



MARCHE PUBLIC DE CONCESSION POUR LA GESTION DE FONTAINES ET DE DISTRIBUTEURS DE BOISSONS ET DE SNACKS

L'expérience de la STIB (Société des Transports Intercommunaux de Bruxelles)

Durant une journée de travail, le moment de la pause est souvent l'occasion de savourer un encas ou une boisson. Mais toutes ces consommations ont un impact sur l'environnement : utilisation de ressources, consommation d'énergie des distributeurs, production de déchets d'emballages, etc. Pour réduire l'impact lié à l'utilisation des distributeurs de boissons et de snacks, la STIB a intégré des considérations environnementales dans son dernier marché de concession, passé en 2012.



UNE DEMARCHE ENVIRONNEMENTALE GLOBALE

Dans le cadre de sa mission de transport public, la STIB s'est engagée dans une démarche de responsabilité sociétale. Pour ce faire, elle s'est lancée, depuis 2002, dans l'obtention du label Entreprise écodynamique. Actuellement, douze de ses sites sont labellisés, ainsi que l'ensemble des stations de métro.

La STIB s'est également dotée d'une politique d'achats visant à intégrer des clauses sociales et environnementales dans ses marchés. Celles-ci sont incorporées tant au niveau des critères de sélection des fournisseurs qu'au niveau des critères d'attribution des marchés.

En tant qu'organisme d'intérêt public, la STIB est visée par la circulaire du 5 février 2009. Elle est donc tenue de suivre une politique d'achats durables pour les marchés publics de fournitures et de services. Cette circulaire impose la nomination d'une personne responsable de la mise en œuvre et du contrôle de la gestion des achats. Cette disposition a permis de systématiser la prise en compte de critères environnementaux.

ANALYSE DU MARCHÉ

Le marché de concession concerne plus de 337 machines : distributeurs de boissons chaudes et fraîches, distributeurs de snacks et fontaines à eau. Ce parc, réparti sur une centaine de lieux (bureaux, dépôts, stations, etc.), est uniquement destiné aux 7000 collaborateurs de la STIB.

Pour définir les critères environnementaux, une étude approfondie du marché a été réalisée par la cellule environnement afin de cadrer avec la réalité du terrain. Plusieurs recherches bibliographiques ont ainsi permis de constater que le marché était prêt à répondre à des exigences en termes de performances énergétiques, d'introduction de produits biologiques/du commerce équitable ou encore de gestion des déchets.

EXIGENCES ENVIRONNEMENTALES ET CAHIER DES CHARGES

En intégrant des critères environnementaux pour cette concession de services, la STIB entend :

- réduire l'impact de ses activités sur l'environnement ;
- se préoccuper du bien-être et de la santé de ses collaborateurs ;
- sensibiliser son personnel au commerce équitable.





Au niveau des clauses techniques, le cahier des charges imposait :

- des critères en matière d'énergie.
 - Des fontaines sans lampes d'éclairage.
 - Des distributeurs équipés de lampes basse consommation, faciles à enlever ou pouvant être éteintes.
 - Des distributeurs possédant une fonction « veille » permettant de réduire la consommation en dehors des moments d'utilisation. Dans son offre, le concessionnaire devait préciser la consommation énergétique des distributeurs en « veille ».
 - Des machines capables de fonctionner dans un des trois modes faible d'alimentation : état d'éclairage, mode de réfrigération et état de la marche. Par ailleurs, ces machines devaient être capables de retourner d'elles-mêmes vers leur mode de fonctionnement normal à l'issue d'une période d'inactivité.
 - L'obligation pour le concessionnaire de préciser, dans l'offre, la consommation énergétique en fonctionnement des fontaines à eau et des distributeurs de boissons fraîches et chaudes :
 - o soit en apportant la preuve de la labellisation Energy Star (ou équivalent) ;
 - o soit en indiquant la classe énergétique ;
 - o soit en fournissant la consommation d'énergie de la machine selon un protocole de mesure énergétique (procédure standardisée européenne).
- des critères en matière de réduction des gaz à effet de serre.

Le concessionnaire devait renseigner le gaz de refroidissement utilisé. L'objectif était de privilégier des gaz moins polluants comme le propane et l'isobutane.
- des critères en matière de déchets.
 - Des fontaines à eau reliées au réseau de distribution et accessibles gratuitement.
 - Des distributeurs de boissons chaudes équipés d'un détecteur de présence de récipient, afin de permettre aux collaborateurs d'utiliser leur propre tasse s'il le souhaitent.
 - La possibilité d'avoir du café en plus grand conditionnement (ex : pour les salles de réunion).
 - Des distributeurs de boissons fraîches ne proposant pas de gobelets.
 - L'obligation pour le concessionnaire de fournir, avec l'offre, un plan de gestion des déchets comprenant au minimum :
 - o la reprise des déchets produits lors de l'exécution du marché ;
 - o leur tri en vue de les recycler.
 - L'objectif recherché était de sensibiliser le concessionnaire à réduction de la quantité de déchets produite.
 - Le concessionnaire était également invité à proposer des gobelets plus écologiques.
- des critères en matière de denrées saines, biologiques et/ou du commerce équitable.
 - Des distributeurs de boissons chaudes proposant :
 - o du café, du thé et du chocolat issus du commerce équitable ;
 - o de la soupe ou du bouillon sans exhausteurs de goût ni colorants de synthèse.
 - Des distributeurs de boissons fraîches et de snack, dont l'assortiment devait être composé de minimum 30% de produits répondant à certains critères : produits issus de l'agriculture biologique ou du commerce équitable, boissons à base de véritable jus de fruits, etc.



Au niveau des critères d'attribution

Les offres ont été appréciées en fonction du rapport qualité/prix des services et assortiments offerts. Cette analyse a été effectuée par un comité suivant une matrice d'évaluation.

Pour l'évaluation des offres, les éléments suivants ont été pris en compte :

- l'efficacité énergétique des machines ;
- la nature du gaz réfrigérant ;
- la politique d'extension de la gamme de produits durables.

ANALYSE DES OFFRES ET ATTRIBUTION

Dans l'une des trois offres remises, l'efficacité énergétique communiquée ne correspondait pas aux machines proposées dans le cadre de la concession. La vérification de la concordance entre l'offre et les données environnementales exigées est donc primordiale !

Pendant la procédure de négociation, les machines proposées par les soumissionnaires ont été testées. Cette dégustation de la gamme complète était l'occasion, pour les collaborateurs de la STIB, de donner leur avis sur les nouveaux assortiments.

Pour l'analyse des offres, une matrice d'évaluation a été utilisée. Elle a permis d'attribuer le marché au soumissionnaire qui proposait les machines les plus performantes du point de vue énergétique et assurait le recyclage des gobelets.

Par contre, aucun des trois soumissionnaires n'était en mesure de proposer des machines dont le gaz réfrigérant est moins dommageable pour l'environnement. Il semblerait que cette offre ne soit pas disponible sur le marché.

UN SUIVI REGULIER DE L'EXECUTION DU MARCHE

Dans le cadre d'un marché de concession, c'est le concessionnaire qui assume le risque financier de l'exploitation. Dès lors, si certains produits ne sont pas rentables, c'est sa marge bénéficiaire qui s'en voit affectée. La difficulté réside donc dans un bon équilibre entre les exigences du marché et les réalités du terrain.

Une évaluation est organisée mensuellement avec le concessionnaire. Ces rencontres sont l'occasion d'obtenir des données sur la qualité du tri ou encore un suivi des ventes. Actuellement, l'analyse des ventes révèle que les produits plus sains ou issus du commerce équitable se vendent moins bien, surtout sur certains sites. Étant donné qu'une centaine de sites sont équipés en distributeurs et fontaines, les profils des collaborateurs qui les utilisent sont forts différents : envies, besoins, horaires, degré de sensibilisation à l'environnement ou à la santé... Le prix est également un facteur influençant les ventes. Les produits issus du commerce équitable, par exemple, sont 30% plus chers que les snacks habituels. Conséquence malheureuse : comme ils se vendent moins bien, la STIB a moins de leviers pour faire baisser ces prix auprès du concessionnaire...

De plus, pour les distributeurs de boissons fraîches, il n'est pas toujours possible de proposer d'autres conditionnements que les cannettes classiques.

L'objectif visé par le marché d'atteindre au minimum 30% de produits issus de l'agriculture biologique ou du commerce équitable, de boissons à base de véritable jus de fruits, etc. est un donc un véritable défi !

L'évaluation mensuelle avec le concessionnaire est également l'occasion, pour la STIB, de rappeler les conditions du marché.

Un audit sur la qualité du tri, au siège social, révèle que celui-ci fonctionne relativement bien. Il n'en reste pas moins que certains comportements posent problème au concessionnaire. Gobelets en plastique remplis de serviettes ou de trognons de pommes, cannettes non vidées de leur contenu, etc. sont autant de problèmes qui compliquent le tri.



SENSIBILISATION DES COLLABORATEURS

À leur engagement, les collaborateurs de la STIB reçoivent chacun une tasse en porcelaine. L'objectif est qu'ils s'en servent pour consommer leur boisson chaude et ainsi éviter la production de déchets. Or, environ 856 000 gobelets sont encore utilisés annuellement (soit 4 280 kg de déchets) ! Il y a donc un réel travail de sensibilisation à mener pour réduire cette consommation mais également pour améliorer la qualité du tri.



PERSPECTIVES

La politique d'achats de la STIB est actuellement en cours de révision. Elle est amenée à évoluer vers une vision plus globale des achats durables : intégration de critères sociaux, analyse des besoins, prise en compte du coût global, suivi du respect des conditions environnementales, etc.

Par ailleurs, le suivi mensuel de ce marché permet de consigner toutes les difficultés rencontrées mais également toutes les plus-values de celui-ci. Ces données serviront au moment de la relance du marché pour corriger le tir ou aller plus loin dans certaines exigences environnementales.

Enfin, il apparaît important de poursuivre la sensibilisation des utilisateurs. En effet, un marché durable va de pair avec une autre vision de la consommation et un changement de comportement.

Type de marché : marché de services

Mode de passation du marché : procédure négociée avec publicité

Durée du marché : 5 ans

Personne de contact : Isabelle Lechat, Environnemental Officer, Cellule Environnement et Pascal de Wolf, Procurement and logistics

