

Déontologie

Définition de l'acheteur public de l'Université de la Méditerranée : est acheteur public l'université elle-même et toute personne physique (enseignant-chercheur, administratif, ingénieur, technicien, étudiant) impliquée directement ou indirectement dans les processus de la fonction achat-approvisionnement au sein de l'université.

Définition du fournisseur de l'Université de la Méditerranée : est fournisseur de l'université toute entreprise de biens, de services ou de travaux ou personne publique ayant les mêmes fonctions ou opérateur économique, candidat potentiel ou effectif à un marché public.

Les obligations de l'acheteur –

Les acheteurs publics de l'Université de la Méditerranée s'engagent à observer dans leur pratique quotidienne

Indépendance
Objectivité
Neutralité
Impartialité
Efficacité et bonne utilisation des deniers publics au sens de l'article premier - I du code des marchés publics.

afin de garantir aux candidats aux marchés publics de l'établissement l'application des principes fondamentaux de la commande publique:

- liberté d'accès à la commande publique
- égalité de traitement
- transparence

En vertu de ces principes les exigences pour l'acheteur sont notamment :

D'observer la **confidentialité** des informations. Ne sont pas communicables, la stratégie, les financements, les projets, les techniques de gestion, les études techniques, les données commerciales des concurrents.

De fournir des **réponses uniformes** aux fournisseur potentiels en période de consultation.

De **déclarer toute relation directe ou indirecte avec une entreprise** dans laquelle il a un intérêt si sa fonction dans l'université participe à des activités susceptibles de mettre l'établissement en rapport avec cette entreprise.

Dans ses relations avec les fournisseurs l'Université de la Méditerranée proscrit les pratiques suivantes :

L'acceptation de rétribution financière ou en nature venant d'un fournisseur

L'**hospitalité** offerte par un fournisseur hors manifestation de promotion ou à caractère exclusivement scientifique ou professionnel

L'acceptation de **prise en charge financière de frais de déplacement et de séjour** à l'occasion de la visite de ses installations

Les prêts ou mise à disposition ou dons de matériels non formalisés par l'université émanant de fournisseurs directement ou par l'intermédiaire d'associations

L'établissement de relations privilégiées dépassant le niveau des contacts indispensables entre les acheteurs et les fournisseurs

L'acheteur de l'Université de la Méditerranée applique les principes de la commande publique aux décisions d'achat (à toute la chaîne d'approvisionnement) :

Au niveau de la définition du besoin

La définition du besoin ne doit pas orienter le choix final.

La rédaction des cahiers des charges administratives et techniques doit être soignée et sans ambiguïté – le CCTP ne doit pas être orienté et les conditions d'exécution irréalistes.

Au niveau de la gestion des procédures d'achat

La mise en concurrence et en particulier le choix du support de publicité est adaptée à chaque situation.

L'ouverture à la concurrence est la plus large possible, l'ensemble des fournisseurs potentiels a libre accès à la consultation, la comparaison de plusieurs offres pour toute opération d'achat est une nécessité (sauf cas exceptionnel dûment motivé par l'expert qui engage sa responsabilité personnelle).

Toute la procédure doit respecter le principe de transparence, toutes les décisions sont motivées vis à vis des entreprises concurrentes, de la direction de l'établissement et des utilisateurs.

Les critères de sélection sont objectifs, clairement précisés à la mise en concurrence et pondérés, si la pondération est impossible les critères doivent être hiérarchisés.

Le choix final se fait sur l'offre économiquement la plus avantageuse et au meilleur coût global du produit adapté aux besoins définis en terme de qualité et de quantité.

L'analyse financière tient compte à chaque fois que cela est nécessaire du prix d'achat mais aussi des coûts d'utilisation du produit.

Au niveau de l'exécution des marchés

Les termes et clauses du contrat doivent être parfaitement connus et appliqués dans l'exécution des obligations de chaque partie.

Obligations du fournisseur : respect des délais de livraison ou d'exécution et des spécifications techniques.

Obligations de l'université : respect des engagements en particulier des engagements d'exclusivité dans les marchés à bons de commande, respect des clauses de paiement (avances, acomptes, délais de paiement)

En cas de difficulté dans l'exécution d'un marché, l'université doit rechercher avec le titulaire un règlement correct, sans marchandage, des litiges éventuels et mettre en œuvre les clauses de garantie du contrat.