

Conseil d'administration du 30 janvier 2014

Guide de l'achat public

SOMMAIRE

PREAMBULE.....	3
Règles applicables aux achats de l'université.....	3
Principes de la commande publique.....	3
1ERE PARTIE : LA POLITIQUE D'ACHAT DE L'ETABLISSEMENT	4
1.1 - Contexte national	4
1.2 - La politique d'achat de l'Université de Bordeaux.....	5
2EME PARTIE : L'ORGANISATION DES ACHATS	6
2.1 - La Direction des achats.....	6
2.2 - Les structures de l'université	7
2.3 - Les outils de l'achat	7
3EME PARTIE : LE CADRE JURIDIQUE DES ACHATS	8
3.1 - La définition préalable du besoin	8
3.2 - Les seuils de passation des marchés	8
3.3 - Achats inférieurs à 15 000 € HT	9
3.4 - Procédures adaptées - Procédures formalisées	9
3.5 - Quelques règles déontologiques.	13
3.6 - Les risques associés	14

PREAMBULE

L'Université de Bordeaux est un établissement public, qualifié de pouvoir adjudicateur. Ce terme est employé dans les textes régissant la commande publique pour désigner l'acheteur.

A ce titre, en tant que pouvoir adjudicateur, ses procédures d'achats sont régies par des textes juridiques, issus du droit communautaire.

Règles applicables aux achats de l'université

Les achats de l'université sont réalisés en application de deux régimes juridiques :

- ✓ le décret n°2006-975 du 1er août 2006 portant code des marchés publics pour les marchés généraux et transversaux et les achats ponctuels pour la formation et pour le fonctionnement courant des services de l'université,
- ✓ l'ordonnance n°2005-649 du 6 juin 2005 et ses textes d'application fixant les règles applicables aux marchés passés par les pouvoirs adjudicateurs mentionnés à l'article 3 de l'ordonnance n°2005-649 pour les achats dans le domaine de la recherche.

Principes de la commande publique

Les principes à respecter pour tout achat sont énumérés à l'article 1 du code des marchés publics et à l'article 6 de l'ordonnance de 2005, à savoir :

- ✓ liberté d'accès à la commande publique

Il s'agit notamment d'assurer une publicité suffisante pour permettre à tout fournisseur intéressé de pouvoir se porter candidat ou de ne pas orienter le cahier des charges vers un fournisseur donné.

- ✓ égalité de traitement entre les candidats

Il s'agit notamment de donner des informations strictement identiques à tous les candidats, dans le dossier de consultation et pendant la phase de négociation, ou de juger les candidats d'une manière équivalente.

- ✓ transparence des procédures

Il s'agit de pouvoir justifier, à tout moment et à toute personne qui en fait la demande (candidat évincé, organisme financeur...), du déroulement de la procédure de mise en concurrence conforme aux règles édictées par le code des marchés publics ou de l'ordonnance (par exemple, justifier le choix d'un fournisseur au vu d'un rapport d'analyse des offres sur la base de critères de jugement des offres annoncés).

Ces principes permettent d'assurer l'efficacité de la commande publique et la bonne utilisation des deniers publics.

1ERE PARTIE : LA POLITIQUE D'ACHAT DE L'ETABLISSEMENT

La politique achat de l'université est posée par des grandes lignes directrices définies au niveau national.

1.1 - Contexte national

Tout d'abord la **circulaire du ministère du Budget du 10 février 2012** préconise l'utilisation de certains leviers pour accélérer la professionnalisation des achats. Elle fixe notamment comme objectif d'atteindre une économie de 10 % sur l'ensemble des achats d'ici à fin 2014 et de promouvoir le développement durable à hauteur de 10 % des marchés avec clause environnementale et 5 % avec clause sociale.

S'en suit, le **décret n°20123-623 du 16 juillet 2013** qui accroît le rôle joué par le Service des Achats de l'Etat (SAE) dans la définition et la mise en œuvre des politiques d'achat des établissements publics de l'Etat.

Ce service, rattaché au ministre de l'Économie et des Finances, a été créé en 2009, dans un souci de modernisation de la politique d'achat de l'État.

Il assure à cet égard 4 fonctions principales :

- ✓ la définition des stratégies d'achat sur les segments d'achats courants, mené par le ministère ou par lui ;
- ✓ l'animation interministérielle et inter-opérateurs de la fonction achat (pilotage de groupes d'études, diffusion des bonnes pratiques...) et la mise en place des outils, des modes de travail communs et des actions visant à professionnaliser la filière achat. Concernant les universités, il pilote avec la collaboration de l'agence de mutualisation des universités et établissements d'enseignement supérieur et de recherche (AMUE), le projet « *Aïda Universités* » afin d'accompagner celles-ci dans la modernisation et l'organisation de leur fonction achats ;
- ✓ l'évaluation de la performance des actions prévues et réalisées ;
- ✓ le pilotage de la définition de la politique de formation pour les acteurs de la fonction achat (développement de filière, actions de formation continue) et veille à la diffusion de bonnes pratiques.

L'action de l'Université de Bordeaux en matière d'achats s'inspire des travaux et des bonnes pratiques développés au niveau national. La Direction des Achats de l'université se charge de les adapter aux besoins de l'établissement.

1.2 - La politique d'achat de l'Université de Bordeaux

La politique d'achat de l'Université de Bordeaux se décline autour des objectifs suivants :

- **assurer la sécurité juridique des achats** : Il s'agit notamment de mener des procédures de mise en concurrence et d'exécution des marchés garantissant l'établissement contre les risques financier, juridique et pénal ; mais également d'augmenter le taux de couverture des dépenses par des marchés,
- **assurer la performance économique des achats** pour réduire les coûts supportés par l'université : cela se traduit par l'évaluation du juste besoin, la prise en compte du coût complet, l'achat au meilleur prix par une saine concurrence des fournisseurs, la négociation de prestations supplémentaires (consommables, maintenance...),
- **développer les achats durables** avec un objectif de 5% des marchés comportant des clauses sociales et de 10 % des marchés comportant des clauses environnementales,
- **faciliter l'accès des PME aux marchés publics**, pour permettre aux entreprises de plus petite taille de faire face à la crise.

Différents leviers seront déployés pour poursuivre ces objectifs à savoir :

- les leviers organisationnels : planifier et programmer des besoins d'achat, la mutualisation et regrouper les besoins (marchés transversaux, groupements de commande, UGAP...),
- les leviers liés à une meilleure définition du besoin : rationaliser et standardiser les besoins et leurs modalités de traitement, procéder à l'analyse et à l'expression fonctionnelles du juste besoin, choisir des modalités judicieuses pour allouer, organiser et structurer la commande, prospecter et recueillir les données utiles sur le marché fournisseur,
- les leviers économiques : penser au coût global pour l'évaluation des offres (achat / maintenance / consommables / coût des fluides ...), négocier avec les fournisseurs à chaque fois que la réglementation nous le permet.

La politique d'achat de l'université se traduira par un **plan d'actions annuel** détaillé par segment d'achat, soumis à l'approbation du conseil d'administration.

Dans ce cadre, il sera présenté le bilan des actions menées l'année précédente et les actions à mener sur l'année à venir. Ce plan reprendra les volets suivants :

- Gains d'achat à venir,
- Actions en faveur de l'achat responsable,
- Actions en faveur des PME,
- Actions visant à professionnaliser les achats,
- Actions pour améliorer la sécurité juridique (taux de couverture marchés).

Cette politique s'appuiera sur une démarche partagée entre la Direction des achats et les structures « acheteuses ».

Un système innovant et vertueux est proposé dans le cadre des économies réalisées par les structures, à savoir, que :

- 50 % des économies réalisées seront maintenues la première année, dans les budgets des services acheteurs,
- 45 % des économies seront redéployées sur les projets stratégiques de l'établissement et enfin,
- 5 % des gains permettront d'étendre le plan d'actions annuel de la politique d'achat.

2EME PARTIE : L'ORGANISATION DES ACHATS

2.1 - La Direction des achats

La Direction des achats est chargée de piloter les achats réalisés sur des crédits inscrits au budget de l'université.

Elle est rattachée au pôle Finances et achats.

Ses objectifs sont :

- promouvoir l'efficacité de l'achat : par la mise en place d'une politique achat, de leviers de performance, d'outils d'évaluation et de mesure de cette performance,
- assurer la sécurité juridique de l'achat : pour prévenir le risque contentieux et améliorer la définition du besoin et les étapes de l'exécution des marchés ;
- développer la professionnalisation des acteurs de la chaîne de l'achat : pour uniformiser les pratiques de tous les acteurs de l'achat, pour l'efficacité des procédures (délai) et pour limiter les risques juridiques.
- mettre en œuvre une organisation au service de l'utilisateur : pour accompagner le prescripteur au plus près de son activité et pour communiquer sur le rôle de la Direction des achats.

Elle est organisée autour de deux services :

- un **service de l'achat**, qui pilote et met en œuvre la politique achat de l'établissement.

A ce titre, il réalise la cartographie des achats de l'établissement, définit des leviers de performance de l'achat, met en place des indicateurs de performance de l'achat, notamment assurer une comptabilité des gains produits.

Il assure un retour d'expérience sur les marchés en cours, réalise des études et des benchmark, recueille les bonnes pratiques, participe à la rédaction de procédures internes d'achat et améliore les processus internes pour réduire les coûts.

Il prospecte et pilote les fournisseurs, et propose des solutions de standardisation et de globalisation des achats.

- un **service des marchés publics**, qui pilote les marchés publics, en collaboration avec les prescripteurs. 3 bureaux sont créés pour répondre au plus près aux besoins des clients internes :

- le bureau fournitures et services, compétent pour tous les achats généraux et pédagogiques de fournitures et services (hors recherche et hors immobilier).
- le bureau travaux, compétent pour tous les marchés relevant des opérations immobilières (travaux, fournitures et services) ;
- le bureau recherche, compétent pour tous les achats de fournitures et services contribuant à la mise en œuvre de protocoles de recherche, d'essais, d'expérimentations, d'études et de développements, réalisés par les structures de recherche de l'université.

2.2 - Les structures de l'université

La Direction des achats est au service des clients internes, qu'elle accompagne dans leur démarche d'achat :

- les axes du plan d'action et leurs concrétisations (leviers) sont élaborés avec les structures prescriptrices,
- les procédures d'achats sont copilotées à la fois par la Direction des achats mais également par le ou les services utilisateurs qui apportent leur expertise technique et leurs connaissances indispensables à la bonne mise en œuvre de la procédure d'achat et de l'exécution du marché. Cette collaboration s'effectue dans le cadre d'une stratégie d'achat partagée.

La direction s'appuie sur un réseau de référents marchés présents dans les laboratoires de recherche et les entités impliquées dans la passation ou l'exécution des marchés. Les référents, préalablement formés aux règles et modalités de l'achat public à l'université, conseillent sur les procédures d'achats réalisés au niveau de leur entité et sur l'exécution des marchés. Ils sont les interlocuteurs privilégiés de la Direction des achats.

A l'attention des entités, la direction des achats anime un espace sur l'extranet des personnels dédié aux achats de l'université. Ce site rassemble toutes informations utiles : les marchés en cours, les procédures internes applicables (y compris les modèles de documents), ainsi qu'une base documentaire complète sur les marchés publics.

2.3 - Les outils de l'achat

La Direction des achats utilise :

- les plates-formes PUMA (CNRS) et PLACE (Plate-forme des achats de l'Etat) pour assurer la publicité, la mise à disposition des cahiers des charges et la dématérialisation des procédures,
- l'outil JEFYCO (cocktail – outil de gestion financière) lui permettant d'avoir connaissance des dépenses par famille d'achat (NACRES), et de vérifier le respect des seuils et s'assurer du respect de l'utilisation des marchés transversaux.

3EME PARTIE : LE CADRE JURIDIQUE DES ACHATS

3.1 - La définition préalable du besoin

Pour obtenir des offres satisfaisantes de la part des fournisseurs, il est indispensable que le prescripteur explique clairement dans les demandes de devis ou dans le cahier des charges les objectifs poursuivis par l'achat, le contexte, les performances à atteindre, les éléments obligatoires et optionnels.

Cette définition précise permet d'éviter la sur-qualité (coûteuse et inutile) ou la sous-qualité (nécessitant une commande supplémentaire).

3.2 - Les seuils de passation des marchés

Le niveau d'évaluation des besoins est l'Université de Bordeaux.

Pour évaluer le caractère homogène des fournitures ou services, l'Université de Bordeaux utilise, depuis le 1^{er} janvier 2014, la nomenclature NACRES (Nomenclature des Achats Commune Recherche et Enseignement Supérieur), référentiel commun avec les partenaires de recherche (CNRS et INSERM).

Cette nomenclature résulte d'un groupe de travail national constitué d'universités et des EPST (INSERM, CNRS), qui a élaboré ce référentiel achat commun, durant les années 2012 / 2013. Plus précise et plus adaptée pour le volet recherche, elle permettra de bien caractériser les achats réalisés par l'université.

La détermination des seuils applicables procède ainsi :

- *Pour les fournitures et services :*

- 1^{er} cas : le besoin récurrent : il s'agit d'un besoin homogène, régulier ou habituel, non limité dans le temps. Le caractère homogène s'apprécie en référence au code NACRES utilisé. L'évaluation financière, servant à définir la procédure applicable, se fait en début d'année pour l'année à venir quelque soit le nombre de commandes nécessaires ou le nombre de fournisseurs auquel il est fait appel. L'unité d'évaluation est l'année. Il est cependant envisageable de passer un marché pour plusieurs années.
Exemple : prestation de maintenance, nettoyage, fournitures de bureau, consommables de laboratoires...
La vérification du volume de dépenses par codes nomenclature incombe à la Direction des achats.
- 2nd cas : le besoin ponctuel (unité fonctionnelle) : il s'agit soit d'un besoin ponctuel, soit d'un ensemble d'achats concourant à une même finalité et sur une période de temps donnée. L'évaluation du besoin, définissant la procédure applicable, se fait en additionnant l'ensemble des commandes nécessaires à la satisfaction du besoin.
Exemples : acquisition d'un équipement (fourniture de l'équipement, transport, installation

d'une climatisation pour le fonctionnement de celui-ci...)

Pour les travaux : il s'agit de cumuler l'ensemble des dépenses de travaux :

- soit sur un OUVRAGE (réhabilitation ou construction neuve) : un bâtiment, une rue, un secteur géographique (par exemple, le Haut-carré, l'IUT de Périgueux, l'ISVV...).
- soit à une OPERATION de travaux : ensemble des travaux concourant à un même objectif, réalisé sur une même période, sur un même lieu, et financé sur un budget unique (par exemple, travaux de mise aux normes du système de détection incendie dans plusieurs bâtiments).

3.3 - Achats inférieurs à 15 000 €HT

Pour les achats inférieurs à 15 000 €HT, aucun formalisme n'est exigé. Le marché peut être passé sans publicité, ni mise en concurrence.

Néanmoins, l'entité acheteuse veille à choisir une offre répondant de manière pertinente au besoin, à faire une bonne utilisation des deniers publics et à ne pas contracter systématiquement avec un même prestataire lorsqu'il existe une pluralité d'offres potentielles, susceptibles de répondre au besoin.

Il est bien évidemment toujours possible de choisir de mettre en concurrence en demandant par exemple des devis ou en consultant plusieurs sites internet ou catalogues fournisseurs, ou en faisant appel à la Direction des achats pour rédiger un cahier des charges (notamment utile en cas d'achat complexe). Dans tous les cas (avec ou sans mise en concurrence), la négociation est autorisée.

3.4 - Procédures adaptées - Procédures formalisées

Le code des marchés publics et l'ordonnance du 6 juin 2005 déterminent la procédure de passation à utiliser en fonction de l'estimation du montant du marché.

Pour les *marchés de fournitures et services*, le seuil est fixé à **134 000 €HT**. Pour les *marchés de travaux* le seuil est fixé à **5 186 000 €HT**.

En deçà de ces seuils, la procédure est dite « *adaptée* », c'est à dire librement fixée par le Conseil d'Administration de l'établissement. Les règles applicables dans ce cadre sont précisées dans les tableaux ci-après.

Le rôle et les responsabilités entre les entités acheteuses et la Direction des achats sont définis dans les tableaux ci-après.

Bien entendu, l'entité acheteuse pourra toujours solliciter la Direction des achats pour l'assister dans la gestion de son achat, à tout moment (en amont, pendant et en fin de procédure) et ce, quel que soit son montant ou sa nature.

Au delà de ces seuils, la procédure est dite *formalisée* c'est à dire fixée par les textes de référence susvisés. Toutes les procédures formalisées (appel d'offres, marché négocié, concours, dialogue compétitif, conception réalisation) sont copilotées par l'entité acheteuse et le service des marchés publics de la Direction des achats.

Achats fournitures et services

Montant du marché €ht	Définition du besoin / Cahier des charges	Publicité	Délais et calendrier	Négociation	Justification du choix du fournisseur	Notification	Mise en œuvre / suivi du marché	Conservation des pièces
De 1 à 15 000 € HT	L'acheteur est responsable de l'achat. Il définit son besoin et veille à la bonne utilisation des deniers publics.	L'acheteur peut passer un marché sans publicité et sans mise en concurrence		Autorisée			L'acheteur émet un bon de commande sur l'outil carambole à l'attention du fournisseur retenu et pilote l'exécution du marché	L'acheteur conserve les PJ (devis reçus, bon de commande, références catalogues ...)
		L'acheteur peut mettre en concurrence : - demande de plusieurs devis - consultation de plusieurs sites internet de fournisseurs, - consultation de plusieurs catalogues	Le délai de remise de devis / offre doit être raisonnable et adapté au montant de l'achat	Autorisée				
De 15 000 à 49 999 € HT	Un acte d'engagement et un règlement de la consultation sont rédigés par l'acheteur, et sont envoyés à la DA, qui les relit	La DA procède à une publicité adaptée (presse et plateforme). Les documents sont retirés par les fournisseurs auprès de la DA (PLACE ou mail).	Réception des offres : 15 jours minimum Les offres sont reçues par l'acheteur	Oui, si elle est prévue dans le règlement 1 ^{ère} analyse et phase(s) de négociation	Rédaction d'un rapport d'analyse par l'acheteur (analyse des offres et traçabilité de la négociation)	L'acheteur envoie toutes les pièces originales (offres, rapport) à la DA pour notification du marché	La DA saisit le marché dans JEFYCO et renvoie une copie du marché à l'acheteur et au service facturier	La DA a la responsabilité de l'archivage des documents
De 50 000 à 134 000 €HT	Procédure co-pilotée. L'acheteur définit son besoin avec l'aide de la DA et rédige les pièces techniques et financières. La DA rédige les pièces administratives et pilote la procédure.	La DA procède à une publicité adaptée (BOAMP ou JOUE et PLACE). Les documents sont retirés par les fournisseurs auprès de la DA (PLACE ou mail).	Réception des offres : 15 jours minimum Les offres sont reçues par la DA	Oui, si elle est prévue dans le règlement et en présence de la DA 1 ^{ère} analyse et phase(s) de négociation	Rédaction d'un rapport d'analyse par l'acheteur (analyse des offres et traçabilité de la négociation)	La DA notifie le marché	La DA saisit le marché dans JEFYCO et renvoie une copie du marché à l'acheteur et au service facturier	La DA a la responsabilité de l'archivage des documents
> 134 000 €HT	La procédure est dite formalisée (cf. procédures prévues par le Code des Marchés publics) et est copilotée par la Direction des achats							

Tous les modèles de documents : cahier des charges et rapport d'analyse sont disponibles sur l'extranet des personnels / intranet / rubrique comment passer un marché. Conformément aux dispositions du code des marchés publics, le recours à la procédure d'appel d'offres est possible en deçà du seuil de 134 000 €HT

Achats Travaux

Montant opération / ouvrage en €ht	Définition du besoin / Cahier des charges	Publicité	Délais et calendrier	Négociation	Justification du choix du fournisseur	Notification	Mise en œuvre / suivi du marché	Conservation des pièces
De 1 à 15 000 € ht	L'acheteur est responsable de l'achat. Il définit son besoin et veille à la bonne utilisation des deniers publics.	L'acheteur peut passer un marché sans publicité et sans mise en concurrence		Autorisée			L'acheteur émet un bon de commande sur l'outil carambole à l'attention du fournisseur retenu et pilote l'exécution du marché	L'acheteur conserve les PJ (devis reçus, bon de commande, références catalogues ...)
		L'acheteur peut mettre en concurrence : - demande de plusieurs devis - consultation de plusieurs sites internet de fournisseurs, - consultation de plusieurs catalogues	Le délai de remise de devis / offre doit être raisonnable et adapté au montant de l'achat	Autorisée				
De 15 000 à 49 999 € HT	Un acte d'engagement et un règlement de la consultation sont rédigés par l'acheteur, et sont envoyés à la DA, qui les relit	La DA procède à une publicité adaptée (BOAMP ou JOUE et/ou PLACE). Les documents sont retirés par les fournisseurs auprès de la DA (PLACE ou mail).	Réception des offres : 15 jours minimum Les offres sont reçues par l'acheteur	Oui, si elle est prévue dans le règlement 1 ^{ère} analyse et phase(s) de négociation	Rédaction d'un rapport d'analyse par l'acheteur (analyse des offres et traçabilité de la négociation)	L'acheteur envoie toutes les pièces originales (offres, rapport) à la DA pour notification du marché	La DA saisit le marché dans JEFYCO et renvoie une copie du marché à l'acheteur et au service facturier	La DA a la responsabilité de l'archivage des documents
De 50 000 € à 5 186 000 € HT	Procédure co-pilotée. L'acheteur définit son besoin avec l'aide de la DA et rédige les pièces techniques et financières. La DA rédige les pièces administratives et pilote la procédure.	La DA procède à une publicité adaptée (BOAMP ou JOUE et PLACE). Les documents sont retirés par les fournisseurs auprès de la DA (PLACE ou mail).	Réception des offres : 15 jours minimum Les offres sont reçues par la DA	Oui, si elle est prévue dans le règlement et en présence de la DA 1 ^{ère} analyse et phase(s) de négociation	Rédaction d'un rapport d'analyse par l'acheteur (analyse des offres et traçabilité de la négociation)	La DA notifie le marché	La DA saisit le marché dans JEFYCO et renvoie une copie du marché à l'acheteur et au service facturier	La DA a la responsabilité de l'archivage des documents
> 5 186 000 € HT	La procédure est dite formalisée (cf. procédures prévues par le Code des Marchés publics) et est copilotée par la Direction des achats							

Tous les modèles de documents : cahier des charges et rapport d'analyse sont disponibles sur l'extranet des personnels / intranet / rubrique comment passer un marché. Conformément aux dispositions du code des marchés publics, le recours à la procédure d'appel d'offres est possible en deçà du seuil de 5 186 000 € HT

Achats recherche

Montant du marché €ht	Définition du besoin / Cahier des charges	Publicité	Délais et calendrier	Négociation	Justification du choix du fournisseur	Notification	Mise en œuvre / suivi du marché	Conservation des pièces
De 1 à 15 000 €ht	L'acheteur est responsable de l'achat. Il définit son besoin et veille à la bonne utilisation des deniers publics.	L'acheteur peut passer un marché sans publicité et sans mise en concurrence		Autorisée			L'acheteur émet un bon de commande sur l'outil carambole à l'attention du fournisseur retenu et pilote l'exécution du marché	L'acheteur conserve les PJ (devis reçus, bon de commande, références catalogues ...)
		L'acheteur peut mettre en concurrence : - demande de plusieurs devis - consultation de plusieurs sites internet de fournisseurs, - consultation de plusieurs catalogues	Le délai de remise de devis / offre doit être raisonnable et adapté au montant de l'achat	Autorisée				
De 15 000 à 49 999 € HT	Un acte d'engagement et un règlement de la consultation sont rédigés par l'acheteur.	L'acheteur publie le marché sur l'outil de dématérialisation PUMA.	Réception des offres : 15 jours minimum Les offres sont reçues par l'acheteur par mail	Oui, si elle est prévue dans le règlement 1 ^{ère} analyse et phase(s) de négociation	Rédaction d'un rapport d'analyse par l'acheteur (analyse des offres et traçabilité de la négociation)	L'acheteur publie un avis d'attribution via PUMA (information candidats évincés). L'acheteur obtient l'acte d'engagement signé, le signe et notifie le marché	L'acheteur envoie une copie du marché à la DA pour saisie dans JEFYCO et au service facturier	L'acheteur conserve l'ensemble des pièces (offres reçues, rapport, marché)
De 50 000 à 134 000 €HT	Un acte d'engagement et un règlement de la consultation sont rédigés par l'acheteur. Ces documents sont validés par la DA.	La DA procède à une publicité adaptée (BOAMP ou JOUE et PUMA). Les documents sont téléchargés par les fournisseurs via PUMA	Réception des offres : 15 jours minimum Les offres sont reçues par la DA	Oui, si elle est prévue dans le règlement et en présence de la DA 1 ^{ère} analyse et phase(s) de négociation	Rédaction d'un rapport d'analyse par l'acheteur (analyse des offres et traçabilité de la négociation)	La DA notifie le marché	La DA saisit le marché dans JEFYCO et renvoie une copie du marché à l'acheteur et au service facturier	La DA a la responsabilité de l'archivage des documents
> 134 000 €HT	La procédure est dite formalisée (cf. procédures prévues par l'ordonnance) et est copilotée par la Direction des achats							

3.5 - Quelques règles déontologiques.

Le maniement d'argent public exige probité et déontologie.

En phase de consultation :

- Avant le lancement du marché : il est indispensable avant tout lancement d'un marché de bien connaître le secteur marchand et les produits proposés pour répondre au besoin. Par conséquent, il est indispensable en amont de tout achat de contacter plusieurs fournisseurs agissant sur le secteur marchand.
- Une fois le marché lancé et pendant toute la phase de consultation, toutes les relations avec les fournisseurs (solicitation, demande de rendez-vous ...) sont strictement interdites. Les candidats doivent uniquement contacter la Direction des achats pour poser leurs questions, qui est en charge d'assurer la transparence et l'égalité de traitement des candidats.
- Une fois le marché passé, la divulgation des informations relatives à l'offre technique et financière retenue est strictement encadrée car elle peut être protégée par le secret industriel et commercial. En cas de demande d'un candidat évincé, prenez contact auprès de la Direction des achats, qui se chargera de lui répondre.

En phase d'exécution du marché :

L'agent doit également veiller à défendre les intérêts de l'université lors de l'exécution du marché et respecter les termes du contrat passé. Il doit notamment assurer rigoureusement le respect de la qualité des prestations attendues par le titulaire, veiller au respect des délais (application des pénalités en cas de retard et au respect des clauses financières (paiement uniquement après service fait ou conformément au marché, aux prix prévus au marché sans supplément...)).

Comment éviter les conflits d'intérêts ?

Bien que n'étant pas interdite, la situation de conflits d'intérêts recèle de tels risques, notamment pénal pour l'agent, qu'il convient de l'éviter chaque fois que cela est possible.

" Un conflit d'intérêts implique un conflit entre la mission publique et les intérêts privés d'un agent public, dans lequel l'agent public possède à titre privé des intérêts qui pourraient influencer indûment la façon dont il s'acquitte de ses obligations et de ses responsabilités ".

L'intérêt personnel de l'agent public englobe tout avantage pour lui-même ou en faveur de sa famille, de parents, d'amis ou de personnes proches, ou de personnes ou organisations avec lesquelles il a ou a eu des relations d'affaires ou politiques. Il englobe également toute obligation financière ou civile à laquelle l'agent public est assujéti. (définitions issues du Conseil de l'Europe et OCDE)

Cette situation peut être prévenue en confiant la gestion du marché à un collègue ou à un groupe de travail, assurant la collégialité des choix et décisions.

3.6 - Les risques associés

3 types de risques peuvent être rencontrés lors de la passation ou l'exécution d'un marché public :

- **le risque juridique** : recours d'un concurrent évincé ou d'un candidat potentiel devant le tribunal administratif pour toute violation du code des marchés publics ou de l'ordonnance de 2005,
- **Le risque administratif et financier** :
 - à l'occasion d'un contrôle de la Cour des Comptes ;
 - à l'occasion d'une vérification des justifications de dépenses opérée par un partenaire financeur (perte ou réduction de subventions en cas d'impossibilité de justifier une dépense réalisée régulièrement (Feder, ANR, Région...))
- **Risque pénal** et plus particulièrement le délit d'octroi d'avantage injustifié (ou délit de favoritisme). Ce risque est personnel.

Quelques exemples : faire un cahier des charges sur mesure, communiquer des renseignements à un seul candidat, passer un marché négocié sans mise en concurrence alors que les conditions ne sont pas remplies, fractionner le besoin en plusieurs commandes pour être en dessous des seuils...

A large, stylized letter 'J' graphic in dark brown, positioned on the right side of the page. The 'J' has a thick outline and a white fill. The background features a large blue shape on the right side, resembling a stylized 'J' or a large bracket, which is partially overlaid by the dark brown 'J' graphic.

CONTACT

Direction des Achats
T. 05 40 00 60 39