

L'ACHAT AU CNRS

GUIDE À L'INTENTION DES DIRECTEURS D'UNITÉS



L'ACHAT AU CNRS

GUIDE À L'INTENTION
DES DIRECTEURS D'UNITÉS



Avant-propos

Les modifications du code des marchés publics¹ (CMP) intervenues en 2004 ont conduit à la mise à jour de la version 2004 du guide de l'achat au CNRS. Cette nouvelle version 2005 tient également compte des remarques faites par ses utilisateurs.

Au-delà du rappel des règles de base de l'achat public, ce guide est destiné à fournir à chaque directeur d'unité et aux personnels qui assurent à ses côtés la gestion administrative, les conseils et les repères nécessaires pour qu'il remplisse, dans les meilleures conditions d'efficacité et de sûreté, son rôle d'acheteur public et de personne responsable des marchés (PRM).

A cet égard doit être rappelée la décision du Directeur général du CNRS du 20 février 2004² qui désigne les directeurs d'unités en tant que PRM **pour les achats de fournitures et de services en dessous du seuil de 90 000 euros hors taxes**. Les achats de fournitures et de services d'un montant supérieur ou égal à 90 000 euros HT et les marchés de travaux, quels que soit leur montant, restent gérés par les délégués régionaux.

L'objectif de ce guide est d'aider les directeurs unités à assurer leur fonction de PRM dans le cadre des principes de la commande publique : liberté d'accès à la commande publique, égalité de traitement des candidats et transparence des procédures. L'application de ces principes se traduit par des dispositions nouvelles de publicité et de mise en concurrence qui sont ici détaillées.

Une **nouvelle rubrique** : "Bonnes pratiques d'achat" préconise une organisation et des méthodes d'achats visant à obtenir la meilleure efficacité économique possible, c'est-à-dire une meilleure adéquation entre le besoin et l'achat, ainsi que la réduction des coûts.

L'évaluation des besoins reste le pivot de la démarche d'achat. Ce guide apporte au directeur d'unité quelques recommandations lui permettant de caractériser ses besoins et d'en évaluer le montant ce qui lui permet de déterminer les achats pour lesquels il est PRM. Il le guide aussi dans le choix de la procédure d'achat la plus appropriée et dans sa mise en œuvre ; il rappelle enfin les outils informatiques qui sont à sa disposition.

Les services financiers des délégations régionales sont à la disposition des directeurs et des personnels des unités, si nécessaire, pour les aider dans la mise en œuvre des recommandations de ce guide.

En outre, l'unité de service "Achat et coordination des achats" a mis en ligne un intranet "achats" qui est régulièrement enrichi et mis à jour : www.sg.cnrs.fr/intranetachats.

¹ Le Code des marchés publics peut être consulté dans la bibliothèque juridique de l'intranet des achats (espace juridique), www.sg.cnrs.fr/intranetachats/, ou sur le site Légifrance, www.legifrance.gouv.fr

² La décision n°040014DAJ du 20 février 2004 portant détermination des niveaux d'évaluation des besoins de fournitures et services et portant désignation des personnes responsables des marchés au Centre national de la recherche scientifique peut être consultée à l'adresse : www.dsi.cnrs.fr/RMLR/textesintegraux/volume6/634223-dec040014dAj.htm

Sommaire

Sommaire

1. ÉVALUATION DES BESOINS

- 1.1 Typologie des besoins
- 1.2 Recensement des besoins : méthodes d'évaluation et analyse des seuils

2. QUI EST LA PERSONNE RESPONSABLE DES MARCHÉS ?

- 2.1 Détermination de la PRM
- 2.2 Rôle et responsabilité de la PRM

3. COMMENT LE DIRECTEUR D'UNITÉ / PRM CONDUIT-IL LA PROCÉDURE D'ACHAT ?

- 3.1 La réglementation
- 3.2 Préconisations sur la mise en œuvre de la publicité et de la mise en concurrence
- 3.3 Dérogations aux règles de publicité et de mise en concurrence
- 3.4 Choisir la meilleure offre
- 3.5 Passation de la commande
- 3.6 Traçabilité de la procédure d'achat
- 3.7 La coordination de commandes de plusieurs PRM

4. BONNES PRATIQUES D'ACHAT NOUVEAU !

- 4.1 La cartographie des achats du laboratoire
- 4.2 L'analyse du marché
- 4.3 Le regroupement des commandes
- 4.4 La standardisation des besoins
- 4.5 La globalisation des besoins
- 4.6 La négociation avec les fournisseurs

Sommaire

Sommaire

5. CAS PARTICULIERS DES TRAVAUX NOUVEAU !

- 5.1 Qu'est ce qu'un marché de travaux ?
- 5.2 Détermination de la PRM
- 5.3 Typologie des besoins
- 5.4 Recensement des besoins
- 5.5 Préconisations sur la mise en œuvre de la publicité et de la mise en concurrence
- 5.6 Traçabilité de la procédure d'achat

6. LES OUTILS INFORMATIQUES

- 6.1 Codification des achats et suivi des cumuls dans le système d'information
- 6.2 Les outils d'aide à l'achat

7. LEXIQUE NOUVEAU !

8. ANNEXES NOUVEAU !

- Annexe 1 : Présentation du référentiel achats inter EPST
- Annexe 2 : Formulaire d'accompagnement du choix d'une offre économiquement avantageuse et sa notice
- Annexe 3 : Tableaux récapitulatifs des procédures d'achat

1 ÉVALUATION DES BESOINS

Typologie des besoins

Pour les marchés de fournitures et de services, deux catégories de besoins peuvent être distinguées :

1) Les besoins réguliers

Les besoins réguliers* correspondent à des achats qui sont effectués de manière continue ou habituelle sans que puisse être a priori limitée la durée du besoin : par exemple, les besoins en papier pour impression, en fournitures de bureau, en fluides (électricité, gaz naturel) et certains consommables de laboratoire (gants, blouses, consommables en plastique, etc.).

2) Les besoins ponctuels ou répondant à une même finalité (unités fonctionnelles)

On distingue deux types de besoins pouvant être assimilés à une unité fonctionnelle :

- le besoin ponctuel qui survient à un moment donné et ne peut être pris en compte dans les besoins réguliers (ex : l'achat d'un équipement : imprimante, appareil scientifique, etc.) ;
- l'ensemble des besoins distincts répondant à une même finalité et pour une durée connue (ex : tous les besoins s'inscrivant dans un projet d'organisation de colloque, soit les travaux d'impression et de publication, la location de salle, la restauration et l'hébergement, etc.).

L'unité fonctionnelle se définit donc par deux caractéristiques : sa finalité et sa durée (une date de début et une date de fin).

*Cf. Fiche 7 : lexique

1 EVALUATION DES BESOINS

Recensement des besoins : méthodes d'évaluation et analyse des seuils

La connaissance des besoins en fournitures et en services à satisfaire pour l'ensemble de l'unité est le **préalable indispensable** à toute mise en œuvre d'une procédure d'achat.

L'évaluation de l'ensemble des besoins de l'unité, qu'ils soient financés par des crédits de subvention d'Etat ou des ressources propres, est de la responsabilité du directeur de l'unité.

Les besoins se regroupent au sein d'une même famille du référentiel achats*. Chaque nature de besoins (besoins réguliers* ou unité fonctionnelle*) s'analyse indépendamment. La première étape de l'évaluation des besoins est donc de les classer en fonction de leur typologie.

Application aux besoins réguliers

La prévision annuelle des besoins est nécessaire pour les besoins réguliers* puisque la désignation de la PRM* (directeur d'unité ou délégué régional), le choix de la procédure, les règles de publicité* et de mise en concurrence doivent être déterminés avant le premier acte d'achat.

Concrètement, l'évaluation du montant des besoins réguliers se fait en début d'année, au niveau de l'unité (laboratoire ou service), par famille homogène de fournitures et services, selon le référentiel achats* (cf. annexe 1) adopté par les établissements publics à caractère scientifique et technologique (référentiel achats inter-EPST).

Cette évaluation peut s'obtenir à partir des dépenses de l'année précédente, répertoriées par famille homogène du référentiel achats, en tenant compte des évolutions prévisibles pour la nouvelle année.

ÉVALUATION DES BESOINS

La durée prise en compte est l'année. Toutefois, le directeur d'unité peut décider d'une durée supérieure (2, 3 ou 4 ans) s'il estime que le besoin doit, pour des raisons économiques ou d'opportunité, être satisfait pour une durée plus longue. Par exemple, le montant pour la location de photocopieurs peut s'estimer sur 4 ou 5 ans ; le montant pour le nettoyage de locaux peut s'estimer sur 2 ou 3 ans, etc.

Les montants cumulés annuels des besoins réguliers par famille de fournitures ou services homogènes fournis par Xlab doivent ensuite être comparés manuellement aux seuils* pour déterminer la personne responsable des marchés* (directeur d'unité ou délégué régional) (cf. FICHE 2).

Application aux unités fonctionnelles

L'évaluation du montant d'une unité fonctionnelle* se fait au moment de la survenance du besoin.

Pour les unités fonctionnelles, il faut prendre en compte le montant du besoin ponctuel ou le montant total des besoins constituant une même finalité, afin de le comparer aux seuils qui régissent le choix de la procédure à mettre en œuvre pour l'achat.

Par exemple :

- Pour l'aménagement d'un bureau, on prendra en compte le cumul des montants des besoins en bureaux, chaises, armoires, etc.
- Pour l'acquisition d'un équipement, on prendra en compte la totalité des dépenses : le montant de l'équipement (plus, éventuellement, les frais d'installation, le montant du contrat d'entretien, etc..).

NB : Une unité fonctionnelle peut être constituée de besoins relevant de codes famille du référentiel achats différents. Le référentiel achats n'intervient pas dans la comparaison du montant des besoins avec les seuils.

2 QUI EST LA PERSONNE RESPONSABLE DES MARCHÉS (PRM) ?

Détermination de la PRM

Cas général :

La PRM* est le directeur d'unité pour les achats de fournitures et de services. Toutefois, eu égard aux formalités administratives propres aux marchés d'un montant égal ou supérieur à 90 000 euros HT qui ne pourraient pas être assurées avec facilité au niveau de l'unité, la règle est la suivante :

- > Lorsque le montant estimé des besoins réguliers* annuels, cumulés dans un code famille du référentiel achats*, ou de l'unité fonctionnelle*, est inférieur à 90 000 euros HT, la PRM est le directeur d'unité.
- > Si ce montant est égal ou supérieur à 90 000 euros HT, la PRM est le délégué régional.

Ces achats en dessous du seuil de 90 000 HT sont définis par le code des marchés publics comme des marchés à procédure adaptée* : "un marché en procédure adaptée est un marché pour lequel la personne publique choisit elle-même, dans le respect des principes fondamentaux de la commande publique, la procédure la plus appropriée à la satisfaction de son besoin en tenant compte notamment du montant, de la nature, de la complexité et de l'urgence de celui-ci"³.

Cas particuliers :

- > Il existe un marché national : la PRM est la personne qui a conclu le marché. Ainsi, le directeur de l'Unité de Service "Achat et coordination des achats" est PRM pour les marchés nationaux d'instrumentation scientifique, de matériels informatiques, de gaz et d'abonnement aux revues.
- > Il y a groupement de commandes de plusieurs unités : la PRM est le délégué régional (cf. FICHE 3.6) ;
- > Il s'agit de marchés de travaux (cf. FICHE 5) : la PRM* est le délégué régional ou les directeurs des instituts (INSU, IN2P3) ;

³www.minefi.gouv.fr/daj/marches_publics/mpa.html

2 QUI EST LA PERSONNE RESPONSABLE DES MARCHÉS (PRM) ?

Rôle et responsabilité de la PRM

Quel est le rôle de la PRM ?

La PRM* est chargée de la mise en œuvre des procédures de passation et d'exécution des marchés.

À ce titre, c'est elle qui :

- > définit les besoins et évalue leur montant ;
- > effectue la publicité (contenu + méthode) ;
- > met en concurrence ;
- > choisit le titulaire du marché ;
- > signe le bon de commande et le cas échéant le contrat :
à ce titre elle engage juridiquement l'établissement.

À noter, lorsque la PRM est le directeur d'unité :

- les commandes ou contrats supérieurs au montant de la délégation de signature accordée par le délégué régional/ordonnateur secondaire* doivent être cosignés par le délégué régional.
- si la commande s'accompagne d'un contrat, il est recommandé de présenter, avant signature, le projet de contrat au service financier de la délégation afin d'éviter toute difficulté lors du paiement des prestations.

Responsabilité de la PRM

La PRM doit veiller à respecter les principes fondamentaux de la commande publique : liberté d'accès à la commande publique, égalité de traitement des candidats, transparence des procédures.

La PRM doit pouvoir justifier la mise en concurrence et le choix du fournisseur (cf. Fiche 3.4).

L'application de ces principes et la définition d'une politique d'achat par la mise en place de bonnes pratiques (cf. Fiche 4) permettront d'assurer l'efficacité de la commande publique et la bonne utilisation des deniers publics.

Ces précautions sont de nature à prévenir les mises en cause pour "délit de favoritisme" au bénéfice d'un fournisseur (article 432-14 du code pénal).

3 COMMENT LE DIRECTEUR D'UNITÉ/PRM CONDUIT-IL LA PROCÉDURE D'ACHAT ?

La réglementation

Tout marché, sauf pour les achats de très faible montant, doit faire l'objet d'une publicité et d'une mise en concurrence préalables. Les règles de publicité et de mise en concurrence sont établies en fonction de seuils correspondant au montant du marché. Les principaux seuils à prendre en compte pour les marchés de fournitures et services sont indiqués ci-dessous :

Dispositions réglementaires en fonction des seuils pour les marchés de fournitures et services

0	4 000 € HT	90 000 € HT	150 000 € HT
Achat libre* sous la responsabilité du directeur d'unité	Procédure de marché adaptée* sous la responsabilité du directeur d'unité avec publicité et mise en concurrence adaptées	Procédure de marché adaptée sous la responsabilité du délégué régional avec publicité officielle au BOAMP* ou dans un journal d'annonces légales*	Procédure d'appel d'offres sous la responsabilité du délégué régional Publicité BOAMP* et JOUE*

3 COMMENT LE DIRECTEUR D'UNITÉ/PRM CONDUIT-IL LA PROCÉDURE D'ACHAT ?

Préconisations sur la mise en œuvre de la publicité et de la mise en concurrence

Publicité et mise en concurrence doivent être mises en œuvre par le directeur d'unité en tant que PRM* lorsque :

- > le montant du besoin est supérieur à 4 000 euros HT et inférieur à 90 000 euros HT,
- > et que ce besoin n'est pas couvert par un marché national ou local (cf. FICHES 2.1 et 3.7).

La publicité préalable est destinée à faciliter l'accès des fournisseurs aux achats du CNRS et à garantir la transparence des procédures. Elle doit être adaptée au montant, à l'objet du marché et au secteur d'activité concerné (secteur très ou peu concurrentiel). Les mesures de publicité sont considérées comme satisfaisantes, au regard des principes de la commande publique, si elles permettent aux candidats potentiels d'être informés de l'intention d'achat et du contenu de l'achat en vue d'aboutir à une diversité d'offres suffisante pour garantir une réelle mise en concurrence.

La mise en concurrence est ainsi destinée à obtenir le meilleur rapport qualité/prix et à garantir la sécurité juridique des achats. Il est recommandé au directeur d'unité/PRM de mettre en œuvre les procédures suivantes :

Besoins réguliers ou unités fonctionnelles d'un montant inférieur à 4000 euros HT

Sont libres les achats répondant à des besoins réguliers*, pour un montant annuel inférieur à 4 000 euros HT, ou à une unité fonctionnelle* d'un montant inférieur à 4 000 euros HT. Ils peuvent être effectués sans formalité préalable à tout moment de l'année. On conseillera néanmoins, la consultation de catalogues (papiers ou électroniques) et des offres préférentielles CNRS (consultables dans l'intranet des achats) et/ou éventuellement la demande de devis si le montant et l'objet de l'achat le justifient.

COMMENT LE DIRECTEUR D'UNITÉ/PRM CONDUIT-IL LA PROCÉDURE D'ACHAT ?

Besoins réguliers ou unités fonctionnelles d'un montant annuel compris entre 4 000 et 90 000 euros HT

> Pour les **unités fonctionnelles***, les modalités de publicité et de mise en concurrence adaptées sont mises en oeuvre au moment de la survenance du besoin. Le mode de publicité* et le cas échéant le choix du support de publication et le contenu de l'avis d'appel à la concurrence sont laissés à l'appréciation du directeur d'unité.

La publication d'un avis de publicité sur PUMA (cf. FICHE 6.2) est fortement recommandée à partir du seuil de 4 000 euros HT.

> Pour les **besoins réguliers***, les modalités de publicité et de mise en concurrence adaptées sont effectuées en début d'année, selon les règles décrites ci-dessous.

Il est recommandé afin d'obtenir des offres de prix, de recourir à partir du seuil de 4 000 euros HT, selon la nature et le montant du besoin :

- soit à un mailing (demandes de devis),
- soit à une publicité dans un journal local ou spécialisé,
- soit à l'affichage d'une publicité dans PUMA (cf. FICHE 6.2) accessible depuis le site intranet des achats de l'unité de service "Achat et coordination des achats".

Pour ces achats, compte tenu de la spécificité des besoins liés aux activités de recherche, la publication d'un avis de publicité dans PUMA est fortement recommandée à partir du seuil de 20 000 euros HT.

Dans tous les cas, il est conseillé au directeur d'unité de disposer de plusieurs devis (trois si possible).

3 COMMENT LE DIRECTEUR D'UNITÉ/PRM CONDUIT-IL LA PROCÉDURE D'ACHAT ?

Dérogations aux règles de publicité et de mise en concurrence

Dans le cadre des marchés publics, la mise en concurrence est la règle générale. Les seuls cas dérogatoires à la publicité et à la mise en concurrence sont :

- les achats libres (montant du marché inférieur à 4 000 euros HT).
- les achats effectués auprès d'un fournisseur dit "unique" pour :
 - l'acquisition d'un matériel, produit ou service "non substituable", c'est-à-dire qui ne peut être remplacé par aucun autre matériel, produit ou service que celui proposé par un seul fournisseur : par exemple, produits chimiques et biochimiques, certains gaz, matériels brevetés, certains services de maintenance, etc. ;
 - une commande complémentaire effectuée à titre accessoire auprès d'un fournisseur initial, le changement de fournisseur étant susceptible d'entraîner une incompatibilité ou des difficultés techniques d'utilisation ou d'entretien, par exemple.

NB : le recours à un fournisseur "unique" doit être justifié et doit rester l'exception.

- les achats auprès de l'UGAP

Les achats peuvent être réalisés directement auprès de l'Union des groupements d'achats publics (UGAP) en lui adressant un bon de commande : <http://www.ugap.fr/>

Dans ce cas, la PRM* est dispensée de procédures de publicité* et de mise en concurrence, celles-ci étant réalisées par l'UGAP.

3 COMMENT LE DIRECTEUR D'UNITÉ/PRM CONDUIT-IL LA PROCÉDURE D'ACHAT ?

Choisir la meilleure offre

La PRM* choisit l'offre économiquement la plus avantageuse au regard des critères préalablement définis dans la publicité.

Le code des marchés publics se réfère au choix de l'offre économiquement la plus avantageuse qui peut être fondé sur :

- la comparaison des prix proposés par les candidats, si l'objet et le montant de l'achat le justifient : par exemple pour les achats de fournitures courantes (papier, fournitures de bureau, etc.) ;
- la comparaison des offres au vu de plusieurs critères afin de répondre au mieux aux exigences du besoin (pour les produits scientifiques, par exemple). Ces critères peuvent être :
 - des critères techniques (précision, fiabilité, pureté, composition du produit, etc.) ;
 - la qualité de service du fournisseur (qualité du SAV, disponibilités en pièces détachées, etc.) ;
 - les délais de livraison ;
 - le coût global d'acquisition (prix + coût d'utilisation + coût de transport, etc.).

Les principes généraux de la commande publique, rappelés ci-dessus, imposent au directeur d'unité/PRM* d'indiquer les critères de sélection des candidatures et les critères de choix des offres dans l'avis de publicité*.

3 COMMENT LE DIRECTEUR D'UNITÉ/PRM CONDUIT-IL LA PROCÉDURE D'ACHAT ?

Passation de la commande

Pour les marchés à procédure adaptée, la forme écrite du contrat n'est pas une obligation.

Toutefois, au CNRS, l'engagement "comptable" dans Xlab entraîne nécessairement l'édition d'un "bon de commande" qui, une fois signé, a valeur d'engagement juridique. Ce bon de commande est adressé au fournisseur. L'achat est ainsi contractualisé au regard des conditions générales d'achat du CNRS et des éventuelles précisions mentionnées au devis auquel il se réfère.

Si la nature de l'achat ou les conditions d'exécution du marché l'exigent (ex : avance facultative, pénalités de retard particulières, modalités de livraison, délai d'exécution et garanties associées...), il convient de formaliser l'achat par la passation d'un contrat spécifique. Le service financier de votre délégation vous apportera l'assistance nécessaire à la rédaction du contrat. Il est recommandé de lui soumettre tout projet de contrat pour validation avant sa signature.

3 COMMENT LE DIRECTEUR D'UNITÉ/PRM CONDUIT-IL LA PROCÉDURE D'ACHAT ?

Traçabilité de la procédure d'achat

Les documents qui peuvent être présentés a posteriori assurent la "traçabilité" des échanges effectués avec chacun des fournisseurs potentiels afin de pouvoir justifier à tout moment de la transparence des choix et de la qualité de l'achat. La traçabilité des procédures d'achat est ainsi nécessaire en cas d'audit d'un organisme de contrôle (Cour des Comptes par exemple) pour justifier du respect de la réglementation des marchés publics au sein de l'unité ou du service.

Au vu des devis reçus, la PRM* effectue son choix et le consigne par écrit en le motivant. Elle conserve les devis pour preuve de la mise en concurrence. Le formulaire joint en annexe de ce guide permet de consigner et de motiver le choix d'une offre économiquement avantageuse (cf. annexe 2). Ce document et les devis s'y rapportant sont conservés pendant 5 ans dans l'unité.

Il est conseillé à la PRM* d'utiliser ce formulaire pour consigner les principaux éléments relatifs au choix de l'offre économiquement la plus avantageuse pour tout achat d'un montant supérieur ou égal à 4 000 euros HT.

Ce formulaire doit être numéroté. Dans le cas de commandes successives pour une même offre, une copie de chaque bon de commande doit être archivée avec les justificatifs de la mise en concurrence initiale.

3 COMMENT LE DIRECTEUR D'UNITÉ/PRM CONDUIT-IL LA PROCÉDURE D'ACHAT ?

La coordination de commandes de plusieurs PRM

Des besoins peuvent être communs à plusieurs unités ou entités (par exemple, entretien de bâtiments sur un campus, fournitures de bureaux, petits équipements de laboratoires, frais de transport, etc.). Dans ce cas, il peut s'avérer très intéressant de globaliser les achats pour obtenir des offres économiquement plus avantageuses, ou le cas échéant, pour maintenir une cohérence de service (entretien, par exemple).

C'est au directeur d'unité qu'il appartient, en sa qualité de personne responsable des marchés (PRM*), de décider de regrouper certains de ses achats avec ceux d'autres laboratoires qui auraient fait le même choix de regroupement et, ainsi, de ne passer qu'un seul marché pour l'ensemble des laboratoires concernés.

La mise en œuvre concrète de ce regroupement se fait dans le cadre d'une concertation sous l'égide du délégué régional, dans le cadre du comité des directeurs de laboratoires, par exemple, lorsqu'il existe.

La coordination et la passation de ce marché s'effectuent dans le cadre de l'article 7 du CMP*. Le délégué régional est désigné coordonnateur : il devient de ce fait PRM* pour l'ensemble des besoins objet du marché (décision du directeur général du CNRS n° 04 0014DAJ du 20 février 2004).

4 BONNES PRATIQUES D'ACHAT

Cette fiche a pour but d'aider les acheteurs à optimiser leurs achats en terme économique : **“acheter mieux et acheter au meilleur prix”**.

L'efficacité économique des achats se définit comme une meilleure adéquation entre le besoin et l'achat, l'amélioration de la qualité des approvisionnements et la réduction des coûts.

Pour améliorer l'efficacité économique des achats il est possible d'agir sur :

- les coûts de traitement des commandes, tant au CNRS que chez les fournisseurs
- l'offre globale des fournisseurs en termes de qualité, délais et coûts.

Il s'agit donc, en pratique de :

- regrouper les commandes pour réduire leur coût de traitement (cf. § 4.3)
- standardiser les besoins pour obtenir des offres avantageuses (cf. § 4.4)
- globaliser les achats pour sécuriser les approvisionnements et réaliser des économies en jouant sur l'effet de volume (cf. § 4.5)
- négocier avec les fournisseurs (cf. § 4.6).

La mise en œuvre de ces actions impose plusieurs préalables :

- disposer d'une cartographie des achats (cf. § 4.1) ;
- analyser le marché pour avoir une bonne connaissance des produits ou services disponibles et des fournisseurs potentiels (cf. § 4.2).

4 BONNES PRATIQUES D'ACHAT

La cartographie des achats du laboratoire

Pour que la stratégie d'achat soit efficace, il faut que celle-ci ne porte que sur les achats représentant un chiffre d'affaires significatif pour le laboratoire.

On constatera qu'environ 80% des dépenses sont concentrées sur environ 20% des familles d'achat : c'est sur ces 20% que doit porter la stratégie d'achat.

Etablir la cartographie des achats de l'unité consiste donc à évaluer les dépenses par gamme de familles ou produits homogènes et à identifier ainsi les familles stratégiques sur lesquelles des économies peuvent être réalisées : achats fréquents, représentant un montant global de dépenses important pour le laboratoire, pour une famille homogène de besoins.

On conseillera d'utiliser les familles de fournitures et services homogènes du référentiel achats* comme familles de référence pour établir cette cartographie. Le chiffre d'achat annuel de l'unité réalisé pour chaque code famille du référentiel achat s'obtient à partir de nouveaux états Xlab.

Pour en savoir plus sur l'établissement d'une cartographie des achats et sa méthode d'analyse, consulter l'intranet des achats (www.sg.cnrs.fr/intranetachats), rubrique "Guide de l'acheteur" puis "bonnes pratiques d'achat".

4 BONNES PRATIQUES D'ACHAT

L'analyse du marché

La bonne connaissance du marché et des offres disponibles est un préalable à la mise en concurrence des fournisseurs. L'analyse du marché porte principalement sur :

- les produits et services disponibles de façon standard
- les prix publics pratiqués
- les fournisseurs concernés
- les difficultés éventuelles d'approvisionnement (fournisseur unique, par exemple).

Cette analyse peut être conduite notamment par la consultation de documentation fournisseur et de catalogues dont certains sont accessibles depuis l'intranet des achats (www.sg.cnrs.fr/intranetachats). Elle peut conduire à une réévaluation du besoin pour une meilleure standardisation des achats (cf. § 4.4).

4 BONNES PRATIQUES D'ACHAT

Le regroupement des commandes

Le regroupement des commandes permet de diminuer les coûts de gestion liés au traitement des commandes et des factures.

Il ressort d'une étude menée au CNRS que le traitement d'une commande - commande proprement dite et exécution du paiement - génère un coût fixe de l'ordre de 75 euros. Ainsi, le montant de la facture doit atteindre 1.500 € ou plus pour que le coût complet du traitement de la commande représente moins de 5% du montant de la dépense.

Les commandes de faible montant génèrent aussi des frais de traitement importants pour les fournisseurs qui sont inévitablement répercutés sur le client (tarification plus élevée, application de frais de port ou de frais de gestion).

Il est donc vivement recommandé de regrouper sur un même bon de commande plusieurs demandes d'achat concernant un même fournisseur. Cette pratique qui s'inscrit dans une démarche de bonne gestion des commandes consiste :

- à regrouper les demandes d'achat émanant de différents demandeurs au sein de l'unité,
- et/ou à regrouper, dans la mesure du possible, les demandes d'achat dans le temps (une à deux fois par semaine par exemple).

4 BONNES PRATIQUES D'ACHAT

La standardisation des besoins

Standardiser les besoins vise à identifier, parmi la diversité des fournitures d'une même famille, des fournitures standards capables de répondre aux besoins qui ne nécessitent pas de spécifications particulières. La standardisation vise :

- > d'une part, à réduire la diversité des articles utilisés pour répondre à un même besoin, ce qui permet par conséquent de :
 - réduire le nombre de fournisseurs nécessaires pour répondre à l'ensemble des besoins qui seront standardisés et donc de réduire le nombre de bons de commande annuels pour ces besoins (cf. aussi § 4.3) ;
 - réaliser des mises en concurrence sur des volumes de besoins, une fois standardisés, plus importants, ce qui permet de bénéficier de prix plus avantageux ;
- > d'autre part, à identifier des produits standard pouvant répondre aux besoins de l'unité, ce qui permet une meilleure adéquation de la demande avec les produits ou services disponibles sur le marché (consultation de catalogues, bonne connaissance du marché) et d'ouvrir ainsi davantage la concurrence.

4 BONNES PRATIQUES D'ACHAT

La globalisation des besoins

La globalisation des besoins consiste à prévoir et consolider les besoins sur une période pluriannuelle afin de jouer sur l'effet de volume des commandes pour obtenir de meilleures offres des fournisseurs (cette pratique est à différencier du regroupement des bons de commande qui vise uniquement à réduire les coûts liés à leur traitement (cf. § 4.3)).

Elle permet également de sécuriser l'approvisionnement sur la durée prévue d'un projet en évitant les risques de rupture par arrêt de fabrication, par exemple.

La globalisation est liée à la standardisation des besoins d'achats qui vise également à augmenter les volumes auprès d'un même fournisseur en réduisant la diversité des fournitures capables de satisfaire un même besoin (cf. § 4.4).

4 BONNES PRATIQUES D'ACHAT

La négociation avec les fournisseurs

La négociation ne s'établit qu'avec un ou des fournisseurs ayant parfaitement répondu en terme d'adéquation au besoin et de qualité.

Une négociation (acheteur gagnant/fournisseur gagnant), qui n'est pas un simple marchandage (acheteur gagnant/fournisseur perdant), peut porter sur le prix d'un appareil, le prix de consommables, la garantie et les extensions de garantie, le SAV, la formation, les délais de livraison, la durée de l'engagement, l'incitation à l'investissement du fournisseur, etc. Les interactions qui existent entre ces critères ne peuvent être dissociées du prix de la prestation. Il est donc nécessaire de pouvoir négocier sur l'ensemble de ces critères.

Une fiche pratique sur la négociation dans le cadre des marchés à procédure adaptée est disponible dans l'intranet des achats, rubrique "bonnes pratiques d'achat".

5 CAS PARTICULIER DES TRAVAUX

Qu'est ce qu'un "marché de travaux"?

Seuls les achats effectués dans le cadre des familles relevant des sous domaines D0.3 et D0.4 du référentiel achats* relèvent des marchés de travaux.

Il s'agit des travaux relatifs à la construction d'ouvrage (construction neuve, réhabilitation, réaménagement, mise en sécurité) ainsi que les travaux d'entretien ponctuel de bâtiments à la charge du propriétaire ou du locataire (peinture, petit aménagement, etc.).

Par extension, les services directement liés à la construction et à l'entretien (maîtrise d'oeuvre, études préalables, etc.) - famille relevant du sous domaine D0.2 du référentiel achats -, sont considérés comme relevant de "travaux" en ce qui concerne l'exercice des responsabilités de PRM.

5 CAS PARTICULIER DES TRAVAUX

Détermination de la PRM

L'exercice des responsabilités de PRM en matière de marchés de travaux est déléguée par le directeur général du CNRS aux *délégués régionaux et aux directeurs d'instituts (INSU et IN2P3)*, quel que soit le montant du marché.

Les marchés de service liés à l'aménagement, la réhabilitation et la construction d'ouvrages (maîtrise d'œuvre, étude de sol, géomètre, contrôle technique et autres prestations intellectuelles) sont passés également par les délégués régionaux ou les directeurs d'instituts (INSU et IN2P3).

Toutefois, sans avoir la responsabilité de PRM* pour les marchés de travaux, les directeurs d'unités peuvent, en application de la délégation de signature de l'ordonnateur, et dans la limite de celle-ci, établir des bons de commande pour des travaux relevant de l'entretien du laboratoire (équipement/fonctionnement) après accord du délégué régional, maître d'ouvrage* sur la définition de l'opération. Les travaux décidés par les directeurs d'unités en accord avec le délégué régional, sont financés sur leurs crédits de dotation globale (subvention d'Etat ou ressources propres).

5 CAS PARTICULIER DES TRAVAUX

Typologie des besoins

En matière de travaux, le code des marchés publics ne prévoit que la notion d'opération comme typologie de besoin.

Cette notion d'opération s'attache à l'objet ou à la finalité des travaux eux-mêmes. Ainsi des travaux de nature différente pourront faire l'objet d'une même opération s'ils ont une finalité commune (par exemple la rénovation d'un bâtiment, la réhabilitation d'un local en vue d'y installer un nouvel équipement). Des travaux identiques sur des bâtiments différents pourront également constituer une même opération en raison de leur objet (ex : travaux de peinture sur différents bâtiments, changement de toutes les portes du laboratoire).

Les achats effectués dans le cadre des familles homogènes relevant des sous domaines D0.2, D0.3 et D0.4 du référentiel achats* sont considérés comme relevant de marchés de travaux. Ils ne peuvent être passés que dans le cadre d'une opération de travaux. Cependant d'autres familles homogènes du thème D peuvent également concourir à une opération de travaux.

5 CAS PARTICULIER DES TRAVAUX

Recensement des besoins

Les besoins sont le plus souvent définis à la suite d'une étude préalable qui prend la forme d'un programme technique fonctionnel ou un d'un dossier technique.

Il faut prendre en compte le montant total des besoins constituant l'opération de travaux afin de le comparer aux seuils de procédure d'achat.

Les besoins en service (codification D0.2.) s'apprécient séparément et ne s'agrègent pas dans l'opération de travaux pour la détermination de la procédure d'achat.

5 CAS PARTICULIER DES TRAVAUX

Préconisations sur la mise en œuvre de la publicité et de la mise en concurrence

Ces préconisations sont identiques à celles prévues pour l'achat des besoins réguliers en fournitures et services.

Opérations de travaux d'un montant inférieur à 4 000 euros HT

Sont libres les achats répondant à des opérations de travaux d'un montant inférieur à 4 000 euros HT. Ils peuvent être effectués sans formalité préalable à tout moment de l'année. On conseillera néanmoins la demande de devis si le montant et l'objet de l'achat le justifient.

Opérations de travaux d'un montant compris entre 4 000 euros HT et la limite de délégation de signature d'ordonnateur secondaire

Les modalités de publicité et de mise en concurrence adaptées sont mises en œuvre au moment de la survenance du besoin. Le mode de publicité* et le cas échéant le choix du support de publication et le contenu de l'avis d'appel à la concurrence sont laissés à l'appréciation du directeur d'unité.

Afin d'obtenir des offres de prix, il est recommandé de recourir à partir du seuil de 4 000 euros HT, selon la nature et le montant du besoin :

- soit à un mailing (demandes de devis),
- soit à une publicité dans un journal local ou spécialisé,
- soit à l'affichage d'une publicité dans PUMA (cf. Fiche 6.2) accessible depuis le site intranet des achats de l'Unité de services "Achat et coordination des achats".

La publication d'un avis de publicité dans PUMA est fortement recommandée à partir du seuil de 20 000 euros HT.

Dans tous les cas, il est conseillé au directeur d'unité de disposer de plusieurs devis (trois si possible).

5 CAS PARTICULIER DES TRAVAUX

Traçabilité de la procédure d'achat

Les documents qui peuvent être présentés a posteriori assurent la "traçabilité" des échanges effectués avec chacun des candidats afin de pouvoir justifier à tout moment de la transparence des choix et de la qualité de l'achat. La traçabilité des procédures d'achat est ainsi nécessaire en cas d'audit d'un organisme de contrôle pour justifier du respect de la réglementation des marchés publics au sein de l'unité ou du service.

Au vu des devis reçus, le directeur d'unité effectue son choix et le consigne par écrit en le motivant. Il conserve les devis pour preuve de la mise en concurrence. Le formulaire joint en annexe de ce guide peut permettre de consigner et de motiver le choix d'une offre économiquement avantageuse (cf. annexe 2). Ce document et les devis s'y rapportant sont conservés pendant 5 ans dans l'unité.

Il est conseillé au directeur d'unité d'utiliser ce formulaire pour consigner les principaux éléments relatifs au choix de l'offre économiquement la plus avantageuse pour les mises en concurrence effectuées pour des opérations de travaux d'un montant annuel supérieur à 4 000 euros HT.

Ce formulaire doit être numéroté. Dans le cas de commandes successives pour une même offre, une copie de chaque bon de commande doit être archivée avec les justificatifs de la mise en concurrence initiale.

6 LES OUTILS INFORMATIQUES

Codification des achats et suivi des cumuls dans les systèmes d'information

Codification des achats dans les systèmes d'information

Dans le système d'information, la codification des achats est portée par les lignes de commande. Elle ne concerne que les commandes de fonctionnement, d'équipement ou de gros équipement sur marché à procédure adaptée*.

Cette codification est constituée par :

- le code nomenclature qui représente la famille homogène,
- le caractère de l'achat qui est soit "régulier" soit "ponctuel" si l'achat fait référence à une unité fonctionnelle ou une opération de travaux,
- le numéro d'unité fonctionnelle ou d'opération de travaux, appelé numéro d'UF/OT.

> Pour les fournitures et services

Lors de la saisie d'une commande, le caractère de l'achat est codifié par défaut comme "régulier".

Si le besoin n'est pas régulier, l'utilisateur doit préciser que la commande provient d'un besoin "ponctuel". Il doit indiquer la référence à une unité fonctionnelle* (UF).

L'unité fonctionnelle à laquelle se rattache ce besoin doit être créée au préalable dans Xlab, le système attribuant automatiquement un numéro à chaque nouvelle création.

Si vous devez passer une commande composée d'achats "réguliers" et d'achats "ponctuels" rattachés à une unité fonctionnelle, le numéro d'UF devra être indiqué sur les lignes de commande relevant de cette unité fonctionnelle.

6 LES OUTILS INFORMATIQUES

> Pour les travaux

Les commandes effectuées dans le cadre de "travaux" (familles homogènes D0.2x, D0.3x et D0.4x du référentiel achat) s'inscrivent obligatoirement dans une "opération de travaux" caractérisant le besoin. Le caractère de l'achat est codifié comme "ponctuel".

L'opération de travaux (OT) à laquelle se rattache le besoin doit être créée au préalable dans Xlab, le système attribuant automatiquement un numéro à chaque nouvelle création. Ce numéro d'OT devra ensuite être indiqué sur chaque commande relevant de cette opération de travaux.

La documentation Xlab V5.0 contient toutes les précisions sur l'utilisation de cette codification: <http://www.dsi.cnrs.fr/labo/xlab/docum.asp#XlabV5>.

NB : Cette codification est portée par les commandes en GCF à la délégation uniquement pour les unités qui n'utilisent pas Xlab.

Cumuls des commandes dans les systèmes d'information : Xlab et GCF

> Cumuls dans Xlab

Trois états Xlab permettent de suivre les cumuls d'achats :

- L'état CMP_1 donne un suivi du cumul commandé HT par code famille pour les achats réguliers.
- L'état CMP_2 donne un suivi du cumul commandé HT pour les achats ponctuels, par unité fonctionnelle et opération de travaux.
- L'état CMP_3 donne un suivi du cumul commandé HT par code famille, par fournisseur et par marché.

Pour plus de précisions sur ces états, vous pouvez vous reporter à la documentation Xlab V5.0 : <http://www.dsi.cnrs.fr/labo/xlab/docum.asp#XlabV5>.

6 LES OUTILS INFORMATIQUES

> Cumuls à la délégation

L'application SuiviNom livrée avec la version 5.0 d'Xlab vous permet par un simple double-clic de mettre régulièrement à disposition de vos délégations ou instituts les informations sur les commandes qui portent des codes famille.

Ces informations sont ensuite consolidées dans le système GCF pour toutes les unités de la délégation, y compris celles qui n'utilisent pas Xlab. Ce traitement de consolidation permet à la délégation d'avoir une visibilité des cumuls commandés par unité et par famille homogène ou par unité et par UF/OT. Il est important de se rapprocher du service financier de la délégation pour définir la fréquence d'utilisation de SuiviNom.

Il est indispensable de suivre très régulièrement la situation des commandes. S'il s'avère que les montants sont susceptibles de dépasser les prévisions établies en début d'exercice et risquent d'atteindre le seuil de 90 000 euros HT, il est nécessaire de prendre contact avec le service financier de la délégation dans les meilleurs délais.

6 LES OUTILS INFORMATIQUES

Les outils d'aide à l'achat

Ces outils sont accessibles dans le portail NOUBA "NOmenclature et OUtils pour les Besoins d'Achat" depuis le site web de l'Unité de Service "Achat et coordination des achats" : <http://www.sg.cnrs.fr/achats/>.

Ce portail regroupe les outils informatiques qui permettent de :

- rechercher un code nomenclature (ARNO),
- rechercher des tarifs et les marchés conclus par l'Unité de Service "Achat et coordination des achats" ou les délégués régionaux (RTM),
- effectuer une remise en compétition automatisée lorsque l'achat est couvert par un marché national en multi attribution (matériel scientifique, gros équipement, etc.) et que la commande est supérieure à 1 500 € HT - article 71 V du CMP -(RECA),
- publier des avis de publicité dans le cadre des procédures adaptées sous le seuil de 90 000 € HT (PUMA).

Pour de plus amples informations à propos de ces outils, se référer aux aides en ligne.

Comment rechercher un code du référentiel ?

La recherche d'un code nomenclature s'effectue grâce à ARNO (Assistant de Recherche de code NOmenclature).

Cet outil offre deux moyens pour rechercher un code nomenclature :

- soit en saisissant un certain nombre de mots correspondant à la description du besoin recherché ;
- soit en navigant dans le référentiel achats.

NB : la version complète du référentiel achats inter-EPST est téléchargeable depuis l'intranet des achats, rubrique "outils de l'acheteur".

LES OUTILS INFORMATIQUES

Comment rechercher des tarifs des marchés conclus par l'Unité de Service "Achat et coordination des achats" ou les délégués régionaux?

La recherche des tarifs et des marchés nationaux conclus par l'Unité de Service "Achat et coordination des achats" ou des marchés locaux conclus par les délégués régionaux s'effectue grâce à RTM (Recherche des Tarifs et des Marchés).

Cet outil permet la recherche du tarif d'un produit sur marché formalisé*, à partir des critères suivants :

- domaine d'achats,
- désignation ou référence d'article.

Le résultat de la recherche affiche, outre le tarif, la référence du marché, la période de validité de ce marché, le fournisseur et les remises accordées, etc.

Comment publier un avis de publicité dans PUMA ?

La publication d'un avis de publicité s'effectue grâce à PUMA (Publicité pour les Marchés à procédure adaptée). Il permet la mise en ligne d'avis de publicité pour les achats passés selon une procédure adaptée. Chaque unité et service peut saisir des avis et les publier.

Ces avis sont ensuite consultables librement sur le site de l'Unité de Service "Achat et coordination des achats". Les fournisseurs peuvent ainsi en prendre connaissance. Ils peuvent également :

- d'une part, s'inscrire à un système d'alerte mèls afin d'être informés en temps réel des nouveaux avis de publicité pour des domaines et des régions qu'ils auront préalablement sélectionnés.
- d'autre part, pouvoir déposer leurs offres en ligne.

Cet outil permet d'appliquer la réglementation des marchés publics de manière simple, efficace et à moindre coût en favorisant une large mise en concurrence des fournisseurs.

Vos contacts :

- le chef du service financier de la délégation du CNRS en région
- le directeur de l'Unité de Service "Achat et coordination des achats" (pour les marchés nationaux et outils disponibles sur l'intranet des achats) : achats@cnrs-dir.fr
www.sg.cnrs.fr/achats
- l'assistance aux utilisateurs de la direction des systèmes d'information (pour Xlab et autres outils informatiques) : assistance@dsi.cnrs.fr
www.dsi.cnrs.fr/assist/

7 LEXIQUE

- **Achat libre :**

Un achat libre se définit comme un achat effectué sans obligation particulière de publicité, de mise en concurrence ni de justification a posteriori du choix fait par la PRM (traçabilité).

- **Besoin ponctuel :**

Le besoin ponctuel ne survient pas de manière continue ou habituelle (ex : l'achat d'un équipement : imprimante, appareil scientifique, etc.). Un besoin ponctuel est un type de besoin assimilé à une unité fonctionnelle (cf. FICHE 1.1).

- **Besoin régulier :**

Le besoin régulier survient de manière continue ou habituelle sans que puisse être a priori limitée la durée du besoin. C'est typiquement les besoins en papier d'impression, fournitures de bureau, fluides (électricité, gaz naturel), certains consommables de laboratoire (gants, blouses, consommables en plastique, etc.) (cf. FICHE 1.1).

- **BOAMP :**

Bulletin Officiel d'Annonces des Marchés Publics

- **Bon de commande :**

Document adressé à un fournisseur pour l'acquisition d'un matériel, une prestation de service ou une opération de travaux. Un bon de commande constitue un engagement juridique et financier de l'établissement.

- **CMP :**

Code des marchés publics

- **Contrat :**

Convention faisant naître des droits et obligations entre le CNRS et le fournisseur.

- **JAL :**

Journal d'Annonces Légales. La liste des journaux habilités à publier les annonces légales est établie chaque année par arrêté préfectoral.

- **JOUE :**

Journal Officiel de l'Union Européenne

- **Maître d'ouvrage :**

Personne pour le compte de laquelle des travaux ou un ouvrage immobilier sont réalisés.

- **Marché public :**

Contrat conclu à titre onéreux (dès le 1^{er} euro) entre le CNRS et un fournisseur pour répondre à ses besoins en matière de travaux, fournitures ou de services (article 1^{er} du CMP).

7 LEXIQUE

- **Marché à procédure adaptée :**

Un marché passé selon une procédure adaptée est un marché passé selon des modalités de publicité et de mise en concurrence déterminées par la personne responsable du marché en fonction de leur objet et de leurs caractéristiques (article 28 du CMP).

- **Marché formalisé :**

Marché ayant fait l'objet de procédures de publicité et de mise en concurrence spécifiquement définies par le code des marchés publics (ex : appel d'offres).

- **Ordonnateur secondaire :**

Qualité accordée aux délégués régionaux et directeurs d'instituts (IN2P3 et INSU) leur permettant l'engagement, la liquidation et l'ordonnancement des dépenses de l'établissement. Cette qualité peut également être déléguée aux directeurs d'unité jusqu'à un certain montant.

- **Personne responsable du marché (PRM) :**

La personne responsable du marché est chargée de mettre en œuvre les procédures de passation et d'exécution des marchés. Elle signe les marchés (article 20 du CMP).

- **Publicité :**

Action d'information destinée à assurer la liberté d'accès des fournisseurs à la commande publique et la transparence des procédures d'achat. Pour les petits achats, la demande de devis à quelques fournisseurs est suffisante pour respecter ces principes. Pour les autres achats, la publication d'un avis de publicité peut s'effectuer grâce à l'outil PUMA (cf. FICHE 6.2).

- **Référentiel achats inter-EPST :**

Nomenclature adoptée par les établissements à caractère scientifique et technologique dans laquelle sont classés, par familles homogènes, les fournitures et services nécessaires à l'activité de l'établissement (cf. annexe 1).

- **Seuil :**

Montant auquel est comparé une dépense prévisionnelle correspondant à un besoin pour déterminer la procédure d'achat à mettre en œuvre.

- **Unité fonctionnelle (UF) :**

Une unité fonctionnelle se définit par deux caractéristiques : sa finalité et sa durée (une date de début et une date de fin). Exemples d'unités fonctionnelles : aménagement de bureaux en mobilier, renouvellement du parc informatique de l'unité ou du service, organisation d'un colloque, acquisition d'un appareil scientifique, etc. (cf. FICHE 1.1).



PRÉSENTATION DU RÉFÉRENTIEL ACHATS INTER-EPST

Le référentiel est consultable sur le site web de l'unité propre de service "Achat et coordination des achats": <http://www.sg.cnrs.fr/achats/>.

Il est présenté selon une classification alphanumérique à 4 positions.

Ce référentiel est présenté selon une classification analytique organisée autour de 6 thèmes se rapportant aux besoins généraux (4 thèmes), aux besoins de l'activité de recherche (1thème), et au thème spécifique de l'informatique :

- approvisionnements généraux (codes commençant par A)
- logistique (codes commençant par B)
- information, documentation et communication (codes commençant par C)
- bâtiment et infrastructure (codes commençant par D)
- fournitures, équipements, instrumentation et services scientifiques (codes commençant par E)
- informatique - informatique scientifique et de gestion (codes commençant par F)

Les thèmes A, B, C et D concernent plus particulièrement les besoins généraux.

Chacun des thèmes est divisé en domaines, en sous-domaines, puis en familles : la codification s'établit au niveau des "familles" : codification en 4 positions commençant par une lettre.

Exemple :

thème : logistique (B)

domaine : télécommunication (B0)

sous-domaine : fournitures, consommables et petits équipements (B0.00)

famille : petits équipements de téléphonie et radiocommunication (B0 .01)

À l'exception des sous-domaines du thème E (fournitures, équipements, instrumentation et services scientifiques), les sous-domaines sont organisés de façon identique :

- les fournitures et consommables (3^{ème} position du code alphanumérique : 0) ;
- les équipements (3^{ème} position du code alphanumérique : 1) ;
- les services (3^{ème} position du code alphanumérique : 2 et suivants).



PRÉSENTATION DU RÉFÉRENTIEL ACHATS INTER-EPST

La codification des achats, le calcul des cumuls d'achats et leur comparaison aux seuils pour les besoins réguliers sont effectués au niveau de la "famille".

Il convient de noter que le référentiel comporte également les familles de dépenses non soumises au code des marchés publics.

En effet, la nécessité de saisir dans Xlab un code famille du référentiel pour toutes les commandes, qu'elles concernent des dépenses de fonctionnement, d'équipement ou de gros équipement, induit, pour une question de visibilité des informations et d'analyse, le rattachement de chacune d'elles à une famille du référentiel, y compris dans les cas où celles-ci ne sont pas soumises au code des marchés publics (CMP). Le suivi des seuils ne concerne bien entendu que les catégories de familles homogènes soumises au CMP.

Sont codifiés mais ne sont pas soumis au CMP, par exemple : les subventions versées à des tiers (code : B8.71), les frais d'inscription aux colloques (C2.26).

FORMULAIRE D'ACCOMPAGNEMENT DU CHOIX D'UNE OFFRE ÉCONOMIQUEMENT AVANTAGEUSE.

Nom du laboratoire : Nom de l'acheteur :

Fournisseur : Bon de commande n° : Date :

Objet commandé (ou de la mise en concurrence) : Montant :

- INDICATIONS :**
- Lorsqu'une mise en concurrence est effectuée, compléter les parties A et B1. (Dans le cas où un seul devis est obtenu, compléter uniquement les parties A et C).
 - Pour les achats sans mise en concurrence, compléter uniquement les parties B2 et C.

Pour plus de renseignements, consulter l'instruction relative à l'utilisation de ce formulaire ou contacter votre délégation régionale ou l'unité de service "Achat et coordination des achats".

PARTIE A : MISE EN CONCURRENCE

- Mise en oeuvre d'une publicité adaptée (cocher une ou plusieurs case(s)) :

- Demande de devis ciblée vers des fournisseurs connus
- Publication sur PUMA (indiquer les réf.) :
- Autre : Publication dans un journal spécialisé (réf.) :
 BOAMP ou Journal d'annonces légales (réf.)

- Réception des offres. Indiquer ci-dessous les prix proposés :

Fournisseur A Prix total

Fournisseur B Prix total

Fournisseur C Prix total

Archiver les pièces écrites (devis, listes de prix, copie des publications, etc.) avec ce formulaire afin d'apporter les justificatifs en cas d'audit.

PARTIES B1 et B2 : JUSTIFICATION DU CHOIX DU FOURNISSEUR

- J'ai fait une mise en concurrence et j'ai choisi le fournisseur pour les motifs suivants

(cocher le ou les critères qui ont été déterminants dans le choix de l'offre).

- Caractéristiques techniques les mieux adaptées à mon besoin (précision, fiabilité, pureté / composition du produit, etc.)

Précisez :

- Qualité de service du fournisseur retenu (service après-vente, disponibilité des pièces détachées, etc.)

Précisez :

- Prix total ou coût global d'acquisition (prix + coût en formation, coût d'utilisation, SAV, etc.) :

Précisez :

- Délais de livraison :

- Autres

Je n'ai pas fait de mise en concurrence pour le motif suivant :

- Fournisseur unique (matériel non substituable vendu par un fournisseur unique ou commande complémentaire). Expliquer (brevet, fournisseur exclusif, compatibilité technique avec l'existant, etc.) :

PARTIE C : APPRÉCIATION DU PRIX (dans le cas d'un seul devis)

Cocher une ou plusieurs des affirmations ci-dessous afin de justifier que le prix obtenu est juste et raisonnable :

- J'ai négocié l'offre du fournisseur
- Le prix du devis inclut une remise sur le prix public du fournisseur, indiquant une économie certaine
- Le prix du devis est comparable au prix obtenu par le passé pour un article similaire
- Le fournisseur garantit que les prix proposés sont les mêmes que ceux proposés à leur meilleur client
- Le prix obtenu est celui indiqué dans un catalogue ou sur une liste de prix standard
- Autre (ex : étude de coût de fonctionnement, etc.) :

NOM et SIGNATURE DE LA PERSONNE RESPONSABLE DU MARCHÉ (PRM) :

NOTICE D'UTILISATION DU FORMULAIRE

1

POURQUOI UTILISER

LE FORMULAIRE D'ACCOMPAGNEMENT DU CHOIX D'UNE OFFRE ÉCONOMIQUEMENT AVANTAGEUSE ?

Tous les achats publics soumis au code des marchés publics, quel que soit leur montant, doivent être réalisés dans le respect de la transparence, de la libre concurrence, de la liberté d'accès à la commande publique, de l'égalité de traitement des candidats pour un prix juste et raisonnable.

Le formulaire d'accompagnement du choix d'une offre économiquement avantageuse a été réalisé dans le but d'aider les directeurs d'unité, personnes responsables des marchés, à assurer la traçabilité de leurs procédures d'achat pour leurs besoins compris entre 4000 et 90 000 euros HT et ne relevant pas d'un marché national ou passé par leur Délégation.

2

QUAND UTILISER

LE FORMULAIRE D'ACCOMPAGNEMENT DU CHOIX D'UNE OFFRE ÉCONOMIQUEMENT AVANTAGEUSE ?

S'agissant des directeurs d'unité, personnes responsables des marchés, le guide de l'achat conseille l'utilisation de ce formulaire lors des achats de fournitures et services dont le montant est compris entre 4000 et 90.000 euros H.T. et pour les travaux d'un montant inférieur au seuil de délégation de la qualité d'ordonnateur. L'utilisation de ce formulaire est recommandée notamment pour assurer la traçabilité des procédures :

- > Lors de la demande de devis effectuée en début d'année pour des besoins réguliers (traçabilité de la procédure recommandée à partir de **4.000 euros HT** annuel de besoins réguliers).
- > Lors des achats effectués dans le cadre d'unités fonctionnelles d'un montant supérieur ou égal à **4.000 euros HT**.
- > Lors des achats de prestation de travaux d'un montant supérieur à **4.000 euros HT**.

3

COMMENT UTILISER

LE FORMULAIRE D'ACCOMPAGNEMENT DU CHOIX D'UNE OFFRE ÉCONOMIQUEMENT AVANTAGEUSE ?

Ce formulaire constitue un bref rapport de présentation par lequel la PRM justifie ses choix d'achat. Il n'a pas pour but d'alourdir les procédures d'achat et est donc rapide à remplir. Il se découpe en trois parties :

La partie A doit être remplie si un avis de publicité et une mise en concurrence sont mis en oeuvre. Il convient alors de cocher le ou les moyen(s) de publicité adaptée utilisé(s) et d'en préciser les références s'il y a lieu. Indiquer ensuite le nom des fournisseurs ayant répondu à la demande et le prix total proposé par chacun d'eux. Les devis communiqués par voie orale sont également indiqués sur ce formulaire. La demande orale de devis doit être réservée aux achats de faibles montants.

La partie B permet de justifier le choix du fournisseur lorsqu'une mise en concurrence a eu lieu ou bien de justifier l'absence de mise en concurrence pour un besoin précis.

Suite à une mise en concurrence, la partie B1 permet de justifier le choix du fournisseur à l'aide de différents motifs (raison technique, qualité de services, délai de livraison, prix et/ou coût de fonctionnement, autres).

La partie B2 permet de justifier l'absence de mise en concurrence préalable à la passation d'un bon de commande en raison du recours à un fournisseur unique : matériel non substituable ou commande complémentaire (à préciser).

La partie C permettant d'apprécier le prix du devis ne doit être remplie que si un seul devis est obtenu suite à une mise en concurrence ou bien lorsque l'achat n'a pas fait l'objet d'une mise en concurrence.

4

COMMENT ARCHIVER

LE FORMULAIRE ?

Ce formulaire doit être archivé avec toutes les pièces écrites permettant de justifier la mise en œuvre d'un avis de publicité, d'une mise en concurrence et du choix du fournisseur (copie des publications, devis, listes de prix, etc.). L'ensemble de ces documents est archivé au sein de l'unité pendant une durée de 5 ans.

RECOMMANDATIONS CONCERNANT LES PROCEDURES DE PUBLICITE ET MISE EN CONCURRENCE POUR LES UNITES FONCTIONNELLES

(Concerne les besoins ponctuels ou ensembles de besoins visant à satisfaire une même finalité, d'un montant global inférieur à 90 000 euros HT et non couverts par un marché formalisé national ou local) (1)

Montant de l'unité fonctionnelle	Existence d'une concurrence	MISE EN OEUVRE DE LA CONCURRENCE			Pièces à archiver au laboratoire avec la copie du bon de commande (5 ans)	
		Publication d'un avis de publicité (dans PUMA ou autre support)	Demande de devis (3 si possible)	Consulter les listes de prix publics des fournisseurs ainsi que les offres préférentielles	Formulaire d'accompagnement du choix d'une offre économique avantageuse	Devis et toute pièce ayant contribué au choix du fournisseur retenu
TOUS						
DÉROGATION À LA MISE EN CONCURRENCE : LES COMMANDES PASSÉES AUPRÈS DE L'UGAP SE FONT SANS FORMALITÉ DE MISE EN CONCURRENCE						
CHAMP DES ACHATS LIBRES : AUCUNE FORMALITÉ DE MISE EN CONCURRENCE REQUISE						
Inférieur à 4 000 euros HT	Concurrence existante	Non	Considérer l'option la plus adaptée en fonction de la nature et du montant du besoin		Non	Non
	Concurrence inexistante	Non	Considérer l'option la plus adaptée en fonction de la nature et du montant du besoin		Non	Non
CHAMP DES PROCEDURES DE MARCHÉ ADAPTÉES						
Supérieur à 4 000 euros HT	Concurrence existante : plusieurs fournisseurs possibles	Très recommandée	Oui	Éventuellement (préférer la demande de devis)	Oui	Oui
	Concurrence inexistante : un seul fournisseur possible ²	Normalement inutile mais conseillée en cas de doute sur l'exclusivité du fournisseur	Oui	Éventuellement (préférer la demande de devis)	Oui	Oui

(1) Pour les besoins non couverts par un marché national ou local et dont le montant est supérieur à 90 000 euros HT, la PRM est le délégué régional. Consulter le service financier de la DR.

(2) On peut déroger à la mise en concurrence lorsque le fournisseur auprès duquel on souhaite passer commande est le seul fournisseur capable de répondre à son besoin. " Fournisseur unique " signifie que le fournisseur détient la vente exclusive d'un " produit, matériel ou service non substituable " que l'on souhaite acquérir ou bien que la commande est qualifiée de "commande complémentaire".

La notion de non-substituabilité s'applique dans le cadre d'une mission de Recherche lorsque aucun autre produit, matériel ou service ne peut se substituer au produit, matériel ou service à acquérir. Cette notion s'applique par exemple aux produits chimiques et biochimiques, à certains gaz, à des matériels brevetés, à certains services de maintenance, etc. Notez qu'il ne faut pas obligatoirement assimiler la notion de produit ou matériel non substituable à la notion de fournisseur unique car un même matériel peut être revendu par plusieurs fournisseurs ayant obtenu des droits de distribution.

La notion de commande complémentaire se définit comme une commande effectuée à titre accessoire auprès du fournisseur initial, destinée soit au renouvellement partiel de fournitures ou matériels d'usage courant, lorsque le changement de fournisseur conduirait à acquérir des fournitures ou des matériels de technique différente, entraînant une incompatibilité ou des difficultés techniques par rapport à l'objectif poursuivi et aux avantages liés à une mise en concurrence, soit à l'extension de commandes afférentes à ces fournitures ou à ces matériels.

Pour pouvoir justifier la notion de fournisseur unique, il faut donc s'assurer d'une part que le produit ou matériel que l'on souhaite acquérir auprès du fournisseur est non substituable, et d'autre part que la vente de ce produit, matériel, ou service est bien exclusive à ce fournisseur.

RECOMMANDATIONS CONCERNANT LES PROCEDURES DE PUBLICITE ET DE MISE EN CONCURRENCE POUR LES BESOINS REGULIERS

(S'applique à certains consommables, produits, réactifs, prestations, etc. non couverts par des marchés formalisés nationaux ou locaux, dont la nature du besoin se prête à une mise en concurrence et dont le montant annuel est inférieur à 90.000 Euros HT) (1)

Montant prévisionnel annuel du besoin régulier	Existence d'une concurrence	MISE EN OEUVRE DE LA CONCURRENCE			Pièces à archiver au laboratoire (5 ans) après la mise en concurrence en début d'année	
		Publication d'un avis de publicité (dans PUMA ou autre support)	Demande de devis (ou liste de prix) auprès du ou des fournisseurs pouvant répondre au besoin	Consulter les listes de prix public des fournisseurs ainsi que les offres préférentielles CNRS	Formulaire d'accompagnement du choix d'une offre économiquement avantageuse	Devis ou listes de prix proposés et toute pièce ayant contribué au choix du fournisseur retenu
TOUS						
DÉROGATION À LA MISE EN CONCURRENCE : LES COMMANDES PASSÉES AUPRÈS DE L'UGAP SE FONT SANS FORMALITÉ DE MISE EN CONCURRENCE						
CHAMP DES ACHATS LIBRES : AUCUNE FORMALITÉ DE MISE EN CONCURRENCE REQUISE						
Inférieur à 4 000 euros HT	Concurrence existante	Non	Considérer l'option la plus adaptée en fonction de la nature et du montant du besoin	Non	Non	Non
	Concurrence inexistante	Non	Considérer l'option la plus adaptée en fonction de la nature et du montant du besoin	Non	Non	Non
CHAMP DES PROCEDURES DE MARCHÉ ADAPTÉES						
Entre 4 000 et 20 000 euros HT	Concurrence existante	Recommandé	Considérer l'option la plus adaptée en fonction de la nature et du montant du besoin	Oui	Oui	Oui
	Concurrence inexistante	Normalement inutile mais conseillé en cas de doute sur l'exclusivité du fournisseur	Considérer l'option la plus adaptée en fonction de la nature et du montant du besoin	Oui	Oui	Oui
CHAMP DES PROCEDURES DE MARCHÉ ADAPTÉES						
Supérieur à 20 000 euros HT	Concurrence existante : Plusieurs fournisseurs possibles	Très recommandé	Oui	Préférer l'obtention de devis	Oui	Oui
	Concurrence inexistante : un seul fournisseur possible	Normalement inutile mais conseillé en cas de doute sur l'exclusivité du fournisseur	Oui	Préférer l'obtention de devis	Oui	Oui

(1) Le référentiel achat inter-EPST liste les "familles de fournitures homogènes". L'estimation du montant des dépenses prévisionnelles en besoins réguliers se fait par famille de ce référentiel.

NB : tous les besoins relevant d'une même famille du référentiel achat ne sont pas nécessairement réguliers.

La PRM peut identifier au sein des familles listées dans le référentiel achat des "sous-familles" de besoins réguliers de caractéristiques proches qui peuvent éventuellement être regroupés et faire l'objet d'une mise en concurrence.

Dans ce cas, elle met en œuvre les moyens de mise en concurrence de son choix pour ces dites « sous-familles » de besoins réguliers et retient l'offre économiquement la plus avantageuse (ex : papier pour imprimante, gants d'expérimentation, etc.).

Pour les besoins non couverts par un marché national ou local et dont le montant est supérieur à 90 000 euros HT, la PRM est le délégué régional. Consulter le service financier de la DR.