



Fiche méthodologique

Connaître son besoin

SOMMAIRE

1. Recueillez les informations auprès de l'ensemble des acteurs
2. Effectuez un état des lieux
3. Analysez le contexte

Définir son besoin constitue une obligation à laquelle vous devez vous soumettre en tant qu'acheteur public aux fins de :

- 1. déterminer précisément l'objet de votre marché**
(par exemple le niveau de qualité recherché des produits) ;
- 2. déterminer le choix de la forme juridique et du type de procédure ;**
- 3. assurer la cohérence du marché avec vos enjeux en matière de performance achat.**

Ce besoin correspond à la description des attentes des utilisateurs finaux : consommateur final et acteurs exerçant différentes fonctions au sein des structures de restauration. Il constitue une « matière brute » qui sera ensuite « travaillée » afin que les professionnels consultés puissent apporter la réponse la plus adaptée aux objectifs de l'achat.

Référence : article 30 de l'ordonnance n° 2015-899 du 23 juillet 2015 relative aux marchés publics.



1. Recueillez les informations auprès de l'ensemble des acteurs

Vous devez définir si le besoin est déjà identifié ou nouveau, s'il est récurrent ou ponctuel.

La phase de définition du besoin passe nécessairement par un bilan de l'existant. Pour cela, il est important que vous collectiez le maximum d'informations concernant les achats, les consommations, les stocks, les pratiques, le restaurant, le personnel de restauration et la composition des repas et des menus.

Afin d'appréhender au mieux le contexte, c'est à dire les objectifs, les contraintes fonctionnelles et organisationnelles propres à chacun des acteurs, vous devez coordonner le recueil d'informations auprès notamment :

- du gestionnaire du site de restauration ;
- de l'équipe de restauration ;
- des prescripteurs ;
- des convives.

2. Effectuez un état des lieux

L'état des lieux a pour but de faciliter la définition du « juste besoin ». En particulier il s'agira de quantifier le gaspillage alimentaire (réel ou estimé) et d'estimer le volume et la nature du besoin à satisfaire.

Vous réaliserez :

- une analyse des données financières de la/des denrées alimentaires à approvisionner suivant une nomenclature de familles d'achats ou de produits homogènes ;
- une présentation analytique des achats, des stocks et des consommations.

L'état des lieux portera sur des critères différents selon la nature connue ou nouvelle du besoin.

Sur la méthodologie de calcul de la valeur estimée du besoin, voir l'article 21 du décret n°2016-360 du 25 mars 2016 relatif aux marchés publics.

➤ État des lieux dans le cas d'un besoin existant

L'état des lieux porte sur le volume moyen annuel en tonnage et les dépenses associées pour chaque type de produits achetés dans le cadre de votre marché actuel :

- produit classé suivant une nomenclature de familles homogènes (viande bovine, viande ovine, viande porcine, volaille, produits lactés, fromage, fruits, légumes...);

- catégorie de denrées pour chaque famille de produit analysée (exemple pour les fruits et légumes : 1^{re} gamme, 2^e gamme, 3^e gamme, 4^e gamme, 5^e gamme) ;
- spécifications du produit, notamment s'agissant des caractéristiques environnementales (notamment produits biologiques, HVE...);
- produits sous signes ou démarches valorisant la qualité (label rouge, bio, AOP, IGP, ...);
- le cas échéant, saisonnalité du produit (pour les fruits et légumes).

Le bilan du marché portera également sur :

- la forme juridique ;
- la durée ;
- les conditions de livraison ;
- les conditions de transport ;
- le conditionnement des produits ;
- les obligations et exigences inscrites dans les pièces du marché notamment en matière de performance environnementale des approvisionnements.

➤ État des lieux dans le cas d'un besoin nouveau

Votre objectif est de quantifier les futures consommations au regard :

- de la période d'ouverture du restaurant ;

- du nombre de couverts ;
- du type de produits (denrées brutes ou produits transformés selon les contraintes du site) ;
- des effectifs au sein du restaurant (cuisinier, commis, plongeur...) ;
- des matériels à disposition.

↳ Structure d'analyse des coûts

La structure de coût (ou coût complet) d'un repas servi en restauration collective permet d'identifier les postes de coût et la part que représentent les produits consommés.

- L'identification de la structure de coût passe par :
- le calcul du coût complet (méthode de calcul du coût complet) :
 - les denrées alimentaires ;
 - la masse salariale ;
 - les investissements (bâtiment, équipement) ;
 - le fonctionnement (entretien, maintenance, fluides, consommables).

L'analyse des coûts (directs et indirects) vous permettra d'agir sur différents leviers pour mieux les maîtriser et déterminer un budget « denrées alimentaires maximal » pour chaque repas.

3. Analysez le contexte

↳ Contexte lié à la situation du restaurant

L'analyse du contexte vous permettra d'identifier les contraintes liées à :

- la localisation et l'accessibilité du site ;
- la configuration des locaux et ses particularités (légalité, espaces de travail, espaces de stockage...) ;
- les matériels et équipements disponibles notamment en matière de stockage et de cuisson (chambre froide, cellule de refroidissement, four basse température...), leur capacité et leur vétusté...

↳ Contexte lié au personnel de restauration

Vous analyserez les caractéristiques de l'équipe de restauration, en particulier :

- effectifs ;
- formation et qualification ;
- compétences ;
- attentes et motivations.

Ceci vous permettra de déterminer si vous pouvez vous orienter vers un achat de produits bruts qui nécessitent plus de travail de préparation et donc des

effectifs plus importants, des compétences et des motivations solides ou bien vers des produits davantage transformés.

↳ Contexte lié aux usagers

Vous recueillerez les besoins des convives selon :

- la collectivité à laquelle ils appartiennent (crèches, établissements scolaires ou universitaires, restaurants administratifs, établissements pénitentiaires, établissements d'hébergement pour personnes âgées dépendantes...) ;
- leur type et leur âge (enfants, adolescents, adultes sédentaires, actifs...).

Un questionnaire de satisfaction peut être utilement exploité pour recueillir des besoins nouveaux ou améliorer la satisfaction d'un besoin déjà couvert.

La détermination du besoin et la contextualisation sont un préalable à la rédaction du cahier des charges. Une fois les besoins identifiés, vous pourrez les confronter à l'offre du secteur afin d'optimiser la rédaction de votre cahier des charges.

Voir la **fiche méthodologique** « *Connaître l'offre* ».
