation à la consommation éthique auprès de ses habitants et des entreprises.

La commission d'appel d'offres sera chargée de veiller au respect de cette déclaration.

Le Conseil souhaite que le Maire/Président prenne les dispositions nécessaires afin de faciliter l'application de cette déclaration, notamment en partenariat avec les établissements scolaires, les associations de parents d'élèves et les associations ou organisations non gouvernementales qui agissent en faveur d'une consommation responsable.

Il veillera à ce que la collectivité puisse obtenir des garanties sur l'origine, la qualité et les conditions de fabrication des produits, en participant à l'action de tous ceux qui s'engagent pour la réalisation de normes sociales dans le cadre de l'organisation mondiale du commerce.

<sup>1</sup> Convention 105 concernant l'abolition du travail forcé.  
Convention n°138 concernant l'âge minimum d'admission à l'emploi.  
Convention 87 concernant la liberté syndicale et la protection du droit syndical, Convention 98 concernant l'application des principes du droit d'organisation et de négociation collective. Convention n°111 concernant la discrimination en matière d'emploi et de profession.  
Convention n°26 concernant l'institution de méthodes de fixation des salaires minima et Convention n°131 concernant la fixation des salaires minima, notamment en ce qui concerne les pays en voie de développement. Les calculs des Nations-Unies concernant le minimum vital serviront de référence lorsqu'ils sont supérieurs au salaire minimum légal ou dans les pays où il n'en existe pas.  
Convention n°1 tendant à limiter à 8 heures par jour et à 48 heures par semaine le nombre des heures de travail dans les établissements industriels. Convention n°155 concernant la sécurité, la santé des travailleurs et le milieu de travail (notamment : partie IV "action au niveau de l'entreprise").  
Toutes ces conventions ont été ratifiées, notamment, par la France.

## DÉLIBÉRATION RELATIVE AUX RÉFÉRENCES DE DÉVELOPPEMENT DURABLE DANS LES ACHATS PUBLICS

Vu la Déclaration universelle des Droits de l'Homme,  
Vu les conventions internationales relatives aux principes et droits fondamentaux au travail de l'Organisation Internationale du Travail, notamment les conventions n°1, 26, 87, 98, 105, 111, 131, 138, 155, 182,  
Vu la convention internationale des Droits de l'Enfant, notamment l'article 32,  
Vu la Charte des droits fondamentaux de l'Union européenne adoptée au Conseil européen de Nice le 7 décembre 2000,  
Vu la résolution européenne "HOWITT" adoptée par le Parlement européen le 13 janvier 1999, sur les normes communautaires applicables aux entreprises européennes opérant dans les pays en voie de développement : vers un code de bonne conduite,  
Vu la résolution 2003/C 39/02 du Conseil de l'Union européenne du 6 février 2003, concernant la Responsabilité Sociale des Entreprises,  
Vu la loi n°87-157 du 10 juillet 1987 en faveur de l'emploi des travailleurs handicapés,  
Vu l'article 14 du Code des marchés publics, qui permet aux collectivités de définir un niveau d'exigence sociale et environnementale pour l'exécution de ses marchés,

### Le Maire / Président expose :

Dans le monde, plus de 250 millions d'enfants âgés de moins de 14 ans travaillent ; la disparition des forêts primaires et de la biodiversité s'accélère ; les atteintes à l'environnement atteignent des seuils préoccupants (effet de serre, pollution des eaux, etc.) ; l'emploi n'est pas accessible à tous, notamment pour les personnes handicapées.

La collectivité, consciente de la nécessité de combattre les atteintes à la dignité humaine et à l'environnement, affirme son engagement à promouvoir un commerce responsable, dans le cadre de ses achats de produits et de services.

En application des conventions internationales, des lois françaises, du Code des marchés publics et des engagements de la collectivité en faveur du développement durable, la collectivité s'engage à intégrer des références de développement durable (relatives à l'emploi, à l'environnement, aux Droits de l'Homme au travail) dans ses achats, lorsque cela est opportun et dans les limites permises par le Code des marchés publics.

La collectivité s'engage également à :

- Apporter son concours aux réseaux régionaux, nationaux et européens relatifs à la promotion des démarches d'achats publics éthiques.
- Engager de démarches expérimentales, notamment sur le volet des droits humains au travail.
- Faire la promotion auprès des entreprises, de la population et des partenaires locaux des démarches en faveur d'un commerce responsable.

## PROTOCOLE D'ENGAGEMENT POUR LES DROITS HUMAINS

Dans le monde, plus de 250 millions d'enfants de moins de 14 ans travaillent. Des millions d'hommes et de femmes travaillent dans des conditions indécentes à des rythmes inhumains, pour un salaire de misère.

Pourtant, de nombreuses conventions internationales définissent les droits sociaux fondamentaux :

- La Déclaration universelle des Droits de l'Homme.
- La Déclaration relative aux principes et droits fondamentaux au travail de l'Organisation Internationale du Travail, notamment :
  - la convention n°138 relative à l'âge d'admission à l'emploi,
  - la convention n°87 relative à la liberté syndicale et la protection du droit syndical,
  - la convention n°98 relative à l'application des principes du droit d'organisation et de négociation collective,
  - la convention n°111 relative à la discrimination en matière d'emploi et de profession,
  - la convention n°26 relative à l'institution de méthodes de fixation des salaires minima,
  - la convention n°131 relative à la fixation des salaires minima, notamment en ce qui concerne les pays en voie de développement,
  - la convention n°1 tendant à limiter à 8 heures par jour et 48 heures par semaine le nombre d'heures de travail dans les établissements industriels,
  - la convention n°155 relative à la sécurité, la santé des travailleurs et le milieu du travail,
  - la convention n°105 relative au travail forcé.
- La convention internationale des Droits de l'Enfant, notamment l'article 32 qui précise que l'enfant a le droit d'être protégé contre tout travail mettant en danger sa santé, son éducation ou son développement.

Comme les autres acteurs, les entreprises ont leur part de responsabilité. Cette prise de conscience se traduit par la création :

- d'observatoires des responsabilités sociétales des entreprises,
- d'associations d'entreprises pour sensibiliser les autres entreprises,
- de sites d'information pour les entreprises et le grand public,
- d'une norme et de labels pour le respect des droits humains,
- de documentations et d'un livre vert européen sur les responsabilités sociales des entreprises,
- d'une loi sur les nouvelles régulations économiques  
(loi n°2001-420 du 15 mai 2001, art. 116 - décret n°2002-221 du 20 février 2002).

Au regard de ce constat, la collectivité dans sa [délibération n° ..... du Conseil en date du ..... relative au respect des Droits de l'Homme et de l'Enfant au Travail ] a pris l'engagement de veiller dans ses achats au respect des droits humains fondamentaux. Cet engagement s'inscrit dans le respect des articles 14 et 53-I du Code des marchés publics qui permettent aux collectivités publiques de définir des conditions d'exécution du marché destinées à la protection sociale des travailleurs.

Nous vous proposons de nous rejoindre dans cette démarche juste et de vous engager à nos côtés pour donner à chacun le droit de travailler dignement. En nous accompagnant, votre engagement portera principalement sur des éléments liés à l'information.

Votre commentaire : .....

.....

.....

.....

.....

## ENGAGEMENTS ET OBJECTIFS

Partageant l'ambition de la collectivité pour le respect des droits sociaux fondamentaux, je soussigné(e), .....,  
responsable de la société.....,  
traduit l'engagement de ma société à réaliser les objectifs et les actions suivants, sur la durée du marché :

Niveau 1

- 1) Porter à connaissance de la collectivité les initiatives prises par l'entreprise. Dans ce cadre, les actions suivantes seront mises en œuvre :
- « Remplir le questionnaire sur l'origine des produits et les initiatives de l'entreprise
  - « Participer aux séances d'information organisées par la collectivité, par la présence du représentant de la société en charge du suivi du protocole (cf. Suivi du protocole)

Niveau 2

- 2A) Retracer la filière de production des produits sur un plan technique (étapes de fabrication), humain (modalités des emplois : usine, petite entreprise, nombre d'employés...) et économique (valeur ajoutée de chaque étape).
- 2B) Identifier les étapes à risque potentiel.
- Pour ce faire, les actions suivantes seront mises en œuvre :
- « Communiquer les informations en la possession de l'entreprise pour contribuer au bon déroulement de la démarche, sachant qu'elles resteront confidentielles.
  - « Réaliser un document de synthèse reprenant l'ensemble des données par étape de fabrication.
- Les modalités pratiques de mise en œuvre seront définies à l'occasion de la mise au point du marché.

Niveau 3

- 3A) Evaluer les conditions sociales de fabrication sur X étapes à risque potentiel.
- 3B) Définir les priorités d'action pour l'amélioration des conditions sociales.
- 3C) Initier des actions d'amélioration
- Pour ce faire, les actions suivantes seront mises en œuvre :
- « Faire appel à un expert de l'évaluation des conditions sociales de fabrication
  - « Associer tout au long du processus les représentants du personnel et les directions des entreprises concernées, la forme de cette représentation variant selon les pays et les entreprises
  - « Associer des organisations spécialisées dans l'aide au développement pour l'initiation d'actions d'amélioration
- Les modalités pratiques de mise en œuvre seront définies à l'occasion de la mise au point du marché.

Partie variable selon le niveau d'exigence fixé par la collectivité

Par ailleurs, je souhaite également réaliser les actions suivantes, sachant que cette démarche est purement volontaire et ne saurait en aucun cas constituer un élément de conformité de l'offre : (cochez les cases correspondantes)

- porter à connaissance des employés de l'entreprise la démarche engagée avec la collectivité.
- mettre en place des actions de sensibilisation des employés de l'entreprise sur les questions de respect des Droits humains.
- faire partager auprès d'autres entreprises la démarche engagée avec la collectivité.

**CONFIDENTIALITÉ ET TRANSPARENCE**

Toutes les informations liées à l'activité de l'entreprise et de ses fournisseurs demeurent confidentielles. Seuls la collectivité et l'expert mandaté en auront connaissance en respectant le principe de la confidentialité. De son côté, l'entreprise s'engage à communiquer toutes les informations en sa possession nécessaires au bon déroulement de la démarche.

**PROMOTION**

Dans le cadre des actions de commerce "responsable" menées en collaboration avec la collectivité, l'entreprise s'engage à associer la collectivité dans l'élaboration et la validation des outils de communication qu'elle mettra en œuvre.

**SUIVI DU PROTOCOLE**

Le présent protocole est suivi par :

.....  
(nom de l'interlocuteur technique en charge du projet),

en sa qualité de ..... au sein de la collectivité

et par :

.....  
(nom de l'interlocuteur technique en charge du projet),

en sa qualité de ..... au sein de l'entreprise.

Le protocole fera l'objet d'au moins deux réunions annuelles de suivi. Lors de la première rencontre, sera fixé le planning de la démarche.

**PRISE D'EFFET ET DURÉE DU PROTOCOLE**

Le présent protocole prend effet à sa date de signature et est valable pour toute la durée du marché.

**LITIGES**

Tout litige survenant à l'occasion de l'application des présentes, à défaut d'accord amiable entre les parties, sera porté devant la juridiction compétente.

Fait à....., le.....

Signature, nom et cachet du vendeur

## CONVENTIONS INTERNATIONALES RELATIVES AUX DROITS HUMAINS AU TRAVAIL

L'**interdiction du travail forcé** (conventions 29 et 105) sous toutes ses formes et de l'esclavage.

La **non-discrimination** de la main-d'œuvre, notamment en matière d'embauche et de rémunération basée sur l'appartenance ethnique, la couleur, le sexe, les convictions politiques ou religieuses, le milieu social ou le pays d'origine.

La **liberté de s'organiser** entre employés (conventions 87, 98 et 135) ou d'adhérer aux organisations de leurs choix défendant leurs intérêts.

Le **travail des enfants** : nul employeur n'aura recours au travail forcé des enfants. Les employeurs s'engagent à respecter les âges prévus notamment aux conventions 138, 146 et 182 de l'OIT, et à ne pas menacer par cet emploi leur équilibre physique, éducatif, social ou culturel.

La **rémunération** (conventions 100 et 111) doit être directement versée au profit des travailleurs. Cette rémunération correspond au moins au minimum vital et au salaire minimum fixé par la législation du pays concerné lorsqu'il est supérieur (dans bien des pays, le salaire minimum légal est inférieur au minimum vital), ainsi qu'aux prestations sociales obligatoires prévues par cette même législation. Les travailleurs sont employés sur la base de leur aptitude au travail et non sur la base de leur race, caractéristique individuelle, croyance religieuse, opinion publique ou origine sociale.

Une **durée de travail** conforme aux normes définies par l'Organisation Internationale du Travail. Lorsque la loi nationale établit des règles plus favorables pour les travailleurs, les entreprises doivent les respecter.

La **santé** et les **conditions de travail** (conventions 155 et 164) : les employeurs doivent assurer des conditions de travail respectueuses de la santé et de la sécurité des employés. Les lieux de production devront être conformes aux lois et règlements en vigueur sur les conditions de travail. Les mêmes normes sanitaires s'appliquent aux logements des employés.

La **sécurité** (conventions 155 et 164) : toutes dispositions doivent être prises en matière de protection des droits de la personne humaine et doivent être compatibles avec les normes internationales relatives au maintien de l'ordre en entreprise. Elles visent notamment à interdire l'utilisation d'armes à feu et le recours excessif à la force par les services de sécurité au sein de l'entreprise, ainsi que tout traitement cruel, inhumain ou dégradant.

Ces principes sont régis par les principaux instruments suivants :

- La Déclaration universelle des Droits de l'Homme.
- La Convention internationale relative aux Droits des Enfants.
- Les Conventions internationales des Droits de l'Homme au travail, de l'OIT.
- La Convention internationale relative à l'élimination de toutes les formes de discriminations raciales.
- La Convention internationale relative à l'élimination de toutes les formes de discriminations à l'égard des femmes.
- La loi «Letexier» n°99-478 du Parlement des enfants relative au respect des droits de l'enfant dans le monde, notamment lors de l'achat de fournitures scolaires.

## QUESTIONNAIRE SUR L'ORIGINE DES PRODUITS ET LES INITIATIVES DE L'ENTREPRISE

Avez-vous adopté et mis en oeuvre un code de bonne conduite, une démarche de labellisation ou de certification en vue de garantir le respect des droits sociaux fondamentaux chez vos fournisseurs ou sous traitants ?

Oui. Indiquez la date de réalisation .....  
*Joindre les documents*

En cours. *Joindre un justificatif*

Non

Quelles sont les initiatives prises / mises en oeuvre par l'entreprise ?  
Indiquez deux exemples

.....  
.....  
.....

L'entreprise effectue t-elle des contrôles ?

Par un système de contrôle propre à l'entreprise

Par un consultant. Veuillez préciser : .....

Aucun contrôle

Veuillez indiquer l'adresse précise de fabrication du produit

.....  
.....  
.....

Personne référente dans l'entreprise à contacter au sujet des engagements éthiques

Nom : .....

Prénom : .....

Fonction : .....

Tél : .....

Fait le.....

À.....

Cachet de l'entreprise  
Nom et signature du vendeur  
précédée de la mention manuscrite  
"Certifié sincère et véritable"

## LES GRANDS PRINCIPES DE L'ACHAT PUBLIC

En vertu de l'article 1<sup>er</sup> du Code des marchés publics (CMP), la réglementation relative aux marchés publics repose sur trois principes fondamentaux :

- L'égalité de traitement.
- La liberté d'accès à la commande publique.
- La transparence des procédures.

Ils permettent l'efficacité de la commande publique par la définition préalable des besoins, le respect des obligations de publicité et de mise en concurrence ainsi que par le choix de l'offre économiquement la plus avantageuse.

### L'ÉGALITÉ DE TRAITEMENT

Les fournisseurs bénéficient d'une égalité de traitement dans l'examen de leurs candidatures ou de leurs offres (art. 1<sup>er</sup> du CMP). Le principe de l'égalité des chances est la base de la dévolution des marchés publics. Le code pénal s'est appuyé sur ce principe pour instituer le délit d'avantage injustifié également appelé "délict de favoritisme".

### LA LIBERTÉ D'ACCÈS

Les fournisseurs peuvent librement se porter candidats aux marchés publics (art. 1<sup>er</sup> du CMP). Si la mise en concurrence peut sembler primordiale pour le "vendeur", elle est en fait tout aussi indispensable à une bonne gestion de "l'acheteur", puisqu'elle offre au maître d'ouvrage la possibilité d'effectuer un choix technique et financier plus large tout en préservant l'accès de l'ensemble des entreprises à la commande publique.

### LA TRANSPARENCE

Réaffirmé par la loi 93.122 du 29 janvier 1993 relative à la prévention de la corruption et à la transparence de la vie économique et des procédures publiques, le principe de transparence concerne l'ensemble des procédures et modes de passation.

### L'EFFICACITÉ

Ce principe novateur par rapport à l'ancien Code repose sur la responsabilité des agents et des élus des collectivités publiques, eu égard aux sommes d'argent dont ils ont la gestion.

La réglementation leur impose en effet une efficacité "au premier euro", ce qui passe notamment par une définition précise et préalable des besoins à satisfaire au travers d'un cahier des charges impartial, précis et sans ambiguïté, ainsi que par le choix de l'offre économiquement la plus avantageuse, ce qui suppose la prise en considération d'autres critères que le seul prix.

D'autre part, la loi reconnaît la responsabilité personnelle des fonctionnaires (loi 48-1484 du 25 septembre 1948, article 6) et des élus (loi 91-3 du 3 janvier 1991) en matière de gestion. Elle prévoit des amendes en cas de "préjudice pour le trésor, la collectivité ou l'organisme intéressé" (loi du 25 septembre 1948).