

Marseille, le 26 janvier 2009

C13787

Service des marchés publics

Réf. : YB/DV/JG-09-42
Dossier suivi par J.GAUTRY
tél : 04 91 39 65 68
fax : 04 91 39 66 01
gautry@univmed.fr

Le président

à

Monsieur le vice-président du conseil scientifique
Messieurs les directeurs des composantes
Mesdames et Messieurs les directeurs des
laboratoires (*diffusion par les composantes*)
Mesdames les responsables des antennes SMP
des campus

Pour information :

Mesdames et Messieurs les directeurs des
services communs
Mesdames et Messieurs les chefs des services
centraux

Objet : mise en place à l'Université de la Méditerranée des procédures d'achat de fournitures et de services particulières aux activités de recherche.

Références :

Directive européenne 2004/18/CE du 31 mars 2004 relative à la coordination des procédures de passation des marchés publics de travaux, de fournitures et de services.

Ordonnance n°2005-649 du 6 juin 2005 modifiée relative aux marchés passés par certaines personnes publiques ou privées non soumises au code des marchés publics.

Décret n°2005-1742 du 30 décembre 2005 fixant les règles applicables aux marchés passés par les pouvoirs adjudicateurs mentionnés à l'article 3 de l'ordonnance n°2005-649 du 6 juin 2005.

Loi de programme sur la recherche du 18 avril 2006

Décret n° 2007-590 du 25 avril 2007 fixant les règles applicables aux marchés passés par les établissements publics mentionnés au 5° du I de l'article 3 de l'ordonnance n°2005-649 du 6 juin 2005.

Décret n°2008-1334 du 17 décembre 2008 modifiant diverses dispositions régissant les marchés de l'ordonnance n° 2005-649 du 6 juin 2005 relative aux marchés par certaines personnes publiques ou privées non soumises au code des marchés publics.

La loi de programme pour la recherche du 18 avril 2006 ne soumet plus au code des marchés publics les achats destinés à la conduite des activités de recherche : ceux-ci sont désormais réalisés selon les modalités prévues par l'ordonnance du 6 juin 2005 et de ses décrets d'application. Suite à la délibération du Conseil d'administration du 24 juin 2008, les achats ainsi concernés à l'Université de la Méditerranée sont tous ceux qui sont effectués par les unités de recherche en fournitures et en services.

Ces nouvelles dispositions se traduisent à l'Université de la Méditerranée par l'accroissement de l'autonomie des directeurs d'unités de recherche puisque ceux-ci peuvent engager des procédures d'achat et signer des marchés jusqu'à 133 000 € HT.

La présente circulaire présente les nouvelles responsabilités des directeurs des unités de recherche (I) et précise les modalités qui doivent être respectées dans la réalisation des opérations d'achat en fournitures et services (II).

Le régime des marchés de travaux des laboratoires sera défini ultérieurement.

I Champ d'application de la délégation de signature du président aux directeurs de laboratoire

En application de l'article L 712-2 du code de l'éducation, le président de l'Université de la Méditerranée délègue sa signature aux directeurs des laboratoires pour les actes relevant de la gestion des achats de fournitures et de services passés sur les crédits universitaires affectés aux unités.

1 Le directeur de l'unité de recherche exerce la délégation de signature pour les achats de fournitures et services du laboratoire

- lorsque le montant annuel estimé des besoins réguliers d'une famille du référentiel des achats inter EPST en vigueur désormais à l'Université de la Méditerranée ou celui de besoins ponctuels ayant la qualification d'unité fonctionnelle, pour des fournitures et des services, est inférieur ou égal à 133 000 € HT ;
- pour l'attribution de marchés subséquents aux accords-cadres passés par l'université et les composantes lorsque leur montant ne dépasse pas 133 000 € HT.

2 Le directeur de l'unité de recherche ne bénéficie pas de délégation de signature dans les cas suivants d'achats de fournitures et de services :

le montant annuel estimé des besoins réguliers d'une famille du référentiel des achats inter EPST ou celui du besoin ponctuel qualifié d'unité fonctionnelle est supérieur à 133 000 € HT. Le marché est alors passé par le service des marchés publics de l'université et le président en est le signataire.

en cas de coordination de commandes de plusieurs laboratoires, le marché passé par l'antenne du SMP du campus ou le service des marchés public de l'université est signé par un directeur de composante (si son montant ne dépasse pas 133 000 € HT) ou par le président de l'université (montant supérieur à 133 000 € HT).

NB : A titre transitoire et jusqu'au terme des contrats, les achats des laboratoires devront être réalisés dans le cadre des marchés à bons de commande actuellement en cours passés par l'université au niveau 1 qui leur sont applicables.

C'est notamment le cas pour les achats aux agences de voyage, les matériels ou services informatiques non spécifiques « recherche », les abonnements aux revues, les achats de papier, fournitures de bureau, les services de télécommunications, les achats de carburants... La liste des marchés à bons de commande en cours figure sur les pages web du service des marchés publics.

La soumission des laboratoires à ces marchés à bons de commande est précisée sur le site.

Par ailleurs le président de l'université pourra décider pour des raisons techniques, économiques ou financières, au cas par cas, que certaines familles d'achats des unités doivent continuer à s'effectuer par des marchés passés à un autre niveau que celui des laboratoires.

3 Rôle et responsabilité du directeur de l'unité de recherche dans la limite de la délégation de signature dont il dispose de la part du président de l'université

Dans la limite de la délégation de signature dont il dispose de la part du président de l'université le directeur de l'unité de recherche est chargé de la mise en oeuvre des procédures de passation et d'exécution des marchés.

A ce titre, c'est lui 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 il engage juridiquement le président et l'établissement ;
- effectue la publicité d'attribution.

A noter cependant :

- si le montant estimé du marché atteint 90 000 € HT: le projet de publicité et, le cas échéant le projet de contrat et/ou le règlement de la consultation sont transmis préalablement pour avis au responsable de l'antenne du service des marchés publics du campus ;
- si la commande s'accompagne d'un contrat, il est recommandé de présenter, avant signature, le projet de contrat au responsable de l'antenne du service des marchés publics du campus afin de prévenir toute difficulté d'exécution.
- il est rappelé que le calcul du montant des marchés ou accords-cadres s'effectue toujours à partir du montant estimé des besoins réguliers annuels de l'unité par famille du référentiel inter-EPST ou celui de l'unité fonctionnelle toutes familles confondues comme précisé ci-après.

II Modalités à respecter dans la réalisation des opérations d'achat des laboratoires

1 Rappel sur le mode d'évaluation des besoins d'achat de l'unité de recherche

La connaissance des besoins annuels en fournitures et en services à satisfaire pour l'ensemble du laboratoire est le préalable indispensable à toute mise en oeuvre d'une procédure d'achat car elle permet d'assurer la sécurité juridique et économique de l'achat. Elle est de la responsabilité du directeur de l'unité de recherche, quelle que soit la source du financement de l'achat.

1.1. Deux types de besoins à distinguer

a) Les besoins réguliers

Il s'agit d'achats effectués de manière récurrente ou habituelle, sans que puisse être a priori limitée la durée du besoin (ex : consommables de laboratoire - produits chimiques, gants, blouses, consommables en plastique...).

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

* le besoin ponctuel survient à un moment donné et ne peut être pris en compte dans les besoins réguliers (exemple : l'achat d'un équipement scientifique) ;

*les besoins répondent à une même finalité et pour une période de temps limitée (exemple : 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 transports en car...).

1.2 Les méthodes d'évaluation des besoins

Les besoins s'évaluent par unité de recherche.

1.2.1 Pour les besoins réguliers

L'évaluation se fait en début d'année, par famille homogène du référentiel des achats inter EPST désormais en vigueur à l'Université de la Méditerranée (exemple A1.13 mobilier de bureau).

L'évaluation 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 prise en compte est l'année.

Toutefois, le directeur de l'unité de recherche peut décider d'une durée supérieure, pour des raisons économiques ou d'opportunité (exemple : 3 ou 4 ans pour des achats de consommables ou des services de maintenance technique). 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 procédure à mettre en oeuvre pour les besoins réguliers de la famille considérée, et détermine aussi qui va choisir le titulaire et qui va signer le marché.

1.2.2 Pour les besoins ponctuels ou répondant à une même finalité (unité fonctionnelle)

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 confondues.

Par exemple

*pour l'aménagement d'un bureau, on prendra en compte le cumul des montants des besoins en bureaux, chaises, armoires, lampes de bureau et accessoires divers etc. ;

*pour l'acquisition d'un équipement scientifique, on prendra en compte le montant de l'équipement, plus, éventuellement, les frais d'installation, de formation, le montant du contrat d'entretien, le cas échéant le montant des consommables etc.

1.3 MAPA et marchés formalisés

Les achats d'un montant maximum de 133 000 € HT effectués par les unités de recherche sont dénommés **marchés à procédure adaptée (MAPA)**. Les règles d'achat pour les MAPA sont définies par le pouvoir adjudicateur, en l'occurrence l'Université de la Méditerranée, par la présente circulaire.

Au-delà du seuil de 133 000 € HT, les modalités de publicité et de mise en concurrence pour l'achat de fournitures et de services sont définies par les textes réglementaires européens et nationaux. Les services des marchés publics assure ces **procédures formalisées**. Le travail de l'unité consiste à définir les spécifications techniques du produit ou des services à acheter (= rédaction du CCTP – cahier des clauses techniques particulières) et à procéder à l'analyse des offres déposées par les opérateurs économiques candidats.

Ces seuils sont résumés sur l'annexe I.

2 La publicité et la mise en concurrence

Doivent toujours être respectés les grands principes des directives européennes en matière d'achat :

- Liberté d'accès à la commande publique
- Egalité de traitement des candidats
- Transparence des procédures.

De ce fait, le directeur d'unité doit, dès lors que le montant de l'achat atteint 20 000 € HT pouvoir justifier d'une mise en concurrence adaptée et du choix du fournisseur retenu. 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).

Avant tout achat, le directeur d'unité doit d'abord s'assurer que le besoin n'est pas couvert par un marché ou un accord-cadre passé par l'université auquel le président a décidé de soumettre les laboratoires pour les raisons précisées plus haut.

Puis il adapte la publicité à son besoin 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.

La publicité préalable est destinée à faciliter l'accès des fournisseurs aux achats de l'université, 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 (3 si possible) pour garantir une réelle mise en concurrence.

3 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 lorsqu'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. La notion de commande complémentaire se définit comme une commande effectuée à titre accessoire auprès du fournisseur initial, destinée soit au renouvellement partiel de fournitures ou 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 disproportionnées par rapport à l'objectif poursuivi et aux avantages liés à une mise en concurrence, soit à l'extension de commandes afférentes à ces fournitures ou à ces matériels. Pour pouvoir justifier la notion de fournisseur unique, il faut donc s'assurer, d'une part que le produit ou matériel que l'on souhaite acquérir auprès du fournisseur est non substituable, et d'autre part, que la vente de ce produit, matériel, ou service est bien exclusive à ce fournisseur. On ne peut déroger à la mise en concurrence en affirmant simplement sans justification que le fournisseur auprès duquel on souhaite passer commande est le seul fournisseur capable de répondre au besoin.

En cas de doute, il est recommandé d'effectuer une publicité.

Les achats auprès de l'UGAP

Les achats de fournitures et de services des laboratoires peuvent être réalisés directement auprès de l'Union des groupements d'achats publics (UGAP) en lui adressant un bon de commande.

L'UGAP a déjà effectué les procédures de publicité et de mise en concurrence, ces achats sont tout à fait sécurisés.

L'offre de l'UGAP est disponible sur le site www.ugap.fr

4 Le cas particulier des marchés subséquents aux accords-cadres

Les accords-cadres sont des contrats qui lient l'université à un ou plusieurs fournisseurs pour une durée déterminée et pour un objet donné. Lorsqu'un besoin précis entrant dans le champ d'un accord-cadre survient, les fournisseurs titulaires de l'accord-cadre sont sollicités et remettent une offre.

Puis le représentant de l'université signe un marché dit « subséquent » avec le candidat ayant présenté la meilleure offre selon les critères applicables.

Dans le cadre de la délégation de signature, le directeur de l'unité de recherche signe le marché subséquent pour les commandes inférieures ou égales à 133 000 € HT. En l'absence encore d'un logiciel dédié aux remises en compétition à l'Université de la Méditerranée, les remises en concurrence se font avec l'assistance des antennes du service des marchés publics.

Les marchés subséquents de plus de 133 000 € HT sont signés par le président de l'université.

La passation des marchés subséquents par les unités de recherche est résumée sur l'annexe II.

5 Le choix de la meilleure offre

Le directeur du laboratoire choisit l'offre économiquement la plus avantageuse :

- soit uniquement à partir du critère « prix », pour des achats standard simples s'il y a lieu ;
- soit à partir de plusieurs critères, hiérarchisés ou pondérés, qui peuvent être notamment :
 - _ la valeur technique (précision, fiabilité, pureté, composition du produit, etc.) ;
 - _ la qualité de service du fournisseur (SAV, disponibilités en pièces détachées, etc.) ;
 - _ les délais de livraison ;
 - _ le coût global d'acquisition (prix + coût d'utilisation + coût de transport + coût du recyclage, etc.) ;
 - _ les performances en matière de développement durable ...

6 La traçabilité de la procédure d'achat

Utilisation du formulaire de choix de l'offre (annexe III)

Au vu des offres reçues, le directeur de l'unité effectue son choix et le consigne par écrit en le motivant.

Pour ce faire, il lui est conseillé d'utiliser le formulaire joint en annexe III, pour tout achat d'un montant supérieur ou égal à 20 000 € HT. Ce formulaire doit être numéroté et simplement conservé au sein de l'unité pour un contrôle ultérieur, sa transmission au service financier est inutile.

7 Mise à disposition du logiciel PUMA pour les achats des unités de recherche effectués sur les crédits de l'Université de la Méditerranée

Le logiciel PUMA, mis au point par le CNRS et déjà largement utilisé par les unités de recherche, est en cours d'installation dans tous les laboratoires de l'université pour les achats réalisés sur les crédits universitaires. Son utilisation permettra aux unités, par connexion sur la plate-forme de publication inter EPST, d'assurer une publicité correcte des mises en concurrence des marchés qu'elles passent en procédure adaptée.

A compter de 90 000 €HT, l'assistance de l'antenne du service des marchés publics est nécessaire. Les recommandations aux unités sont résumées sur l'annexe IV.

8 L'information des fournisseurs non retenus

Les fournisseurs non retenus doivent être avertis du rejet de leur offre. Il est préférable de le faire avant toute contractualisation (signature et l'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 fortement recommandée pour toutes les commandes au moins égales à 90 000 € HT.

Quelles informations peut communiquer le directeur du laboratoire sur l'offre retenue lorsque des fournisseurs rejetés en font la demande ?

Lorsque le marché n'est pas signé par l'université, aucune information, sans exception, ne peut être divulguée (pas de nom, montant, information technique, etc.).

En revanche, lorsque le marché est signé, 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.

Mais, 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 ; le détail du prix global forfaitaire d'un marché.

Le risque de communiquer 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, le directeur de l'unité doit refuser de communiquer toute information et demander conseil au responsable de l'antenne des marchés publics du campus ou au service des marchés publics de l'université.

9 La passation de la commande

Pour tout achat simple, le contrat est constitué du bon de commande «nabuco», et, le cas échéant, du devis ou de l'offre du fournisseur retenu acceptée. L'achat est contractualisé quand le directeur du laboratoire envoie le bon de commande signé au fournisseur.

Lorsque le besoin est inférieur à 20 000 € HT, le recours à un contrat spécifique n'est pas obligatoire.

Pour tout achat plus complexe impliquant par exemple un équipement stratégique et selon le cas des pénalités de retard particulières, des modalités de livraison, un délai d'exécution et des garanties associées, un contrat spécifique peut être signé. L'antenne de campus du service des marchés publics de l'université est à la disposition des laboratoires à cet effet pour élaborer le contrat. L'achat est contractualisé lorsque le contrat spécifique signé par le directeur d'unité est reçu par le fournisseur.

A noter :

la contractualisation doit être effectuée avant tout commencement d'exécution du marché ;
 s'agissant de la durée du marché, en cas de reconduction expresse, il convient de reconduire de manière formelle le marché ; les contrats à reconduction tacite illimitée sont à proscrire.

10 Coordination de commandes de plusieurs unités de recherche

Plusieurs unités de recherche peuvent avoir des besoins communs (exemple : petits équipements de laboratoires, maintenance de matériels). Il peut alors s'avérer économiquement intéressant de globaliser les achats pour obtenir de meilleures offres ou pour maintenir une cohérence de service

Les directeurs d'unités sont libres de décider de regrouper certains de leurs achats et, ainsi, de ne passer qu'un seul marché pour l'ensemble des laboratoires concernés. Ce regroupement devra s'effectuer sous la conduite des antennes du service des marchés publics du campus concerné.

Le service des marchés publics et ses trois antennes de campus sont à la disposition des directeurs et des personnels des laboratoires, si nécessaire, pour les aider dans l'application de ces mesures.

11 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 ou de contrôle interne ou externe (notamment par la Chambre régionale des comptes). Le tableau en annexe V récapitule les documents à conserver.

Contacts

Pour tout renseignement complémentaire sont à votre disposition :

Le service des marchés publics de l'université :

Jacqueline Gautry tel 04 91 39 65 58 - fax 04 91 39 66 01 jacqueline.gautry@univmed.fr

Diane Piclet tel 04 91 39 65 55 – fax 04 91 39 66 01 diane.piclet@univmed.fr

(unités de recherche relevant de l'Institut de mécanique, de l'École de journalisme de Marseille, de l'UFR des sciences économiques et de gestion, site de Marseille et autres unités ne relevant pas des campus de Luminy et Timone).

Les antennes de campus :

- Marion Corbel - marion.corbel@univmed.fr tel 04 91 32 43 02 – fax 04 91 32 44 96

Campus Timone et Nord (unités de recherche relevant des UFR de médecine, pharmacie et odontologie).

- Muriel Ginhoux – muriel.ginhoux@univmed.fr tel 04 91 82 92 30 – fax 04 91 82 92 18

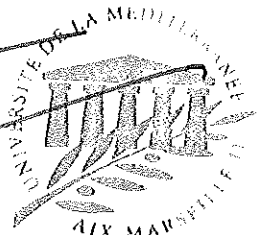
Campus de Luminy (unités de recherche relevant des UFR des sciences et des sciences du sport, du Centre d'océanologie de Marseille et de l'École d'ingénieurs de Luminy).

- Patricia Reveillet – patricia.reveillet@univmed.fr tel 04 42 93 90 01 – fax 04 42 93 90 90

Campus d'Aix en Provence (unités de recherche relevant de l'IUT, de l'IRT et du site d'Aix en Provence de l'UFR des sciences économiques et de gestion).

Je vous remercie de votre collaboration et je vous prie de bien vouloir me communiquer les difficultés que vous pourriez rencontrer dans l'application de ces dispositions.


Yvon BERLAND



Annexes :

I- résumé des procédures de passation des marchés de fournitures et services des unités de recherche selon l'ordonnance n°2005-649 du 6 juin 2005.

II- tableau récapitulatif sur la passation des marchés subséquents aux accords-cadres.

III- formulaire d'accompagnement d'un MAPA passé sous l'ordonnance n°2005-649 du 6 juin 2005.

IV- recommandations concernant les procédures de publicité et de mise en concurrence des MAPA.

V- archivage des documents relatifs aux MAPA passés sous l'ordonnance n°2005-649 du 6 juin 2005.