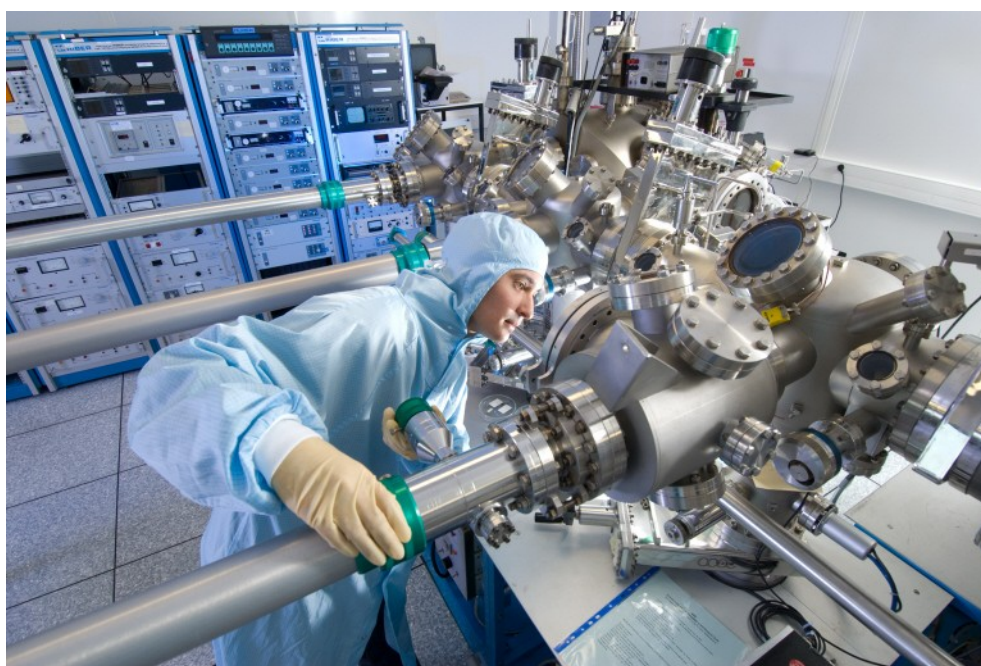


L'ACHAT DANS LES UNITÉS

Édition
janvier 2012



© CNRS Photothèque - RAGUET Hubert

**Dispositions applicables uniquement aux achats des unités
du CNRS soumis à l'Ordonnance du 6 juin 2005**



www.cnrs.fr

Table des matières

Avant-propos	3
I - Comment évaluer les besoins ?	5
A. Deux types de besoins.....	5
II - Qui conduit les procédures de passation des marchés ?	7
A. Détermination de la PRM.....	7
B. Coordination de commandes de plusieurs PRM.....	8
C. Rôle et responsabilité de la PRM.....	8
III - Comment conduire la procédure d'Achat ?	11
A. La définition du besoin.....	11
B. La publicité et la mise en concurrence.....	12
C. Le choix de la meilleure offre.....	15
D. L'information des fournisseurs non retenus.....	16
E. Achats > 20 K€HT : avis d'attribution obligatoire sur PUMA.....	17
F. Contractualisation.....	17
G. Archivage des documents.....	18
IV - Comment optimiser ses achats ?	19
A. Cartographie des achats de l'unité.....	19
B. Analyse du marché « fournisseurs ».....	20
C. Standardisation des besoins.....	20
D. Globalisation des besoins.....	20
E. Négociation avec les fournisseurs.....	21
F. Regroupement des commandes.....	21
V - Intégrer le développement durable dans ses achats	22
A. Définition et recours au développement durable.....	22
B. Les achats socio responsables.....	22
C. Outils existants.....	23
VI - Quels sont les outils informatiques mis à disposition ?	25
A. Codification des achats et suivi des cumuls.....	25
B. Outils informatiques d'aide à l'achat.....	26
C. Contacts.....	30
Glossaire	31
Signification des abréviations	34

Avant-propos

Avec près de 700 M€ d'achats en 2010, dont 40% d'achats scientifiques, le CNRS se situe dans les tout premiers rangs des opérateurs publics en France, ce qui le place au cœur des défis de la modernisation de la gestion publique.

Assurer un approvisionnement en quantité et en qualité des unités, garantir la sécurité juridique des achats et améliorer la performance économique de la commande publique sont les principaux enjeux qui se présentent aujourd'hui au CNRS.

Pour ce faire, le CNRS a adopté une organisation confiant à chaque niveau de responsabilité les prérogatives permettant la plus grande efficacité :

- une définition stratégique de la politique d'achat par la direction déléguée aux achats et à l'innovation rattachée à la direction de la stratégie financière, de l'immobilier et de la modernisation, et la conduite des procédures nationales : marchés nationaux massifiés, accords-cadres pour l'instrumentation scientifique, marchés des instituts nationaux (INSU, IN2P3) ;
- un pilotage de proximité par les délégations régionales pour leurs propres besoins et pour ceux des unités au-delà du seuil des procédures formalisées ;
- une responsabilité très large confiée aux directeurs d'unités, dans le respect des règles de la commande publique, pour leurs propres besoins et pour les achats ne relevant pas d'une politique de massification au niveau national, avec le soutien et l'expertise des délégations régionales.

La politique de l'établissement qui vise l'excellence en matière d'achat public repose sur plusieurs axes stratégiques dont la mise en œuvre repose au quotidien sur l'ensemble du réseau achat de l'établissement.

En premier lieu, la massification, par des marchés nationaux pour l'ensemble des approvisionnements généraux (missions, équipements informatiques, téléphonie, fournitures de bureau) sera poursuivie et le recours à l'Union des groupements d'acheteurs publics (UGAP) sera encouragée afin d'améliorer la performance économique de nos achats et d'en assurer la sécurité juridique. Chaque fois que possible, le rapprochement avec les autres établissements publics du groupe « achat recherche » ou avec les universités sera encouragé pour réaliser les économies d'échelle les plus importantes, tout en prenant en compte la spécificité des besoins du CNRS.

En deuxième lieu, la prise en compte du développement durable, tant sur le plan environnemental que social, devra être systématiquement recherchée conformément aux engagements de la Charte du développement durable signée par le CNRS au début de l'année 2011. C'est en assumant sa responsabilité sociale que l'établissement confortera sa réputation au bénéfice de la collectivité.

Enfin, le CNRS continuera à se situer à la pointe de la modernisation des procédures d'achat. Après avoir mis en place avec un succès sans cesse croissant, la carte « achat », la carte « affaires » et la carte « logée », les prochains mois verront les premiers pas de la procédure de dématérialisation des achats via un portail d'achats en ligne, puis ceux de la dématérialisation des factures, pour recentrer l'activité des responsables d'achat vers des missions à plus grande valeur ajoutée.

Le guide de l'achat établi par la direction déléguée aux achats et à l'innovation décline de façon pratique et concrète à l'attention de l'ensemble des acheteurs les priorités stratégiques énoncées ci-dessus. Nous souhaitons qu'il réponde pleinement à vos besoins et qu'il facilite au quotidien l'accomplissement des missions de tous les acheteurs de l'établissement.

Bonne lecture

Thibaut Sartre
Directeur de la stratégie financière,
de l'immobilier et de la modernisation

Vincent Goujon
Directeur délégué
aux achats et à l'innovation

La connaissance des besoins en fournitures, services et travaux à satisfaire pour l'ensemble de l'unité, est le préalable indispensable à toute mise en œuvre d'une procédure d'achat car elle permet d'assurer la sécurité juridique et la performance économique de l'achat. Elle est de la responsabilité du directeur d'unité pour un montant inférieur à 130 000 €HT, quelle que soit la source du financement de l'achat.

L'évaluation du besoin se fait au regard d'une part des besoins réguliers et d'autre part des besoins contribuant à des unités fonctionnelles.

A. Deux types de besoins

1. Les besoins réguliers

Définition

Il s'agit de besoins homogènes pour lesquels les approvisionnements sont effectués de manière récurrente ou habituelle, sans que puisse être *a priori* limitée la durée du besoin.

Méthode

L'évaluation se fait en début d'année, par famille homogène du référentiel achats, (se reporter au point IV.A ('Cartographie des achats de l'unité')).

Elle peut s'obtenir par projection des dépenses de l'année précédente, par famille, en tenant compte des évolutions prévisibles pour la nouvelle année.

Par principe, la durée minimum prise en compte est l'année. Toutefois, le directeur d'unité peut décider d'une durée supérieure, pour des raisons économiques ou d'opportunité ou encore suivant le modèle économique du secteur concerné (ex.: 4 ans pour des photocopieurs ; 3 ans pour le nettoyage de locaux). Dans ce dernier cas, le montant du besoin régulier est le montant total, toutes années confondues.

Le montant à comparer aux seuils est celui des besoins réguliers, par famille homogène. Il détermine la personne responsable du marché (PRM) et la procédure à mettre en œuvre pour les besoins réguliers de la famille considérée



Exemple

Maintenance, certains consommables de laboratoire comme les gants, blouses, consommables en plastique, gaz.

Achats métiers très spécifiques : tests cultures, enzymes...

Remarque :

certains achats scientifiques présentent un caractère moins substituable qui rend difficile la prise en compte de certains seuils au regard d'un code précis .

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

Définition

Une unité fonctionnelle correspond soit à un besoin ponctuel soit à un ensemble de besoins répondant à une même finalité et pour une période limitée dans le temps.

Le besoin est qualifié de ponctuel lorsqu'il survient à un moment donné ou répond à une même finalité et pour une période de temps limitée. C'est une opération unique qui ne peut être prise en compte dans les besoins réguliers.



Exemple : Ensemble d'achats constituant une Unité Fonctionnelle (UF)

- L'achat d'un équipement - imprimante, appareil scientifique, la réalisation de travaux immobiliers ;
- Tous les besoins s'inscrivant dans un projet d'organisation d'un colloque, c'est-à-dire les travaux d'impression et de publication, la location de salle, la restauration, l'hébergement ;
- Les opérations de travaux ;
- L'ensemble des besoins occasionné par l'installation d'une nouvelle équipe (mobilier, informatique....).

Nota Bene :

Le financement des contrats européens n'a pas d'incidence sur l'évaluation des besoins.

Méthode

L'évaluation se fait au moment de la survenance du besoin.

Le montant à comparer aux seuils[⊖] est celui de l'ensemble des besoins relevant de l'unité fonctionnelle[⊖] concernée, le cas échéant toutes familles homogènes du référentiel achats[⊖] confondues.



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 : le montant de l'équipement, plus, éventuellement, les frais d'installation, le montant du contrat d'entretien, etc ;
- pour l'aménagement d'un laboratoire, l'arrivée d'une nouvelle équipe.

Qui conduit les procédures de passation des marchés ?



Détermination de la PRM	7
Coordination de commandes de plusieurs PRM	8
Rôle et responsabilité de la PRM	8

Le président du CNRS a délégué ses pouvoirs adjudicateurs par décision interne (DEC100014DAJ du 21 janvier 2010) à des "personnes responsables des marchés".

Cette délégation autorise la PRM à mettre en œuvre et à signer les procédures de passation des marchés et des accords-cadres *dans la limite de ses compétences telle que définie dans la dite décision, et explicitée dans ce guide.*

A. Détermination de la PRM



Fondamental

Le directeur d'unité est PRM dans les cas suivants :

- si le montant estimé des besoins réguliers[☞] d'une famille du référentiel achats[☞] ou celui de besoins ponctuels[☞], pour des fournitures, des services ou des travaux, est inférieur à 130 000 €HT ;
- pour les remises en compétition et l'attribution de marchés subséquents aux accords-cadres passés par la DDAI[★] et les Délégations régionales (quel que soit le montant) ;
- en cas de coordination de commandes de plusieurs unités d'une même Délégation régionale, pour un besoin inférieur à 130 000 €HT .

Le directeur d'unité n'est pas PRM dans les cas suivants :

- si le montant estimé des besoins réguliers[☞] d'une famille du référentiel achats ou celui du besoin ponctuel est supérieur ou égal à 130 000 €HT, la PRM[★] est soit le délégué régional soit, le directeur de la DDAI[★] .
- si le besoin entre dans l'objet d'un marché national, la PRM[★][☞] est le directeur de la DDAI[★]. Celui-ci est personne responsable des marchés nationaux suivants : missions, matériels informatiques, abonnement aux revues, téléphonie mobile, assurances ;
- en cas de coordination de commandes de plusieurs unités dépendant d'au moins deux Délégations régionales et pour un montant supérieur ou égal à 130 000 €HT, la PRM[★] est un délégué régional.



Complément : Intranet

Le détail exact de la couverture des marchés nationaux figure dans l'*intranet des achats*[☞], à la rubrique *Contrats nationaux*.


B. Coordination de commandes de plusieurs PRM

Plusieurs unités ou entités peuvent avoir des besoins communs (ex : fournitures de labo, équipements, maintenance). Il peut alors s'avérer économiquement intéressant de globaliser les achats pour obtenir de meilleures offres ou pour maintenir une cohérence de service (ex : entretien).

Les directeurs d'unité sont libres de regrouper certains de leurs achats et de ne passer qu'un seul marché pour l'ensemble des unités concernées. Ce regroupement s'effectue dans le respect des indications du point II. A ('Détermination de la PRM') et de la décision DEC100014DAJ.

C. Rôle et responsabilité de la PRM

1. Rôle de la PRM

La PRM  est chargée de la mise en œuvre des procédures de passation et d'exécution des marchés (cf. l'annexe II 'Déroulement d'une procédure').

A ce titre, c'est elle qui :

- définit les besoins et évalue leur montant ;
- effectue la publicité initiale ;
- met en concurrence ;
- choisit le titulaire du marché ;
- informe les fournisseurs non retenus du choix effectué ;
- signe et envoie le bon de commande et, le cas échéant, le contrat : à ce titre elle engage juridiquement l'établissement ;
- effectue la publicité d'attribution.



Conseil

Il est toujours possible de consulter le service achats/marchés de sa délégation, notamment pour les achats comportant un enjeu technique, économique et/ou juridique afin d'obtenir des conseils.

Notamment, si la commande s'accompagne d'un contrat, il est fortement recommandé au DU de présenter le projet du contrat au service financier de la délégation avant toute signature, afin de prévenir toute difficulté d'exécution .



Attention

S'il s'agit de besoins de travaux, ceux-ci ne doivent pas porter sur l'infrastructure des bâtiments, ni sur les installations techniques et les réseaux primaires en place. Ils peuvent concerner :

- réfection des peintures, remplacement de revêtement de sols ;
- re-cloisonnement des compléments ou modifications des installations terminales électriques de distribution et d'alimentation ;
- chauffage, ventilation, climatisation, évacuation, travaux de plomberie ;
- prestations pour les contrôles périodiques obligatoires portant sur l'infrastructure du bâtiment (installations électriques, ascenseurs, compresseurs, chaufferies, etc.) et sur les équipements et installations particulières (sorbonnes, appareils à pression, machines-outils, etc.).

Quel que soit le montant, pour les travaux de recloisonnement, chauffage, ventilation, climatisation et modification des installations terminales électriques de distribution et d'alimentation, **la validation préalable du projet de marché par le service technique et logistique et par l'ingénieur régional d'hygiène et de sécurité doit être requise.**

Les ACMO (et PCR) du laboratoire doivent également être consultés en amont.

2. Responsabilité de la PRM

La PRM★ doit veiller au respect des principes fondamentaux de la commande publique :

- liberté d'accès à la commande publique, c'est à dire permettre aux fournisseurs d'avoir connaissance de l'achat projeté :
 - demande de plusieurs devis, publicité sur PUMA obligatoire à partir de 20 000 €HT doublée si nécessaire d'annonces sur un autre support (se reporter à la Fiche III suivante) ;
- égalité de traitement des candidats :
 - en communiquant à tous les candidats les réponses données sur une question technique,
- transparence des procédures, garante de l'efficacité de la commande publique et de la bonne gestion des deniers publics :
 - De ce fait, la PRM doit pouvoir justifier d'une mise en concurrence adaptée et du choix du fournisseur retenu (cf. Point III. C).

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, voir ci-après).



Rappel : Négociations : obligation d'annonce, et modalités

L'acheteur doit énoncer clairement dans le règlement de consultation son intention de négocier ou pas. Ainsi la phrase "se réserve le droit de négocier" ne peut plus être utilisée. Dès lors que les négociations sont annoncés, il doit également en définir les modalités, notamment les modalités de critères de sélection des candidats admis à négocier et leur nombre maximum - ex. les 3 premiers classés selon les critères de sélection.

Après l'analyse des offres, l'acheteur envoie les modalités de consultation – mail, fax – à tous les candidats admis à sélectionner (durée de l'audition, lieu).

En cours de négociations, si des points techniques sont modifiés à la marge, ces informations doivent être diffusées dans les mêmes délais à tous les candidats (cf. le guide de la négociation dans l'intranet achats).



Définition : Le délit d'octroi d'avantage injustifié, dit "délict de favoritisme"

Défini à l'article 432-14 du Code pénal, le délit d'octroi d'avantage injustifié consiste « ... à procurer, ou tenter de procurer à autrui, un avantage injustifié par un acte contraire aux dispositions législatives ou réglementaires ayant pour objet de garantir la liberté d'accès et l'égalité des candidats dans les marchés publics et les délégations de service public. »

Quelques exemples qui relèvent du délit de favoritisme :

- faire du "sur mesure" dans la définition du besoin ;
- communiquer des renseignements confidentiels à un seul candidat ;
- rejeter un candidat sans justification pour en favoriser un autre ;
- accepter une offre hors délais ;
- négocier sans mise en concurrence en dehors des cas où cette possibilité est offerte....

La peine maximum encourue est de deux ans d'emprisonnement et de 30 000 € d'amendes.

Qui conduit les procédures de passation des marchés ?

Le juge peut prononcer des peines complémentaires telles que l'inéligibilité ou l'interdiction d'exercer une fonction publique ou l'activité professionnelle exercée au moment des faits.

Il existe d'autres délits non spécifiques et applicables comme :

- le faux en écriture, ex. : constater un service fait ou établir un PV d'acceptation pour un produit non livré ;
- la prise illégale d'intérêt, ex. : attribution d'un marché à une société avec laquelle l'acheteur dispose d'un intérêt particulier (lien familial, amitié, intéressement financier,...)
- la corruption passive et trafic d'influence

Comment conduire la procédure d'Achat ?



La définition du besoin	11
La publicité et la mise en concurrence	12
Le choix de la meilleure offre	15
L'information des fournisseurs non retenus	16
Achats > 20 K€HT : avis d'attribution obligatoire sur PUMA	17
Contractualisation	17
Archivage des documents	18

A. La définition du besoin

Une bonne définition conditionne l'efficacité de l'achat

Pour obtenir une offre satisfaisante, il faut au préalable définir précisément le besoin. La PRM★ doit effectuer une « analyse fonctionnelle » de son besoin, c'est-à-dire qu'elle décrit ce besoin de façon exhaustive, en termes d'objectifs ou de performance.

Cette analyse permet d'éviter un achat de sur-qualité (trop onéreux et inutile) ou de sous-qualité (pouvant nécessiter une nouvelle commande).

Un « bon achat » permet une meilleure gestion des coûts directs (ex : mutualiser l'achat de fournitures de bureau diminue leur coût global) et des coûts indirects (ex : rationaliser les factures diminue le nombre de factures à traiter en interne).

C'est une étape de formalisation du besoin dans un cahier des charges techniques plus ou moins élaboré en fonction de la nature et de l'enjeu. Elle détermine la forme du marché (global, alloti, fractionné), permet de définir les critères d'analyse des offres, conditionne la pertinence des réponses des fournisseurs, et assure la bonne exécution du marché.



Conseil

Bien évaluer les enjeux.

Ne pas orienter le cahier des charges en :

- citant des marques,
- imposant une solution technique propre à un prestataire...



Complément : Intranet

La Direction Déléguée aux Achats et à l'Innovation a élaboré des outils d'aide à la définition du besoin : voir en Annexes, Fiche III, ainsi que les différents guides mis en ligne dans l'intranet rubrique *Outils de l'acheteur*, sous-rubrique *étapes de l'achat* .

B. La publicité et la mise en concurrence

1. Les règles d'achats prévues au CNRS pour des laboratoires

BESOINS DES LABORATOIRES		
	De 1 à 130 000 €HT	= ou > 130 0
Qui est PRM	Le DU	Le DR ou le directeur de la DDAI
Nature du besoin	fournitures Services Petits travaux	fournitures Services
Type de procédure	Procédure adaptée	Procédure formalisée
Publicité	Mise en concurrence adaptée Si achats supérieurs à 20 000 €HT , avec - au minimum - publicité sur PUMA	Avec publicité au JOUE (niveau européen)

Tableau 1 Règles des achats en laboratoire

Les achats inférieurs ou égaux à 130 000 €HT sont dénommés marchés à procédure adaptée (MAPA) : ils sont placés sous la responsabilité du Directeur d'unité (DU). Les règles d'achat pour les MAPA sont définies par le pouvoir adjudicateur (le CNRS).

A partir de 130 000 €HT, les modalités de publicité et de mise en concurrence pour l'achat de fournitures et de services sont formalisées : ces achats sont placés sous la responsabilité du Délégué régional ou du Directeur délégué aux achats et à l'innovation.



Complément

Le détail des règles entre 1 et 130 000 €HT figure en annexe VI du présent guide.



Remarque

L'intérêt d'une procédure au niveau européen doit toujours être recherché (selon l'objet, le montant, le secteur économique et le lieu d'exécution).

Il est impératif d'éviter un découpage artificiel qui conduirait à une sous estimation du besoin dans le but d'éviter une procédure formalisée.

2. La mise en œuvre au CNRS

Avant tout achat, le directeur d'unité doit d'abord s'assurer que le besoin n'est pas couvert par un accord-cadre ou un marché national (voir ci-dessous) ou local (ex. : marché de restauration, de nettoyage, de recyclage de déchets,...).

Puis en tant que PRM★, il adapte la publicité en fonction du montant, de la nature, des caractéristiques, et des circonstances de l'achat, ainsi que du nombre et de la localisation des fournisseurs potentiels.

Les accords - cadres scientifiques sont relatifs aux grosses instrumentations.

Les marchés nationaux concernent à ce jour :

- les missions ;
- le matériel informatique ;
- les assurances ;
- la téléphonie mobile ;
- les abonnements aux périodiques scientifiques.

La rubrique "Contrats nationaux" de l'intranet achats, détaille les informations relatives aux marchés nationaux et aux accord-cadres scientifiques.



Attention

Si le montant de son besoin est supérieur à 20 000 €HT, la PRM a obligation de publier la publicité de son besoin sur PUMA★ (se reporter à la FICHE VI point B ('Outils informatiques d'aide à l'achat).

Elle reste libre d'utiliser des supports de publicité complémentaires, adaptés à l'objet de son marché.

La publicité préalable est destinée à faciliter l'accès des fournisseurs aux achats du CNRS, à obtenir le meilleur rapport qualité/prix, ainsi qu'à garantir la transparence des procédures et la sécurité juridique des achats. Elle est considérée comme satisfaisante si elle permet aux candidats potentiels d'être informés de l'intention et du contenu de l'achat, en vue d'aboutir à une diversité d'offres suffisante pour garantir une réelle mise en concurrence.

Les règles définies par le CNRS sont synthétisées dans le tableau ci-après.

Typologie et montants des besoins		Règles de publicités et de mises en concurrence
Fournitures Services	inférieur à 20 000 €HT	Achats libres. Consultation conseillée des offres préférentielles sur l'intranet des achats, de catalogues, de COUGUAR et/ou éventuellement demande de devis.
	Égale ou supérieur à 20 000 €HT Et strictement inférieur à 130 000 €HT	Publication de l'avis obligatoire sur PUMA. La PRM reste libre d'utiliser des supports de publicité complémentaires adaptées.
Petits travaux	inférieur à 20 000 €HT	Achats libres. Consultation conseillée de catalogues et/ou éventuellement demande de devis.
	Égale ou supérieur à 20 000 €HT Et strictement inférieur à 130 000 €HT	Publication de l'avis obligatoire sur PUMA. La PRM reste libre d'utiliser des supports de publicité complémentaires adaptées.

Tableau 2 Typologie des besoins et mise en concurrence

3. Contrôle a priori des marchés

Entre 90 000 €HT et 130 000 €HT, tout projet de marché doit obtenir avant la publication de l'avis de publicité, puis avant signature du contrat, le visa du délégué régional.

4. Les dérogations apportées aux règles de publicité et de mise en concurrence

Les achats effectués auprès d'un fournisseur dit « unique »

« 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 ou biologiques, à certains gaz, à des matériels brevetés, à certains services de maintenance, etc.

La notion de produit ou de matériel non substituable ne s'assimile pas nécessairement à la notion de fournisseur unique, car un même matériel peut être revendu par plusieurs fournisseurs ayant obtenu des droits de distribution.

Attention : les produits non substituables ne doivent pas être pris en compte dans les computations des besoins par code nomenclature à comparer au seuil.

La notion de **commande complémentaire** se définit comme une commande effectuée à titre accessoire auprès du fournisseur initial, destinée soit :

- à l'extension de commandes afférentes à ces fournitures ou à ces matériels ;
- au renouvellement partiel de fournitures ou de 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 d'utilisation et d'entretien - voire un coût - disproportionnés par rapport à l'objectif poursuivi et aux avantages liés à une mise en concurrence.



Attention

Pour justifier la notion de fournisseur unique, il faut 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.

Le caractère non substituable doit être explicité et consigné par la PRM, afin de pouvoir justifier l'achat en cas de contrôle.

On ne peut déroger à la mise en concurrence au motif, par exemple, que le fournisseur auprès duquel on souhaite passer commande, serait le seul fournisseur connu par le laboratoire comme étant capable de répondre au besoin.

En cas de doute, la publicité est obligatoire.

Les achats auprès de l'UGAP

Le CNRS dispose à ce jour d'une convention cadre nationale passée avec l'Union des groupements d'achats publics (*UGAP*) qui lui permet d'obtenir des prix très compétitif sur certaines familles d'achat.

Achats obligatoires auprès de l'UGAP :

- le papier de reprographie éco responsable ;
- tout achat d'un véhicule neuf.

Achats à privilégier :

- les consommables d'impression, et plus particulièrement l'achat de cartouche générique.

Outre les économies directes que permet de réaliser un achat auprès de l'UGAP, il faut également retenir la réduction des coûts globaux, l'UGAP ayant déjà effectué les mises en concurrence réglementaires.



Complément : Intranet

Pour plus de détails sur la convention CNRS / UGAP et l'achat auprès de cet organisme, consultez la page dédiée :

http://www.dgdr.cnrs.fr/intranetachats/ugap/ugap_presentation.htm

5. Le cas particulier des marchés subséquents aux accord cadres

Les accord-cadres[☞] relatifs à la grosse instrumentation scientifique, sont de nouveaux types de contrats publics qui lient le CNRS à plusieurs fournisseurs.

Lorsqu'un besoin précis survient et entre dans le champ d'un accord-cadre, la PRM effectuée une remise en compétition des fournisseurs via l'outil RECA.



Complément : Intranet

Le *Guide de recours aux accords-cadres* est disponible sur l'intranet rubrique Outils de l'acheteur / Guides de l'acheteur :

http://www.dgdr.cnrs.fr/intranetachats/guide-outils/guide/guide_acheteur.htm



Attention : Contrôle interne et gestion d'un marché subséquent

Le DU doit :

- présenter le projet de remise en compétition dès 90 000 €HT au visa délégué régional avant sa publication ;
- contacter le service achat / marché de la délégation avant notification du marché au titulaire pour la création du marché subséquent dans l'outil de gestion.

C. Le choix de la meilleure offre

L'analyse des offres consiste à étudier et comparer les offres au regard des critères prévus dans la publicité, dans le but de sélectionner l'offre économiquement la plus avantageuse.

1. Les critères

La PRM[☞] choisit l'offre économiquement la plus avantageuse à partir de plusieurs critères pondérés (ou hiérarchisés - voir ci-dessous) qui doivent permettre d'obtenir le meilleur rapport qualité / prix. Ces critères peuvent être notamment :

- la valeur technique : précision, fiabilité, pureté, composition du produit, le caractère innovant, etc. ;
- le coût global d'acquisition : prix + coût d'utilisation + coût de transport + coût du recyclage ;
- la rentabilité ;
- le caractère esthétique et fonctionnel ;
- la qualité de service du fournisseur : SAV, disponibilités en pièces détachées, assistance technique, etc. ;
- les délais : livraison , exécution ;
- les performances en matière de de protection de l'environnement ;
- les performances en matière d'insertion professionnelle des publics en difficulté,

D'autres critères peuvent être pris en compte s'ils sont justifiés par l'objet du marché.

Pondération et hiérarchisation

Si la hiérarchisation est possible dans les marchés à procédure adaptée (MAPA), il est néanmoins fortement conseillé de n'y recourir qu'en cas d'impossibilité d'appliquer la pondération.

La pondération (cas le plus courant) :

La PRM précise à l'avance aux candidats que les critères de sélection qu'il énonce dans son avis font chacun l'objet d'un coefficient chiffré ; chaque offre conforme est ensuite analysée et se voit attribuer une note par critère énoncé, pondérée selon le coefficient annoncé.

Au final, l'offre retenue est celle ayant obtenu la meilleure moyenne, autrement dit la meilleure pondération.

La hiérarchisation (rarement utilisée) :

La PRM met en place un système qui indique à l'avance aux candidats les critères sur lesquels leurs offres seront jugées et indique l'ordre d'importance de ces critères.

les offres sont analysées pour chaque critère dans l'ordre de la hiérarchisation indiquée et se voit éliminée au fur et à mesure de leur adéquation par rapport à ce critère.

Au final, l'offre retenue est celle ayant passé tous les stades d'analyse.



Attention : Niveau de pondération

Il est déconseillé d'attribuer une pondération supérieur ou égale à 60% à un critère autre que celui du prix.



Complément : Intranet

Se reporter à la page de l'intranet *analyse des offres*

2. Utilisation du formulaire de choix de l'offre

Au vu des offres reçues, la PRM effectue son choix et le consigne par écrit en le motivant (en indiquant notamment les gains obtenus après négociation).

Pour ce faire, elle doit utiliser le formulaire joint en annexe 4, pour tout achat d'un montant supérieur ou égal à 20 000 €HT. Ce formulaire doit être numéroté, puis archivé.

D. L'information des fournisseurs non retenus

Les fournisseurs non retenus doivent être avertis du rejet de leur offre, avant toute contractualisation (signature et envoi du bon de commande ou du contrat spécifique), afin de leur permettre de connaître les motifs du rejet et éventuellement de contester la décision prise.

Cette formalité est **obligatoire avant notification du marché**.

Que peut-on communiquer ?

Aucune information tant que le marché n'est pas signé !

Après signature du marché :

- tout renseignement est communicable, quelle que soit la personne à l'origine de la demande, **sauf s'il porte atteinte au respect du secret en matière industrielle, commerciale et financière du fournisseur retenu.**

Concrètement, le fournisseur est en droit de demander :

- le nom, le montant global et les avantages de la solution retenue par rapport à son offre.



Attention

Il ne peut pas être divulgué notamment :

- les moyens techniques et humains ;
- les certifications ;
- le chiffre d'affaires ;
- les coordonnées bancaires ;
- les références de clients privés ;
- des éléments techniques de l'offre du candidat (secret commercial) ;
- le détail du prix global d'un marché récurrent (ex : le bordereau de prix d'un marché de nettoyage).

Le risque associé à une communication d'une information confidentielle est juridique (amendes) et surtout pratique (perte de la confiance, voire de toute possibilité de collaboration ultérieure avec le fournisseur).

En cas de doute, la PRM doit refuser de communiquer toute information et demander conseil au service achat/marchés de la Délégation régionale.



Complément : Internet

Des informations concrètes et précises concernant les informations et documents transmissibles aux candidats non retenus sont indiquées sur le site de la Commission d'Accès aux Documents Administratifs (CADA), notamment un *tableau récapitulatif*.

E. Achats > 20 K€HT : avis d'attribution obligatoire sur PUMA

L'avis d'attribution sur PUMA est obligatoire depuis le 1er août 2011 pour les achats supérieurs ou égaux à 20 000 €HT ; il expose les informations essentielles du contrat finalement conclu ; a minima : nom du fournisseur retenu, montant (excepté pour les marchés à bons de commandes), date de contractualisation.

Cette publication permet de :

- répondre à l'obligation de transparence à laquelle est soumise la PRM ;
- légitimer vis-à-vis des fournisseurs rejetés, l'existence du contrat et la pertinence du choix effectué ;
- conserver un historique des mises en concurrence abouties de l'unité ;
- faciliter le recensement (obligatoire) des marchés conclus et donc de répondre plus facilement à la demande annuelle de la Délégation régionale.

F. Contractualisation

Pour tout achat simple, le contrat[☞] est constitué du bon de commande Xlab[☞] - qui vaut acceptation des conditions générales d'achat du CNRS[☞] dont le lien est signalé - et, le cas échéant, du devis ou de l'offre du fournisseur retenu. L'achat est contractualisé quand la PRM[☞] envoie le bon de commande signé au fournisseur.

Lorsque le besoin est inférieur à 20 000 €HT, il est conseillé de ne recourir à un contrat spécifique qu'en cas de nécessité réelle.

Pour tout achat plus complexe (ex : équipement stratégique nécessitant des pénalités de retard particulières, des modalités de livraison, un délai d'exécution et des garanties associées), un contrat spécifique, simple ou plus complexe, peut être signé. Des documents-types (annexes au bon de commande, contrat simple pour les fournitures ou les services) sont à disposition sur le site intranet à la rubrique *Outils de l'acheteur* de l'acheteur sous-rubrique *base documentaire*.

Le service financier de la Délégation est à la disposition des unités à cet effet. L'achat est contractualisé lorsque la PRM envoie le contrat spécifique signé au fournisseur.

La contractualisation doit être effectuée avant tout commencement d'exécution du marché.



Attention : Reconduction du marché

Le décret n° 2011-1000 du 25 août 2011 a modifié certaines dispositions applicables aux marchés et contrats de la commande publique, notamment :

- s'agissant de la durée du marché, sauf stipulation contraire, la reconduction prévue dans le marché est tacite.
Si la PRM souhaite ne pas reconduire le marché, elle doit donc en informer formellement le titulaire.

G. Archivage des documents

L'archivage des documents relatifs à l'achat permet de justifier ultérieurement les choix et la qualité de l'achat, notamment en cas d'audit interne (contrôle interne a posteriori effectué par les Délégations régionales sur les achats des unités d'un montant inférieur à 130 000 €HT) ou en cas de contrôle externe (ex : Cour des comptes).

Le tableau ci-dessous récapitule les documents à conserver et les durées d'archivage :

Documents concernés	Exemples	Durée d'archivage
Documents publicitaires émanant Des fournisseurs non retenus	Plaquettes, etc.	5 ans à compter de la contractualisation
Documents à caractère contractuel Émanant des fournisseurs non retenus	Devis, lettre, etc.	5 ans à compter de la contractualisation
Documents non contractuels émanant du CNRS	Copie de la publicité, Formulaire du choix de l'offre, etc.	10 ans à compter de la contractualisation
Documents contractuels émanant Du CNRS ou du fournisseur retenu	Copie du bon de commande, Copie du devis, Contrat spécifique, etc.	10 ans à compter de la date d'admission/réception

Tableau 3 Tableau des délais d'archivage obligatoires

Cartographie des achats de l'unité	19
Analyse du marché « fournisseurs »	20
Standardisation des besoins	20
Globalisation des besoins	20
Négociation avec les fournisseurs	21
Regroupement des commandes	21

Optimiser ses achats ou acheter mieux et au meilleur prix.

L'efficacité économique des achats se définit comme la 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, de délais et de coûts.

En pratique, il s'agit de :

- standardiser les besoins ;
- globaliser les achats pour sécuriser les approvisionnements et réaliser des économies en jouant sur l'effet de volume ;
- négocier avec les fournisseurs ;
- regrouper les commandes pour réduire leur coût de traitement).

La mise en œuvre de ces actions impose plusieurs préalables :

- disposer d'une cartographie des familles d'achat stratégiques ('Cartographie des achats de l'unité') ;
- étudier le marché économique pour avoir une bonne connaissance des fournisseurs et des offres existantes ;
- parfaire la définition de son besoin.

A. Cartographie des achats de l'unité

Pour être efficace, la stratégie d'achat ne doit porter que sur les achats représentant un chiffre d'affaires significatif pour l'unité.

Il convient donc d'identifier les familles stratégiques sur lesquelles des économies substantielles peuvent être réalisées. En effet, on constate qu'environ 80% des dépenses sont concentrées sur environ 20% des familles d'achat : c'est principalement sur ces 20% que doit porter la stratégie d'achat*.

Pour établir la cartographie des achats de l'unité il faut rechercher les achats fréquents, d'un coût élevé, relevant d'une même famille de besoins. Il est donc conseillé de connaître le chiffre d'achats annuel de l'unité réalisé pour chaque code famille (cf. Fiche 6).



Rappel : La loi de Pareto

La loi de Pareto, aussi appelée loi des 80/20, est une loi empirique inspirée par les observations de Vilfredo Pareto, économiste et sociologue italien : environ 80 % des effets sont le produit de 20 % des causes.

B. Analyse du marché « fournisseurs »

La bonne connaissance du marché « fournisseurs » et des offres disponibles est un préalable à toute mise en concurrence. 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 (ex : fournisseur unique).

Elle peut être faite en consultant les documentations et les catalogues des fournisseurs, certains étant accessibles depuis l'intranet des achats¹. L'analyse peut conduire à une réévaluation du besoin pour une meilleure standardisation des achats (cf. le point D ci-dessous).



Complément : intranet

Se reporter à la page intranet consacrée à la *Recherche des fournisseurs*¹ dans la rubrique *Outils de l'acheteur*.

C. Standardisation des besoins

La standardisation vise à identifier les achats ne nécessitant pas de spécifications particulières.

La réduction de la diversité des articles qui répondent à un même besoin permet de :

- restreindre le nombre de fournisseurs nécessaires pour répondre aux besoins standard et donc de diminuer le nombre de bons de commande annuels correspondants (cf. Point IV.G ci-dessous) ;
- réaliser des mises en concurrence sur des volumes de besoins plus importants, et donc de bénéficier de prix plus avantageux.

De plus, l'identification des produits standards qui répond aux besoins de l'unité, permet une meilleure adéquation de la demande à l'offre disponible sur le marché (consultation de catalogues, bonne connaissance du marché) et élargit ainsi la concurrence.

D. Globalisation des besoins

La globalisation consiste à prévoir les besoins sur une période pluriannuelle, afin de jouer, d'une part, sur l'effet de volume des commandes et, d'autre part, de sécuriser l'approvisionnement sur la durée prévue d'un projet en évitant les risques de rupture (ex : arrêt de fabrication).

La durée d'un marché se définit toujours par rapport au secteur économique concerné (excepté pour les marchés à bons de commande et les accords-cadres dont la durée ne peut, en principe, dépasser 4 ans).

Cette pratique est à différencier du regroupement des bons de commande qui vise uniquement à réduire les coûts liés à leur traitement (cf. point F ci-dessous).

1 - <http://www.dgdr.cnrs.fr/intranetachats/guide-outils/outils/annuaire.htm>

E. Négociation avec les fournisseurs

La négociation ne s'établit qu'avec le ou les fournisseurs ayant parfaitement répondu en termes d'adéquation au besoin. Elle doit être obligatoirement annoncée, en indiquant les conditions de sélection des candidats dans l'avis de publicité ou dans le règlement de consultation. Une négociation annoncée, doit obligatoirement avoir lieu.

Elle doit se dérouler dans le *respect de l'égalité de traitement des candidats* : la lettre de cadrage envoyée à tous les candidats retenus indique la durée et le lieu des auditions.

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 ses extensions, le SAV, la formation, les délais, l'incitation à l'investissement du fournisseur, etc. L'ensemble des éléments de la prestation est indissociable du prix, il est donc nécessaire de négocier sur tous les critères.

Dans le cadre des marchés à procédure adaptée, une fiche pratique sur la négociation est disponible dans l'intranet des achats à la rubrique « Outils de l'acheteur / Guides de l'acheteur ».

Pour toute demande de conseil, n'hésitez pas à consulter les responsables achats en délégation.



Attention

Si vous n'avez pas limité la négociation à un nombre de candidats (ex. les 3 meilleures offres classées), les négociations devront se dérouler avec tous les candidats dont les offres sont conformes sous peine d'occasionner une rupture d'égalité de traitement qui peut conduire à l'annulation du marché.



Complément : Intranet

Des *Guides de l'acheteur* sont mis à disposition dans la rubrique *Outils de l'acheteur*, notamment le *Guide de la négociation*.

F. Regroupement des commandes

Une fois un marché à bons de commande attribué (ex : fournitures de bureau), il est utile, pour un fournisseur donné, sur un même bon de commande, de regrouper les demandes d'achats de différents demandeurs au sein de l'unité et/ou de les regrouper dans le temps (ex : 1 à 2 fois par semaine).

Ce regroupement diminue les coûts de gestion liés au traitement des commandes et des factures.

En effet, 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 95 €. Ainsi, le montant de la facture doit être au moins de 1 500 € pour que le coût complet du traitement de la commande représente moins de 5% du montant de la dépense.

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

Définition et recours au développement durable	22
Les achats socio responsables	22
Outils existants	23

A. Définition et recours au développement durable

Le CNRS s'est engagé dans une démarche achats durables dès 2008 en élaborant conjointement avec les autres EPST★ la *Charte achats durables pour la recherche et l'enseignement supérieur* et en réaffirmant en avril 2011 sa volonté de mettre en place un plan d'actions développement durable au niveau de l'établissement en signant la *Charte développement durable des établissements publics et entreprises publiques*. Le plan d'actions achats durables 2010-2011, met quant à lui, au sein de ses préoccupations les achats socio responsables.



Définition

Le développement durable est défini comme un « *développement qui répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures de répondre aux leurs* ». De fait, il concilie une composante économique, sociale et environnementale.

La réglementation incite les acheteurs à prendre en compte les objectifs de développement durable à tous les stades de la procédure d'achat :

- dans la détermination des besoins à satisfaire (ex : en achetant du papier recyclé ou en achetant un produit ou un service auprès d'une entreprise adaptée (EA) ou d'un établissement et service d'aide par le travail (ESAT) ;
- dans les critères de choix de l'offre économiquement la plus avantageuse (ex : en choisissant un appareil dont les consommations en électricité sont réduites ou une proposition d'une société ayant une démarche sociale -cf. Point V.B) ;
- en le prévoyant dans les conditions d'exécution du marché (ex : en concentrant les commandes passées auprès d'un fournisseur, titulaire d'un marché à bons de commande, pour diminuer le nombre de trajets de transport et donc d'émission de gaz à effet de serre).

Parfois, la réglementation est plus contraignante. C'est le cas notamment pour le recyclage imposé pour certaines catégories d'équipements contenant des éléments électriques ou électroniques.

B. Les achats socio responsables

On appelle achats socio responsables les achats effectués auprès des secteurs protégé et adapté, représentés respectivement par les ESAT (établissement de service d'aide par le travail) et les EA (établissement adapté).

Ces achats, comme pour les achats en milieu de travail ordinaire, respectent les règles de l'achat public.

1. Achats < 20 K€HT (achats libres)

Vous pouvez demander des devis auprès des ESAT★/EA★ en effectuant une recherche sur les bases de données ci-dessous ; la recherche s'effectue par périmètre ou /et par géolocalisation :

UNEA ★ : <http://www.unea.fr/>

GESAT ★ : <http://www.reseau-gesat.com>

HANDECO★ : <http://handeco.org>

Les prestations de ces établissements concernent principalement des prestations de fournitures et services sur les domaines suivants :

- restauration (plateaux repas),
- recyclage des déchets DEEE (déchets d'équipements électriques et électroniques),
- blanchisserie,
- imprimerie,
- fournitures de bureau,
- bois.

2. Lots réservés et insertion de clauses sociales

La réglementation permet de réserver un ou plusieurs lots d'un marché, voire la totalité d'un marché - à une ESAT★ ou un EA★ .

La PRM peut également demander aux candidats de présenter une variante portant sur les aspects sociaux leur offrant ainsi la possibilité d'intégrer dans leur proposition des objectifs en matière d'insertion de publics en difficulté.

L'insertion de clauses sociales dans un marché consiste à réserver un volume d'heures aux secteurs protégé ou adapté, à condition que le marché comporte au moins 50% de services.



Méthode

La mise en place de lots réservés ou de clauses sociales nécessite une ingénierie spécifique : en amont pour vérifier que les prestataires pourront répondre, en aval pour le suivi d'exécution.


Plus que tout autre achat, un achat socio responsable demande une forte anticipation des besoins : un tel achat est chronophage mais pas forcément plus onéreux.

Il est donc conseillé :

- d'évaluer 6 mois avant leur fin d'exécution les marchés entrant de le périmètre des ESAT / EA - voir plus haut, principalement recyclage des déchets, entretien des espaces verts, restauration ;
- de se rapprocher utilement des structures locale ou autrement dit des "facilitateurs" dont on trouvera une liste sur le site *Alliance Villes Emploi*.

C. Outils existants

Sur le plan environnemental

Un guide et des fiches pratiques sont disponibles sur le site intranet des achats,  rubrique "Achats durables / présentation". Ces fiches pratiques mises à disposition pour aider à définir des besoins répondant aux objectifs de développement durable., concernent une quarantaine de produits.

Pour faciliter l'achat dit « éco-responsable », l'acheteur peut également définir son besoin en s'appuyant notamment sur :


- des écolabels officiels : NF Environnement ; écolabel européen ; etc. ;
- des référentiels écologiques reconnus : Energy Star pour l'énergie ; PEFC et SFC pour le bois ; etc. .

Sur le plan social

En matière sociale, vous trouverez sur l'intranet rubrique *Achats durables / Le volet social*, 3 guides pratiques notamment celui édité par l'OEAP★ dans le cadre de ses groupes de réflexion GPEM ★: *Commande publique et accès à l'emploi des personnes qui en sont éloignées* mis à jour en décembre 2010.



Remarque

Les achats dits socio responsables participent à l'obligation d'emploi de travailleurs handicapés (6% de l'effectif global) et contribuent à la réduction de la contribution financière du CNRS au Fonds d'Insertion des Personnes Handicapées dans la Fonction Publique (FIPHFP). Pour plus de détails, se reporter à la fiche synthétique édité par la Mission Handicap  et mise en ligne sur l'intranet achats à la rubrique *Achats durables / Le volet social*.

Chaque achat auprès d'ESAT / EA donne lieu à l'envoi d'une attestation de la part du prestataire après service fait. Cette attestation indique l'équivalent temps plein calculé sur le montant de la commande et est à envoyer à la délégation régionale à l'attention du référent budget social (cf. la liste des référents sur l'intranet des achats)

Quels sont les outils informatiques mis à disposition ?

VI

Codification des achats et suivi des cumuls	25
Outils informatiques d'aide à l'achat	26
Contacts	30

A. Codification des achats et suivi des cumuls

Trois termes équivalents :

Référentiel, code nomenclature, code famille.

1. Codification des achats dans les systèmes d'information

Dans les systèmes d'information du CNRS (Xlab et BFC), la codification des achats est indiquée en regard de chaque ligne de commande.

Cette codification est constituée par :

- le code nomenclature qui représente la famille homogène ;
- le code associé à la nature de l'achat : fonctionnement/équipement ;
- le caractère de l'achat qui est soit régulier ☹, soit ponctuel ☺ si l'achat fait référence à une unité fonctionnelle ☹ ou à 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 tel n'est pas le cas, l'utilisateur doit préciser que la commande provient d'un besoin ponctuel et indiquer le numéro d'UF★. Ce numéro est attribué lors de la création préalable dans Xlab, de l'unité fonctionnelle à laquelle se rattache le besoin.

Si la commande est constituée d'achats réguliers et d'achats ponctuels rattachés à une unité fonctionnelle, le numéro d'UF★ devra être indiqué sur les lignes de commande s'y rattachant.

Pour les travaux

Les commandes effectuées dans le cadre de travaux (familles homogènes D0, D1 et D4 du référentiel achats ☹) s'inscrivent obligatoirement dans une opération de travaux caractérisant le besoin. Le caractère de l'achat est codifié comme ponctuel.

L'opération de travaux à laquelle se rattache le besoin doit être créée au préalable dans Xlab qui attribue un numéro. Ce numéro d'OT★ devra ensuite être indiqué sur chaque commande s'y rattachant.



Complément : Internet

La documentation Xlab contient toutes les précisions sur l'utilisation de cette codification et est accessible sur le site de la DSI★ à l'adresse :

<http://www.dsi.cnrs.fr/labo/documentation/documentation.htm>

Quels sont les outils informatiques mis à disposition ?

2. États récapitulatifs des commandes dans les systèmes d'information Xlab et BFC

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

- l'état « achats réguliers » (CMP_1) : suivi du cumul commandé HT par code famille pour les achats réguliers ;
- l'état « achats ponctuels » (CMP_2) : suivi du cumul commandé HT pour les achats ponctuels, par unité fonctionnelle* et opération de travaux* ;
- l'état « achats par fournisseurs » (CMP_3) : suivi du cumul commandé HT par code famille, par fournisseur et par marché.

La *documentation XLab*, disponible sur le site de la DSI★, apporte des précisions sur tous ces états.

Les informations portées sur les commandes sont consolidées dans BFC★ pour toutes les unités de la Délégation régionale. Cette consolidation permet au/à la délégué-e régional-e d'avoir une visibilité des montants commandés par unité, par famille homogène, par marché, par fournisseur, etc.

B. Outils informatiques d'aide à l'achat

1. Liste des fonctionnalités des outils informatiques

Le portail NOUBA, "NOmenclature et Outils pour les Besoins d'Achat"

Accessible depuis le site Intranet des achats☞ ce portail regroupe les outils informatiques suivants :

- ARNO★ : pour rechercher un code nomenclature ;
- COUGUAR ★ : comparateur de prix, pour rechercher et comparer les tarifs appliqués au titre des marchés nationaux, dans le cadre des offres préférentielles☞ nationales, et négociés par les laboratoires ;
- PUMA★ : pour publier des avis de publicité et d'attribution propres aux procédures adaptées ;
- RECA★ : pour effectuer une remise en compétition automatisée lorsque l'achat relève d'un accord-cadre multi-attribué (cf. Point III. A) ;
- ROP ☞ : pour transfert et intégration des relevés d'opération (AMEX et carte achat) dans BFC. ROP en permet également la correction.

Pour de plus amples informations, outre les renseignements ci-après, consulter les aides en ligne.

2. Recherche d'un code du référentiel achats

ARNO (Assistant de Recherche de code NOmenclature) :

permet la recherche d'un code nomenclature via deux moyens :

- soit en saisissant un certain nombre de mots-clés correspondant au besoin recherché ;
- soit en navigant dans le référentiel achats☞

3. Recherche et comparaison de prix

COUGUAR comparateur de prix pour les besoins de la recherche

COUGUAR s'adresse à tous les acheteurs potentiels du CNRS, principalement dans les unités de recherche, mais également dans les services administratifs.

Il présente deux fonctionnalités principales :

- une comparaison des prix entre fournisseurs au moment de la survenance de son besoin ;
- une comparaison des prix obtenus entre laboratoires pour un article précisément identifié.

La base de prix est constituée des prix des marchés nationaux ou des offres préférentielles nationales, des marchés locaux ou des offres préférentielles régionales, des offres adressées directement aux laboratoires suite aux mises en concurrence, et des données extraites d'Xlab et de BFC.

COUGUAR permet deux types de recherche :

- soit la recherche d'article parmi toutes les offres valides à la date de la recherche. Outre l'affichage des prix, un historique des prix obtenus par d'autres laboratoires auprès du même fournisseur est également disponible ;
- soit une recherche d'offre préférentielle ou de marché valide à la date de la recherche. Outre l'affichage de l'ensemble de la liste de prix correspondante, la recherche d'article au sein de la liste sélectionnée est possible.

En plus du tarif applicable, le résultat de la recherche affiche :

- les informations sur l'article (désignation, marque, référence du fournisseur, éventuellement référence fabricant) ;
- le code nomenclature de chaque article ;
- le nom du fournisseur (un lien permet d'afficher plus d'informations sur ce fournisseur) ;
- le numéro du marché ou de l'offre (un lien sur le numéro du marché ou de l'offre permet d'afficher les informations correspondantes) ;
- l'unité de vente (ou conditionnement) ;
- le meilleur prix obtenu au cours des 12 derniers mois pour cet article chez ce fournisseur ;
- un lien vers l'historique des prix obtenus pour cet article par d'autres laboratoires auprès du même fournisseur.

Outre le numéro du marché ou de l'offre, le résultat de la recherche d'une offre affiche :

- le domaine d'achat de la nomenclature ;
- l'objet du marché ou de l'offre ;
- le bénéficiaire de l'offre ou du marché ;
- le type d'offre ou de marché ;
- le nom du fournisseur ;
- la nécessité de faire une remise en compétition avant commande (RECA) ;
- les conditions de commande ;
- les dates de début et de fin de validité de l'offre ou du marché ;
- un lien permettant de consulter la liste complète des prix valides à la date de la recherche.

4. Publication d'un avis de publicité dans PUMA

A quoi sert PUMA ?

PUMA (Publicité pour les Marchés à procédure Adaptée) permet la publication d'avis de Publicité[☞] et d'attribution pour les achats passés selon une procédure adaptée (MAPA)[☞]

Ces avis sont consultables librement sur le site de la *DDAI*. Les fournisseurs peuvent ainsi :

- en prendre connaissance ;
- s'inscrire à un système d'alerte mails pour être informés des nouveaux avis en temps réel, suivant les domaines et zones géographiques de leur choix ;
- déposer une offre par voie électronique.

PUMA assure le respect des principes fondamentaux de la commande publique, de manière simple, efficace et économique, en favorisant une large concurrence des fournisseurs.



Attention : Obligation d'utilisation de l'outil PUMA

Depuis le 1er août 2011, la publication de l'avis de publicité et de l'avis d'attribution sur PUMA est obligatoire pour les achats des unités dont le montant est supérieur à 20 000 €HT.



Complément

PUMA est utilisé par les laboratoires (achats sous Ordonnance[☞]) et par les Délégations régionales et services centraux (achats sous CMP[★]). En évolution constante, la prochaine version prévue en 2012 verra le module « avis d'attribution » profondément remanié.

L'avis de publicité comporte au total 7 modules (explicités ci-dessous) : généralités, besoins, candidatures, offres, contacts et informations complémentaires.

Quelles informations mettre dans l'avis de publicité ?

Il est important de donner l'information nécessaire aux fournisseurs avec discernement. Un manque ou une insuffisance d'information ne permet pas aux entreprises de présenter des offres satisfaisantes. A l'inverse, des informations inutiles seront considérées comme discriminatoires et donc illégales. Aussi tous les documents proposés dans les masques candidatures et offres ne sont pas obligatoirement à demander aux fournisseurs.

a) généralités

Ce module permet aux fournisseurs d'identifier rapidement l'acheteur, sa localisation et ses exigences en matière de délai d'exécution et éventuellement un allotissement.

b) besoins

Le fournisseur doit être informé des spécificités du besoin afin d'établir une offre appropriée. Aussi, il faut préciser :

- si le besoin exprimé comporte une option (extension du besoin demandé par l'unité) ou une variante (alternative proposée par le fournisseur) ;
- les conditions d'exécution particulières du marché (ex : acomptes, avances, garanties) et s'il comporte des clauses sociales ou environnementales.

c) candidatures

Parmi les nouveautés récemment introduites, se trouvent :


- la lettre de candidature (appelé aussi formulaire DC1) qui permet de savoir quelles entreprises font partie d'un groupement et qui en est le mandataire. Elle ne se demande que si plusieurs entreprises se regroupent pour répondre à un besoin de l'unité ;
- le formulaire DC2 qui permet de connaître les informations essentielles du fournisseur (situation financière, moyens, références, certification, etc.). L'essentiel de ces renseignements pouvant se trouver notamment sur des plaquettes commerciales, il n'est pas obligatoire de réclamer cette pièce. Dans tous les cas, l'unité ne doit demander que les informations réellement utiles pour sélectionner les fournisseurs intéressants.
- la copie du jugement, en cas de redressement judiciaire, qui permet de savoir si le candidat pourra exécuter le marché jusqu'au bout. En effet, si le marché a une durée supérieure à la période d'observation (6 mois en moyenne), l'unité n'est pas certaine que le marché pourra s'exécuter normalement jusqu'au terme prévu. Cette pièce est donc importante si la durée du marché est supérieure à 6 mois et si le marché est stratégique ;
- les déclarations sur l'honneur qui permettent de s'assurer que le fournisseur existe toujours (pas de liquidation judiciaire), est citoyen (a payé ses impôts), et de bonne moralité (pas de corruption, de blanchiment d'argent, etc.). La réglementation impose que ces documents soient fournis à l'administration ;
- le pouvoir du signataire qui permet à l'unité de s'assurer que la personne qui a signé l'offre, pouvait réellement engager sa société. Cette pièce est importante si l'unité signe un marché complexe ou stratégique (contrat spécifique et non simple bon de commande).

Le nouveau champ *niveaux minimum requis* n'est à remplir que si vous prévoyez d'éliminer des fournisseurs, sur la base des pièces relatives à leur candidature, et ce, avant même d'avoir regardé leur offre (ex : candidat sur ou sous-dimensionné par rapport au besoin). On indique alors dans ce champ le minimum nécessaire pour être accepté (ex : chiffres d'affaires égal à x € ; n personnes ayant tel niveau d'expérience). Ces niveaux minimum sont liés aux critères de sélection des candidatures.

Le CA minimum imposé ne peut pas dépasser 3 fois le montant global du marché.

d) offres

Les critères de sélection des offres se sont enrichis de deux éléments : la performance environnementale (ex : la production de tel matériel est-elle respectueuse de l'environnement ?) et la performance sociale (ex : le service est-il réalisé en partie par des salariés handicapés ?). Ces critères sont liés au développement durable (cf. Fiche 5).

Une rubrique concernant la négociation a également été ajoutée. Il est fortement conseillé à la PRM  de négocier, afin d'obtenir des offres de qualité. En effet, la stratégie commerciale des fournisseurs diverge selon qu'il y a ou non négociation. Aussi, il est essentiel de préciser si vous y aurez recours ou non et dans quelles conditions (ex : négociation avec les n fournisseurs ayant fait les meilleures offres initiales).

Pour finir, vous pouvez indiquer le délai de validité de l'offre remise afin d'être assuré du maintien des propositions jusqu'à la contractualisation.

e) modalités de transmissions

Doivent y être précisés, la forme de transmission des propositions (par courrier, par fax, par mail), les coordonnées du destinataire et la date limite fixée pour la remise des offres ou des candidatures.

Quels sont les outils informatiques mis à disposition ?

f) contacts

Il est renseigné un contact pour les questions techniques et un autre pour les questions administratives.

g) infos complémentaires

Vous pouvez y indiquer des informations complémentaires non prévues dans les masques précédents (visite des locaux obligatoire, nature de l'échantillon etc.) ; joindre éventuellement des fichiers (cahier des charges ou autres) ; préciser si vous avez utilisé un autre support de publicité (JOUE★, BOAMP★, ou tout autre journal spécialisé).

5. Remise en compétition automatisée des titulaires de marchés via RECA

RECA permet la remise en compétition des titulaires des Accord-cadre^{en} passés par la DDAI★, depuis le site intranet des achats via l'application NOUBA★.

Les critères de sélection des offres sont ceux indiqués dans l'accord-cadre concerné.

C. Contacts

Les services achats des Délégations régionales sont à la disposition des directeurs et des personnels des unités, si nécessaire, pour les aider dans l'application de ce guide.

pour toute question technique sur ces outils :

Sont à votre disposition :

- la DSI★ : « assistance@dsi.cnrs.fr » et « www.dsi.cnrs.fr/assist/ ».

pour toute question générale sur ces outils :

Sont à votre disposition :

- le service financier de la Délégation régionale ;
- la DDAI★ : « achats@cnrs-dir.fr » et « www.dgdr.cnrs.fr/achats ».

Glossaire

Accord-cadre d'acquisition d'instrumentation scientifique

Contrat national liant le CNRS à plusieurs fournisseurs scientifiques.

Une remise en compétition ultérieure, précisant le besoin, détermine l'entreprise qui signe le marché dit marché subséquent. Cette remise en compétition se fait via l'outil RECA.

Achats socio responsables

On appelle achats socio responsables les achats effectués auprès des secteurs protégé et adapté, représentés respectivement par les ESAT (établissement de service d'aide par le travail) et les EA (établissement adapté).

ACMO, PCR

ACMO : Agent chargé de la mise en œuvre de l'hygiène et de la sécurité

P.C.R. : Personne Compétente en Radioprotection

On se reportera utilement au site de la *Coordination nationale de prévention et de sécurité* qui liste tous les acteurs qui participent à la prévention et à la sécurité au CNRS : <http://www.dgdr.cnrs.fr/cnps/prevention/reseau.htm> et <http://www.dgdr.cnrs.fr/cnps/prevention/agent.htm>

Besoin ponctuel

Besoin ne survenant pas de manière continue ou habituelle. Exemples : achat d'un équipement (imprimante ; appareil scientifique). Le besoin ponctuel est assimilé à une unité fonctionnelle.

Besoin régulier

Besoin survenant de manière continue ou habituelle sans limitation a priori de la durée du besoin. Exemples : certains consommables de laboratoire - gants, blouses, consommables en plastique, etc.- service de nettoyage ; maintenance.

Bon de commande

Document adressé à un fournisseur pour l'achat de fournitures, prestations ou travaux. Il constitue un engagement juridique et financier du CNRS.

Le bon de commande inclus les conditions générales d'achats (CGA) du CNRS ; un lien vers une page internet permet de les télécharger.

CGA : Conditions générales d'achat du CNRS

Les conditions générales d'achat du CNRS sont mentionnées dans les bons de commande. Elles sont consultables sur le site <http://www.dgdr.cnrs.fr/intranetachats/> et existent en version française et anglaise.

Contrat

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

Intranet des achats

L'intranet est en accès restreint. Les identifiant / mot de passe sont à demander auprès de la DDAI à l'adresse mail achats@cnrs-dir.fr . Adresse web : <http://www.dgdr.cnrs.fr/intranetachats/>

Marché à procédure adaptée (MAPA)

Marché passé selon des modalités librement définies par le pouvoir adjudicateur en respectant les principes fondamentaux de la commande publique et l'intérêt que chaque marché peut avoir au niveau européen.

Le présent guide constitue l'ensemble des modalités arrêtées par le CNRS, sur la base desquelles le directeur d'unité passe son marché.

Mission Handicap

La Mission Insertion Handicap centralise notamment les données relatives aux montants effectués auprès du secteur protégé.

Offre préférentielle

Proposition commerciale d'un fournisseur sur son catalogue à des prix et services avantageux. Lorsqu'elle est nationale, elle profite à tous les laboratoires du CNRS.

Une offre préférentielle n'est pas un marché, car le CNRS ne s'engage pas et le fournisseur n'a aucun droit d'exclusivité.

Opération de travaux

Ensemble de travaux qui, eu égard à son objet, ses procédés techniques ou son financement, ne peut être dissocié, et que le maître d'ouvrage a décidé d'exécuter dans une même durée et un même lieu.

Ordonnance

Réglementation à laquelle sont soumis les achats des unités :

Ordonnance du 06/06/2005 et ses deux décrets du 30/12/2005 et 25/04/2007.

PRM : Personne responsable du marché

Personne disposant d'une délégation de pouvoir du Président du CNRS, pour mettre en œuvre les procédures de passation des marchés et des accords-cadres, qu'elle signe et dont elle suit l'exécution.

Décision DEC100014DAJ du 21 janvier 2010 portant désignation des PRM : <http://www.dgdr.cnrs.fr/daj/marches/dec100014.htm>

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 les autres, un avis de publicité sur PUMA est obligatoire (cf. Point VI. B. 4).

Référentiel achats inter epst

Synonymes : code nomenclature, code famille, nomenclature achat.

Le référentiel achat est la nomenclature des EPST classant les achats des EPST par famille homogène.

La version complète du référentiel est téléchargeable depuis l'intranet des achats rubrique *Outils de l'acheteur / Base documentaire*, sous menu de droite.

ROP

Relevés d'opérations de la carte achat ou de AMEX.

Seuil

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

Unité fonctionnelle

Besoin délimité dans le temps, avec un objectif précis ; il peut être simple ou correspondre à un ensemble de besoins répondant à une même finalité.

Signification des abréviations

- ARNO Assistant de Recherche de code NOMenclature
- BFC Budget, Finance Comptabilité : logiciel de gestion financière du CNRS
- BOAMP Bulletin Officiel des Annonces des Marchés Publics
- CMP Code des Marchés Publics. Cette réglementation ne s'applique plus aux achats des unités, mais uniquement à l'administration
- COUGUAR COMparateur de prix. Couguar recherche parmi les catalogues des fournisseurs référencés CNRS.
- DDAI Direction Déléguée aux Achats et à l'Innovation
- DSI Direction des Systèmes d'Information
- EA Établissement Adapté
- EPST Établissement Public Scientifique et Technique
- ESAT Établissement de Services d'Aide par le Travail
- GESAT Groupement national des Établissements et Services d'Aide par le Travail
- GPEM Groupe Permanent d'Etude des Marchés publics
- HANDECO Association fédérant les associations gestionnaires des EA et ESAT
- JOUE Journal Officiel de l'Union Européenne
- NOUBA NOMenclature et Outils pour les Besoins d'Achat
- OEAP Observatoire Économique des Achats Publics
- OT Opération de Travaux
- PRM Personne Responsable des Marchés
- PUMA PUBlicité Marchés Adaptés
- RECA REMise en Compétition Automatique
- UF Unité Fonctionnelle
- UNEA Union Nationale des Établissements Adaptés

Légende de la photo en couverture

UMR137 - Unité mixte de physique CNRS/Thalès - ORSAY

Chambre d'épitaxie par jets moléculaires utilisée pour la croissance de multicouches magnétiques. Ce dispositif permet le dépôt sur un substrat de couches métalliques ultraminces, de quelques plans atomiques d'épaisseur. L'empilement alterné de films minces magnétiques et non magnétiques permet d'obtenir des multicouches magnétiques dans lesquelles est produit l'effet de magnéto-résistance géante (GMR). La GMR est notamment à l'origine de l'élaboration de têtes de lecture magnétiques extrêmement sensibles qui équipent aujourd'hui tous les disques durs.

ANNEXES

du guide de

L'ACHAT DANS LES UNITÉS

Édition 2012-
janvier



Table des matières

I - Le Référentiel achats inter EPST	3
A. Une nomenclature alphanumérique à 4 positions.....	3
B. Domaine, sous domaine et famille.....	3
II - Déroulement d'une procédure d'achat	5
III - Outils d'aide à la définition des besoins	6
A. Pour les fournitures et services courants.....	6
B. Pour les services liés à la gestion immobilière.....	8
IV - Formulaire d'accompagnement du choix d'une offre économiquement avantageuse	10
A. Notice d'utilisation du formulaire "FACOEAE".....	10
V - Exemples d'achats	13
A. Exemples d'achats en procédure adaptée (inférieurs à 130 000 €HT).....	13
VI - Synthèse des procédures d'achats sous Ordonnance	14

Le Référentiel achats inter EPST

Présentation

Ce référentiel élaboré conjointement avec les autres EPST pour couvrir les besoins communs propres à l'activité de recherche, a été intégré dans BFC en janvier 2007.

Les dernières modifications datent de mars 2011 avec le rajout de 8 nouveaux codes dans la partie P (commandes hors marchés publics) permettant un meilleur suivi des dépenses ; il s'agit des codes P6.22 à P6.29.

Le référentiel est disponible :

- dans l'intranet des achats (www.dgdr.cnrs.fr/intranetachats) à la rubrique « Outils de l'acheteur / Base documentaire », sous menu de droite ;
- et sur l'Internet (www.dgdr.cnrs.fr/achats/) dans la rubrique « Informations pratiques ».

A. Une nomenclature alphanumérique à 4 positions

6 thèmes généraux de A à F + un classement hors marchés publics (P)

La nomenclature comporte 4 positions, la première position étant occupée par une lettre qui identifie un thème général :

- A : approvisionnements généraux
- B : logistique
- C : information, documentation et communication
- D : bâtiment et infrastructure
- E : fournitures, équipements, instrumentation et services scientifiques
- F : informatique scientifique et de gestion
- P : autres dépenses hors marchés publics

B. Domaine, sous domaine et famille

Chacun des thèmes est divisé en domaines, en sous-domaines, puis en familles : la codification s'établit au niveau des «familles». A l'exception des sous-domaines des thèmes E et P, les sous-domaines sont organisés de façon identique et identifiés à la 3ème position du code alphanumérique par 0, 1 ou 2 de la manière suivante :

- fournitures et consommables : 0 ;
- équipements : 1 ;
- services : 2 et suivants.



Exemple : Code des "Petits équipements de téléphonie et radiocommunication"

thème : logistique (B)

domaine : télécommunication (B0)

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

famille : *petits équipements de téléphonie et radiocommunication*

Code nomenclature : B0.01



Attention : Le calcul des cumuls d'achats et leur comparaison aux seuils pour les besoins réguliers sont effectués au niveau du code famille.

Le suivi des seuils ne concerne bien entendu que les catégories de familles homogènes soumises à l'ordonnance et ses décrets d'application.

Le référentiel comporte également des familles de dépenses qui ne correspondent pas à des marchés (Partie P). En effet, pour une question de visibilité et d'analyse des informations, toutes les commandes saisies dans Xlab doivent être rattachées à une famille du référentiel, même si elles ne sont pas des marchés.

Déroulement d'une procédure d'achat



Les étapes d'une procédure d'achat peuvent être adaptées par la PRM en fonction de la spécificité de l'achat, en suivant les recommandations du présent guide.

ETAPES	COMMENTAIRES
Définition du besoin	Cette étape se fait sur la base des informations disponibles sur le marché économique concerné et du recensement des besoins internes. Elle peut conduire à la rédaction d'un contrat spécifique (cahier des charges).
Publicité du besoin et Mise en concurrence	Cette étape s'effectue selon les recommandations du présent guide (selon les cas : absence de publicité, recherche de devis, PUMA, JAL, etc.).
Analyse des offres	Cette étape se déroule selon les recommandations du présent guide et des informations du site intranet des achats, à la rubrique Guide et outils.
Négociation	Cette étape se déroule selon les recommandations du présent guide et des informations du site intranet des achats, à la rubrique outils de l'acheteur.
Choix de l'offre	Le choix de l'offre est justifié dans le formulaire d'accompagnement. Une fois l'offre économiquement avantageuse choisie, pensez à avertir les entreprises qui ont participé sans succès à votre consultation !
Contractualisation	Cette étape se formalise par la signature et l'envoi d'un bon de commande Xlab ou d'un contrat spécifique au titulaire choisi.
Avis d'attribution	L'avis d'attribution est obligatoire sur PUMA dès 20 K€. Il comporte <i>a minima</i> : le nom du fournisseur retenu, le montant, la date de contractualisation.

Tableau 1 Schéma d'une procédure

A. Pour les fournitures et services courants

Cet outil est constitué d'un questionnaire pratique, divisé en deux parties : administrative/économique et technique. Les réponses peuvent venir du laboratoire, de la Délégation régionale, etc. L'acheteur n'a pas à se poser toutes les questions, mais seulement les considérer comme un aide-mémoire.

1. Partie Administrative/Économique

Contexte

1. Généralités
 - Pouvez-vous préciser le nom donné à cet achat ?
 - Décrivez en quelques lignes le contexte dans lequel s'inscrit cet achat. Existe-t-il un texte de quelques lignes introduisant l'expérience ou l'activité de recherche pour laquelle est effectué cet achat ?
 - Quels sont, à votre connaissance, les points qui poseront des problèmes au niveau de cet achat ?
2. Acteurs concernés
 - A votre avis, qui aura le bénéfice de cet achat ?
 - D'un point de vue administratif, qui a le pouvoir de signature ?
 - Connaissez-vous les différents intervenants ?
3. Contraintes
 - Marché
 - Existe-t-il un contrat national ou local pour ce type d'achat ?
 - Savez-vous sur quel secteur de marché se place-t-on ? Ya-t-il concurrence ou monopole ?
 - Règlement, sécurité
 - A votre connaissance, existe-t-il des notions de sécurité à prendre en compte au niveau de cet achat (établissement d'un plan de prévention, d'un permis feu, conformité, formations, dangerosité, respect de l'environnement, etc.) ? OUI / NON
 - Financier
 - Quelle est la fourchette de prix que vous avez prévue pour acquérir cet achat ?
 - Pouvez-vous dire sur quelle ligne budgétaire est effectué cet achat ?
 - A votre avis, cet achat nécessite-t-il un montage financier (convention de financement, subvention, etc.) ? OUI / NON

Fonctionnalité

1. Découpage
 - Selon vous, cet achat peut-il se découper en phase, lot, tranche ? OUI / NON

2. Partie Technique

Contexte

1. Finalité de l'étude
 - A votre avis, à quoi doit servir cet achat ?
2. Contraintes
 - Environnement
 - Pouvez-vous indiquer le ou les lieux où sera affecté cet achat ?
 - Ce lieu est-il sous notre responsabilité ? OUI / NON
 - Ce lieu doit-il faire l'objet d'une mise en conformité préalable à cet achat ? OUI / NON
 - Y a-t-il une filière d'élimination de cet achat (le cas échéant) ? OUI / NON
 - Performance, technique
 - A votre avis, existe-t-il des notions de performance ou de choix technique (bruit, produits ou matériels moins dangereux, etc.) ? OUI / NON
3. Existant
 - A votre avis, doit on procéder à une analyse de l'existant ? OUI / NON

Fonctionnalité

1. Objectifs fonctionnels
 - Fonctions principales
 - Pouvez-vous énumérer les fonctions principales de cet achat ?
 - Fonctions secondaires
 - Pouvez-vous énumérer les fonctions secondaires de cet achat ?
 - Fonctions optionnelles
 - Pouvez-vous énumérer les fonctions optionnelles de cet achat ?
 - Fonctions inutiles
 - Pouvez-vous m'énumérer des fonctions associées à cet achat, qui sont proposées par les sociétés du marché, mais qui ne vous intéressent pas ?
2. Performance
 - Pouvez-vous m'énumérer vos différentes exigences au niveau des performances attendues de cet achat ?
 - Quels seront vos critères de choix lors de la passation de commande ?
 - A votre connaissance, le fournisseur devra-t-il fournir des documents (document de suivi de maintenance, notices, consignes de sécurité, fiches de données de sécurité (FDS) pour les produits chimiques, etc.) ?

Autres

1. Planning
 - Pouvez-vous donner la date prévisionnelle de réception de cet achat ?
 - Avez-vous d'ores et déjà établi un planning ? OUI / NON
2. Formation et habilitation
 - A votre avis, cet achat nécessitera-t-il une quelconque formation / habilitation ?
 - Est-elle intégrée au PFU ? OUI / NON
3. Maintenance et vérification réglementaire obligatoire
 - A votre avis, cet achat nécessitera-t-il une quelconque maintenance / vérification ? OUI / NON
4. Service après-vente et service de reprise
 - A votre avis, cet achat nécessitera-t-il un service après-vente ou service de reprise (matériel électronique, sources radioactives scellées) ? OUI / NON
5. Garantie
 - A votre avis, cet achat nécessitera-t-il une garantie ? OUI / NON

B. Pour les services liés à la gestion immobilière

La gestion immobilière entraîne la passation de contrats de maintenance pour les installations techniques du bâtiment comme les contrôles périodiques réglementaires, la maintenance des ascenseurs et monte charges, la maintenance des installations de chauffage et CVC en général, la maintenance des équipements nécessaires à l'activité de recherche comme les sorbonnes, CTA....

1. Avant rédaction du cahier des charges

Avant de rédiger le cahier des charges il est nécessaire d'analyser les contrats précédents en se posant les questions suivantes :

- La base contractuelle existante est-elle en conformité avec les règles techniques en vigueur ?
- L'étendue de la mission confiée est-elle suffisante pour les 2 à 3 ans à venir ?
- Quelles sont les remarques régulières des utilisateurs du bâtiment sur le marché en cours ?
- Les compétences de la main d'œuvre intervenante sont-elles satisfaisantes en quantité / qualités ?
- Le rythme d'intervention est-il satisfaisant ?
- La qualité du retour d'intervention (carnets de suivi / rapports d'exécution) est elle satisfaisante ?
- Quelles difficultés avez-vous rencontré dans le contrôle de la qualité / quantité ou dans l'exécution du marché précédent ?
- Les coûts de prestations ont-ils beaucoup évolués depuis le début du marché ?
- Y a-t-il eu beaucoup de prestations spécifiques hors forfait à réaliser ? Serait-il nécessaire d'en intégrer certaines comme récurrentes dans le nouveau marché ?
- Pouvez-vous établir un historique des dysfonctionnements et des pannes des différents appareils et difficultés rencontrées (introduire le cas échéant des dispositions dans le cahier des charges) ?

Établissement du cahier des charges

L'établissement du cahier des charges porte sur des aspects administratifs et des aspects techniques .

Il est important de fixer les points suivants :

- Objet du marché :
 - Description du besoin en termes qualitatif et quantitatif
- Obligations techniques du prestataire
- Conditions d'exécution des prestations
- Qualification du personnel intervenant
- Aspects sécurité :
 - Documents à remplir et à remettre au CNRS.
- Périodicités d'interventions (jour/semaine/mois/année) et durée du marché
- Modalités des contrôles de bonne exécution des prestations :
 - Suivi d'exécution, supports (outil informatique, carnets, rapports, réunions), interlocuteurs.
- Étendue du besoin d'intervention du prestataire de services :
 - Quantité d'installations concernées
 - Périmètre géographique
 - Surfaces en mètres carrés

- Conditions d'accès au bâtiment :
 - Contraintes d'accès, Période d'intervention (jours, plage horaire)

Les documents obligatoires à prévoir

1. Avant l'établissement du marché il est indispensable de transmettre au prestataire les documents suivants :
 - Règlement intérieur
 - Plans des bâtiments, degré de détail (surface en mètres carrés SHON, numérotation des bâtiments, nature des sols,...)
 - Plans d'installations
 - Carnets d'entretien, carnet de maintenance
2. Après la notification du marché, il devra être établi, le cas échéant :
 - Permis feu
 - Plan de prévention

Pour cela il est nécessaire de contacter l'ACMO – Agent chargé de la mise en œuvre de l'hygiène et de la sécurité - et l'IRPS – Ingénieur régional de prévention et de sécurité .



Complément : Intranet achats

L'intranet achats dispose d'une rubrique dédiée aux guides mis à la disposition des acheteurs :

http://www.dgdr.cnrs.fr/intranetachats/guide-outils/guide/guide_acheteur.htm

Formulaire d'accompagnement du choix d'une offre économiquement avantageuse

IV

Ce formulaire est téléchargeable sous format Word sur l'intranet achats, rubrique *Outils de l'acheteur / base documentaire*, menu de droite *Documents types, formulaires et certificats*.

A. Notice d'utilisation du formulaire "FACOEAE"

Pourquoi utiliser ce formulaire ?

Tous les achats soumis à l'ordonnance et ses décrets d'application, 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 20 000 et 130 000 €HT et ne relevant pas d'un contrat national ou passé par leur Délégation.

Quand utiliser ce formulaire ?

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 20 000 et 130 000 €HT. 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 20 000 €HT annuel de besoins réguliers).
- lors des achats effectués dans le cadre d'unités fonctionnelles d'un montant supérieur ou égal à 20 000 €HT.
- lors des achats de prestations de travaux d'un montant supérieur à 20 000 €HT

Comment utiliser ce formulaire ?

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 œuvre. 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.

La PRM indique soit dans la partie B1, soit dans la partie C, le gain qu'elle a obtenu du fait de la négociation avec le ou les fournisseurs (gain de prix, garanties, prestations ou options supplémentaires, gain sur les consommables, etc.).



Remarque

Ce formulaire est en cours de remaniement : la nouvelle version vous sera présentée dans la prochaine mise à jour de ce guide prévue dans le courant du premier trimestre 2012.

Comment archiver ce 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 10 ans

FORMULAIRE FACOEA

N°

Nom du laboratoire
Fournisseur
Objet commandé (ou de la mise en concurrence)

Nom de l'acheteur
Bon de commande n°

Date
Montant

<p>INDICATIONS :</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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 puis C. <p>Pour plus de renseignements, consulter l'instruction relative à l'utilisation de ce formulaire ou contacter votre Délégation Régionale ou la DDA</p>													
PARTIE A : MISE EN CONCURRENCE													
<p>► Mise en oeuvre d'une publicité adaptée (cocher une ou plusieurs case(s)) :</p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%; border: none;"><input type="checkbox"/> Demande de devis ciblée vers des fournisseurs con</td> <td style="width: 50%; border: none;"><input type="checkbox"/> Publication dans un journal spécialisé (réf.) :</td> </tr> <tr> <td style="border: none;"><input type="checkbox"/> Publication sur PUMA (indiquer les réf.) :</td> <td style="border: none;"><input type="checkbox"/> BOAMP ou Journal d'annonces légales (réf.) :</td> </tr> <tr> <td style="border: none;"><input type="checkbox"/> Autre : _____</td> <td style="border: none;"></td> </tr> </table> <p>► Réception des offres. Indiquer ci-dessous les prix proposés :</p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%; border: none;">Fournisseur A _____</td> <td style="width: 50%; border: none;">Prix total _____</td> </tr> <tr> <td style="border: none;">Fournisseur B _____</td> <td style="border: none;">Prix total _____</td> </tr> <tr> <td style="border: none;">Fournisseur C _____</td> <td style="border: none;">Prix total _____</td> </tr> </table>		<input type="checkbox"/> Demande de devis ciblée vers des fournisseurs con	<input type="checkbox"/> Publication dans un journal spécialisé (réf.) :	<input type="checkbox"/> Publication sur PUMA (indiquer les réf.) :	<input type="checkbox"/> BOAMP ou Journal d'annonces légales (réf.) :	<input type="checkbox"/> Autre : _____		Fournisseur A _____	Prix total _____	Fournisseur B _____	Prix total _____	Fournisseur C _____	Prix total _____
<input type="checkbox"/> Demande de devis ciblée vers des fournisseurs con	<input type="checkbox"/> Publication dans un journal spécialisé (réf.) :												
<input type="checkbox"/> Publication sur PUMA (indiquer les réf.) :	<input type="checkbox"/> BOAMP ou Journal d'annonces légales (réf.) :												
<input type="checkbox"/> Autre : _____													
Fournisseur A _____	Prix total _____												
Fournisseur B _____	Prix total _____												
Fournisseur C _____	Prix total _____												
PARTIES B1 et B2 : JUSTIFICATION DU CHOIX DU FOURNISSEUR													
B 1	<p><input type="checkbox"/> 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).</p> <p><input type="checkbox"/> Caractéristiques techniques les mieux adaptées à mon besoin (précision, fiabilité, pureté / composition du produit, etc.). Précisez :</p> <p><input type="checkbox"/> Qualité de services du fournisseur retenu (service après-vente, disponibilité des pièces détachées, etc.). Précisez :</p> <p><input type="checkbox"/> Prix total ou coût d'utilisation</p> <p><input type="checkbox"/> Délais de livraison</p> <p><input type="checkbox"/> Gains obtenus (prix, prestations)</p> <p><input type="checkbox"/> Autre(s) :</p>												
B 2	<p><input type="checkbox"/> Je n'ai pas fait de mise en concurrence pour le motif suivant :</p> <p>Fournisseur unique (matériel non substituable vendu par un fournisseur unique ou commande complémentaire). Expliquer (brevet, fournisseur exclusif, compatibilité technique avec l'existant, achat de maintenance, etc.) :</p>												
PARTIES C : APPRECIATION DU PRIX (dans le cas d'un seul devis)													
<p>Cocher une ou plusieurs des affirmations ci-dessous afin de justifier que le prix obtenu est juste et raisonnable :</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> J'ai négocié l'offre du fournisseur <input type="checkbox"/> J'ai obtenu les gains suivants (prix, prestations) : <input type="checkbox"/> Le prix du devis inclut une remise sur le prix public du fournisseur, indiquant une économie certaine <input type="checkbox"/> Le prix du devis est comparable au prix obtenu par le passé pour un article similaire <input type="checkbox"/> Le fournisseur garantit que les prix proposés sont les mêmes que ceux proposés à leur meilleur client <input type="checkbox"/> Le prix obtenu est celui indiqué dans un catalogue ou sur une liste de prix standard 													
NOM et SIGNATURE DE LA PERSONNE RESPONSABLE DU MARCHE (PRM) :													

Tableau 2 Formulaire d'accompagnement du choix d'une offre économiquement avantageuse (FACOEA)

Les exemples suivants ne sont pas applicables aux achats relevant de marchés nationaux ou régionaux existant ainsi qu'aux achats effectués auprès de l'UGAP ou d'un fournisseur « unique ».

A. Exemples d'achats en procédure adaptée (inférieurs à 130 000 € HT)

Exemples d'achats libres

Nature des besoins : ponctuels

Montant < 20 000 € HT

- Fourniture : achat d'un équipement scientifique (agitateur)
- Service : réparation sur équipements (intervention sur centrifugeuse)
- Travaux : réalisation de petits travaux d'entretien (peinture)

Aucune règle de publicité ou de mise en concurrence ne s'impose à vous.

Il n'est cependant pas interdit de consulter plusieurs fournisseurs et de négocier !

Exemples d'achat avec publicité et mise en concurrence recommandée

Nature des besoins : ponctuels

20 000 € HT ≤ Montant < 130 000 € HT

- Fourniture : achat d'un équipement scientifique (autoclave)
- Service : achat de prestations (séquençage)
- Travaux : réalisation de travaux de maçonnerie

Vous devez faire une publicité et une mise en concurrence :

Avis de publicité et avis d'attribution obligatoires sur l'outil PUMA ; vous êtes libre de publier sur d'autres supports en parallèle.



Complément

PUMA est consulté tous les jours par environ 4 000 fournisseurs. La procédure est simple et rapide ; si vous connaissez bien votre besoin, 15 minutes environ suffisent pour publier votre besoin.



Conseil

Remplissez votre avis de publicité avec votre gestionnaire, administrateur ou acheteur en laboratoire.

En fin de procédure, remplissez votre formulaire d'accompagnement du choix d'une offre économiquement avantageuse.

Synthèse des procédures d'achats sous Ordonnance

VI

REGLES DES PROCEDURES DE PUBLICITE ET DE MISE EN CONCURRENCE POUR LES FOURNITURES ET SERVICES PASSES DANS LE CADRE DE L'ORDONNANCE

Pour les besoins non couverts par un marché national ou local et dont le montant global est inférieur à 130 000 € HT
et pour lesquels il existe une concurrence c'est-à-dire plusieurs fournisseurs possibles
ATTENTION : la notion de « fournisseur unique » est très encadrée (cf. point III. 3 du Guide)

PRM = DIRECTEUR D'UNITE

(Pour les besoins dont le montant est supérieur à 130 000 € HT, la PRM est le délégué régional)

MONTANT DU BESOIN	CONTACT DE LA DELEGATION REGIONALE	MISE EN ŒUVRE DE LA PROCEDURE				PIECES A ARCHIVER AU LABORATOIRE AVEC LA COPIE DU BON DE COMMANDE (10 ANS)	
		Publication d'un avis de publicité	DEVIS OU LISTE DE PRIX auprès de fournisseurs pouvant répondre au besoin	CONSULTATION - des prix publics fournisseurs, - des offres préférentielles - et de COUGAR	Publication d'un avis d'attribution	Formulaire d'accompagnement du choix d'une offre économiquement avantageuse	Toute pièce ayant contribué au choix du fournisseur retenu (dont devis)
TOUS	DEROGATION A LA MISE EN CONCURRENCE : LES COMMANDES PASSES AUPRES DE L'UGAP SE FONT SANS FORMALITE DE MISE EN CONCURRENCE						
CHAMP DES ACHATS LIBRES : AUCUNE FORMALITE DE MISE EN CONCURRENCE REQUISE							
INFÉRIEUR A 20 000 € HT	Facultatif	Facultatif	Considérer l'option la plus adaptée en fonction des caractéristiques du besoin	Considérer l'option la plus adaptée en fonction des caractéristiques du besoin	obligatoire en cas d'avis de publicité	Facultatif	Facultatif
		Inutile	Inutile		Inutile		
CHAMP DES PROCEDURES DE MARCHES ADAPTEES							
SUPERIEUR A 20 000 € HT ET INFÉRIEUR A 90 000 € HT	Facultatif	PUMA OBLIGATOIRE (a minima)	Éventuellement	Éventuellement	PUMA OBLIGATOIRE (a minima)	Obligatoire	Obligatoire
		Inutile	Inutile		Inutile		
SUPERIEUR A 90 000 € HT ET INFÉRIEUR A 130 000 € HT	OUI Visa du DR obligatoire avant publication et lancement de la procédure	PUMA OBLIGATOIRE (a minima)	Éventuellement	Éventuellement	PUMA OBLIGATOIRE (a minima)	Obligatoire	Obligatoire
		Inutile	Inutile		Inutile		