

OUTIL D'AIDE A LA PREPARATION D'UNE PROCEDURE DE MARCHE PUBLIC DE GESTION DES ABONNEMENTS

De plus en plus d'organismes ont recours aux services d'agences pour la gestion de leurs abonnements à des publications périodiques notamment dans le secteur public.

Ces prestataires existent depuis plusieurs décennies. Ils jouent le rôle d'intermédiaire entre les abonnés et les éditeurs.

Il s'agit donc d'un schéma tripartite entre les agences d'abonnement, les abonnés et les éditeurs.

Ces agences d'abonnement présentent une offre globale de titres dans un catalogue, en consolidant les commandes, les réclamations, et les factures liées aux abonnements à ces titres.

La code des marchés publics et donc la réglementation de la commande publique peut être perçue comme un puissant outil de concentration des procédures d'acquisition vers les agences d'abonnement.

Le code APE version 2008 (Activité Principale Exercée) dédié à ces services est : 4618Z «intermédiaires spécialisés dans le commerce d'autres produits spécifiques ».

Ce code permet de retrouver l'ensemble des entreprises enregistrées dans ce domaine.

L'activité des agences de d'abonnement est spécifique car elle concerne principalement les abonnements à des titres de presse, mais également à d'autres achats d'informations professionnelles à caractère périodique comme les ouvrages à mise à jour. Or dans de nombreux pays européens comme la France le secteur de la presse n'est pas une activité comme les autres.

En effet, il existe un cadre juridique spécifique garant de son indépendance.

Les articles des revues professionnelles (scientifiques, techniques, médicales, économiques...) représentent une des sources documentaires majeures des administrations et des organismes de recherche. Il s'agit donc d'un véritable enjeu stratégique.

Cet enjeu stratégique ne doit pas faire perdre de vue l'enjeu budgétaire. Le prix des abonnements est en constante augmentation depuis plusieurs années.

Il représente entre 50 et 80% des budgets documentaires notamment dans les bibliothèques universitaires.

Enfin dernier trait de la singularité des abonnements, les circulaires comptables permettent une dérogation à la règle du service fait et donc le paiement à terme à échoir. Cela est cohérent car au moment de la contractualisation, le prix définitif n'est pas connu.

Pour être en mesure de rédiger un tel marché, l'acheteur public doit être capable de définir son besoin (I.). Une fois ce point abordé, il doit déterminer les éléments nécessaires à la passation du marché public de gestion des abonnements... et ses caractéristiques (II.).

Enfin, il ne doit pas omettre le suivi d'exécution d'un tel marché (III.).

I. Définition du besoin

A/ Les informations externes

Les sources d'information sur le thème sont diverses et variées.

Il s'agit pour l'essentiel de données économiques.

Un certain nombre de données économiques est à connaître, avant d'envisager toute rédaction d'un marché public de gestion des abonnements.

Il existe un certain nombre d'associations professionnelles dans ce secteur d'activité :

- Association des professionnels de l'information et de la documentation (ADBS)
- Association des directeurs et personnels de direction des bibliothèques universitaires et de la documentation (ADBU)
- Fédération nationale de la presse d'information spécialisée (FNPS)
- Groupement français de l'industrie et de l'information (GFII)
- Syndicat national des importateurs et exportateurs de livres (SNIEL).

Toutes ces entités ont un site internet :

- <http://www.adbs.fr/>
- <http://www.adbu.fr/>
- <http://www.fnps.fr/>
- <http://www.gfii.asso.fr/>
- <http://www.sniel.org/>

Selon le SNIEL, les principaux acteurs du marché sont (chiffres 2004 issu du vade-mecum sur les clients, agences, éditeurs, comment gérer ensemble les abonnements au périodique) :

	Chiffres d'affaires (CA) en Millions €
EBSCO	117
SWETS	60
LAVOISIER	13
FRANCE PUBLICATIONS	11
PRENAX	4,5
IS ABONNEMENTS	4,5
Total :	210

Sur les sites institutionnels des leaders du marché, des informations sont disponibles :

- EBSCO

Nombre d'éditeurs	80 000
Nombre de clients	8 000
Nombre de titres	300 000 revues, 25 000 publications électroniques
Logiciel de gestion en ligne	Ebsconet, klibrary

- LAVOISIER

Nombre d'abonnés	80 000
Nombre de clients	1 600
Nombre de titres	60 000
Logiciel de gestion en ligne	Gael.lavoisier.fr

Le site de SWETS dans sa version française est en cours de construction.

Il ne faut pas oublier également le site du ministère de l'économie, de l'industrie de l'emploi et les guides GEM. Or il n'existe pas de guide sur le sujet.

Le seul document sur le sujet est celui réalisé par les professionnels du secteur d'activité et évoqué ci-dessus. C'est un guide des bonnes pratiques.

Il s'agit du « vade-mecum sur les clients, agences, éditeurs, comment gérer ensemble les abonnements au périodique », disponible sur le site du SNIEL mais également sur les sites des acteurs du marché (EBSCO, LAVOISIER...).

Concernant la rémunération des agences d'abonnement, ce guide pratique nous permet de savoir que la rémunération de ces agences se décompose en 2 parties :

- les frais de service payés par l'abonné
- la commission versée par les éditeurs

Les marges brutes varient entre 8 et 12%.

Cela doit être complété par un autre vade-mecum « des abonnements papiers aux abonnements électroniques » qui explique les différences entre les 2 supports et les spécificités des abonnements électroniques.

Le site internet du BOAMP permet de connaître les pouvoirs adjudicateurs lançant des procédures dans ce domaine afin d'obtenir des informations et d'avoir un échange ou retour d'expériences.

Les autres sources potentielles sont les : colloques, salon professionnels et ou « rencontres des professionnels de l'information »...

B/ Les information internes

Les services hospitaliers, les collectivités territoriales ainsi que les établissements publics ou les ministères s'ils sont dotés d'un progiciel de gestion intégrée (PGI ou ERP en anglais) permettant de gérer le budget, les achats (engagements et mandatements), la paie...disposent d'un outil de référence exploitable.

En effet, ce progiciel constitue un outil important pour l'acheteur public, car il lui permet de connaître les marchés publics, leur nombre, leur objet, leurs montants et leurs dates d'échéances. Le plus souvent des requêtes paramétrées permettent d'extraire ces données de manière efficace. L'acheteur public peut se faire aider sur ce point par le service gérant le suivi du progiciel ou une personne du service financier maîtrisant l'usage de ce progiciel.

La mise en place du marché n'est pas abordée de la même manière s'il s'agit d'un renouvellement du marché, ou s'il s'agit d'un nouveau marché. En cas de renouvellement, l'acheteur dispose des données du ou des marchés antérieures ce qui permet d'avoir une vue d'ensemble.

Autre précision non moins importante, en cas de renouvellement de marchés, il est primordial de s'attacher à collecter toutes les dates d'échéance des marchés en cours surtout si elles diffèrent.

L'objectif est de planifier le début d'exécution du marché pouvant varier d'un marché à l'autre.

Dans le cas d'un nouveau marché, l'acheteur public part de rien, et donc s'attacher à réunir certaines données essentielles.

Il s'agit de la définition qualitative et quantitative du besoin. Pour cela, il est possible dresser un liste des éléments incontournables :

- nombre d'abonnements
- nombre d'abonnements par éditeur
- nombre d'abonnements par pays
- nombre d'abonnements par discipline (économique, juridique, scientifique, technique...)
- nombre d'abonnements papiers
- nombre d'abonnements électroniques
- dates de souscription des abonnements
- nombre de fournisseurs pour la gestion des abonnements
- nombre de factures
- coût de traitement d'une facture
- nécessité ou non du groupage (réception par l'agence des titres dans ses locaux puis réexpédition)
- temps consacré à la vérification et au suivi des abonnements

Ces éléments varient selon le domaine d'activité du PA : missions de recherche ou non, missions techniques, missions économiques...

L'acheteur doit se livrer à un questionnement : avantages de recourir à une agence pour la gestion des abonnements. Les éditeurs en tirent également un avantage.

<p>Avantages pour le PA</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Interlocuteur unique - Plus de gestion administrative (relances des éditeurs, traitement des échéances, réclamations à la charge de l'agence d'abonnement...) - Regroupement des commandes et factures - Visibilité et contrôle du budget abonnement - Accès à un catalogue de titres mis à jour - Outil de pilotage en ligne du portefeuille d'abonnements - Conseil pour des recherches, demandes particulières - Facilitation des relations avec les éditeurs des pays étrangers
<p>Avantages pour les éditeurs</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Consolidation des commandes et des renouvellements - Filtrage et consolidation des demandes et des réclamations - Réduction des délais de paiement - Support dans la gestion des relations clientèle (présence dans le catalogue, information sur les titres...) - Facilitation des relations avec les abonnés des pays étrangers

La question de la définition exhaustive ou non du besoin (article 5 du CMP) a été posée notamment pour les marchés à bons de commande afin de savoir s'il est possible de prévoir dans les pièces contractuelles une partie des commandes sur la base d'un pourcentage de remise sur le catalogue du titulaire (question n°12178 réponse du 15/04/2008). En effet, il est constaté qu'il n'est pas évident de dresser une liste exhaustive de ses besoins. Cela peut conduire dans certains cas à un bordereau des prix unitaires (BPU) avec des milliers de ligne. Cela signifie qu'en cas d'oubli d'un article, il n'est pas possible de le commander. Une réponse prudente a donc été donnée par la direction des affaires juridiques de Bercy (DAJ) laissant cependant envisager un recours possible mais de manière très stricte.

Si pour la DAJ, l'article 5 du CMP impose au pouvoir adjudicateur de déterminer avec précision la nature et l'étendue des besoins faisant l'objet du marché. Il ne fait donc aucun doute que cette règle implique de "ne pas se contenter de renvoyer globalement aux catalogues des fournisseurs".

Il est toutefois toléré de faire référence à certaines rubriques d'un catalogue "lorsque celles-ci s'ajustent bien à la demande formulée par l'acheteur public dans son dossier de consultation". La possibilité offerte est donc d'encadrer le pourcentage de remise en demandant au titulaire de préciser la partie du catalogue concernée afin de ne pas dériver vers des commandes sans rapport avec l'objet du marché. A cela, on peut éventuellement ajouter une limitation des commandes avec remise sur catalogue hors BPU, par exemple 15% du montant minimum en cas de marché à bons de commande avec minimum et maximum.

Tout cela participe à la définition du besoin, véritable pierre angulaire des marchés publics. Cette nécessité est affirmée à l'article 5 du CMP. La définition du besoin est déterminante en ce sens que la qualité du cahier des charges repose sur une définition précise de son besoin.

II. Passation du marché

A/ Les notions clés

Il s'agit des notions d'abonnement, de périodique, d'éditeurs, de groupage, bulletinage, ISSN...

<p>Périodique</p>	<p>Une publication périodique est un titre de presse qui paraît régulièrement.</p> <p>Ils sont généralement imprimés.</p> <p>Cependant, il existe aussi des périodiques électroniques, à consulter exclusivement sur internet, avec comme support une assistant personne ou un livre électronique.</p> <p>Les fréquences de parution sont : quotidien ou hebdomadaire, bimensuel, mensuel, bimestriel, trimestriel, semestriel, annuel.</p>
<p>ISSN (<i>International Standard Serial Number</i>)</p>	<p>Il s'agit du numéro international qui permet d'identifier de manière unique une collection.</p> <p>Il est réservé aux publications en série comme les journaux, les périodiques et les collections. L'ISSN facilite la gestion informatique de ces publications (abonnements, citations, catalogage...) dans les bibliothèques, par exemple.</p> <p>Les livres emploient quant à eux une numérotation ISBN.</p>

	<p>En France, l'ISSN est attribué par le Centre national d'enregistrement des publications en série.</p> <p>L'ISSN est normalisé par le texte ISO 3297.</p>
Editeur	<p>Au sens premier, le mot éditeur a pour origine le mot latin « editum », et signifie donc « faire paraître au public ». Cette activité est celle de l'édition, les personnes ou entreprises qui l'exercent sont des éditeurs.</p> <p>Selon la nature de l'œuvre publiée (livre, périodique, musique, logiciel...), les éditeurs spécialisés sont désignés par des termes plus précis comme :</p> <ul style="list-style-type: none"> - maison d'édition (livre) - éditeur de presse (presse)...
Groupage	<p>Cela consiste en la réception, et la réexpédition périodique des revues par les agences d'abonnement au profit des abonnés.</p> <p>Cette prestation a un coût pour l'abonné.</p>
Bulletinage	<p>C'est l'opération qui consiste à pointer chaque périodique lors de leur arrivée.</p> <p>Dans les bibliothèques non informatisées, il se fait sur une fiche cartonnée par titre.</p> <p>L'ensemble des fiches constitue le Kardex, qui est un classer horizontal. Lorsque la fonction bulletinage est informatisée, on fait la même opération avec un logiciel de gestion.</p> <p>La régularité du bulletinage est importante, afin de pouvoir mettre rapidement les nouveaux numéros à disposition des lecteurs et de pouvoir relancer les éditeurs pour les numéros manquants.</p> <p>Ainsi cela inclut le contrôle, l'enregistrement des numéros, la détection des anomalies et l'envoi d'un bordereau de colisage.</p> <p>L'intérêt est multiple : traitement à la source des anomalies, réclamations adressées directement aux éditeurs...</p> <p>Les agences disposent de plateforme de réception dans les principaux pays d'édition notamment aux Etats-Unis d'où regroupement des revues et réexpédition par avion-cargo tout en bénéficiant du tarif intérieur pour la souscription de l'abonnement.</p>

Pour revenir sur le « bulletinage », l'avantage pour le PA est évident :

Avantages pour le PA	<ul style="list-style-type: none"> - Application du tarif intérieur - Contrôle de la réception des revues à la source - Prestations optionnelles (mise en place de la liste de diffusion, étiquetage, sécurité...)
-----------------------------	---

Cela est utile si le nombre d'abonnement est significatif.

B/ La forme du marché

Le CMP, et le décret n°2007-1850 du 26 décembre 2007 définissent plusieurs procédures de passation des marchés publics en fonction de seuils financiers :

Marchés formalisés	Marchés dont le montant >133 000€HT ou 206 000€HT pour les marchés pluri annuel sur la durée d'exécution
Marchés à procédure adaptée (MAPA)	Marchés dont le montant <133 000€HT ou 206 000€HT (ou 5 150 000€HT en travaux)

L'article 27 du CMP nous indique que pour les marchés de fournitures et services, il est procédé une estimation de la valeur totale des fournitures ou des services qui peuvent être considérés comme homogènes en raison de leurs caractéristiques propres ou de leur unité fonctionnelle. En référence à une nomenclature européenne dite CPV (Common Procurement Vocabulary) qui constitue le vocabulaire commun (79980000-7 services d'abonnement), ou à celle issue du code 2001 si elle a été conservée ou encore une nomenclature propre, il s'agit dans notre cas d'espèce d'un service d'abonnement.

La valeur à prendre en compte est dans le cas d'un marché d'une durée inférieure ou égale à un an conclu pour répondre à un besoin régulier, la valeur totale estimée sur un an. Au-delà, il convient de prendre en compte la valeur estimée sur la durée d'exécution tous lots confondus (si l'allotissement a été retenu).

Il est entendu par forme du marché, marché simple (prix forfaitaire) ou marché fractionné (prix unitaire). Cela est déterminé par le choix entre prix unitaire et prix forfaitaire.

L'article 17 du CMP définit les prix unitaires c'est-à-dire applicables aux quantités réellement livrées ou exécutées, et les prix forfaitaires appliqués à tout ou partie du marché quelles que soient les quantités livrées ou exécutées.

Pour les prestations qui nous intéressent, l'utilisation des prix unitaires est la seule solution.

Marché fractionné ou à bons de commande	Article 77 du CMP	<p>Avec mini et maxi ou sans mini ni maxi, ou simplement mini ou maxi</p> <p>Pas de négociation ni de remise en concurrence préalable</p> <p>Durée maxi 4 ans</p>
--	-------------------	---

Dans le cadre d'un marché à bons de commande, il y a un engagement sur le minimum. Or en théorie on ne peut pas toucher ce minimum. La solution semble donc de ne pas indiquer de minimum mais uniquement un maximum ou alors rien.

Le décret n°2008-1334 du 17 décembre 2008 (article 66) a confirmé le principe posé par la jurisprudence (CE 24 octobre 2008 « UGAP » et « Artois » n°314499 et 313600) : marchés à bons de commande avec minimum et maximum, sans minimum ni maximum, avec seulement minimum ou seulement maximum. La condition posée par la jurisprudence en cas de non indication du minimum et du maximum est de remplir le formulaire d'avis d'appel public à concurrence (AAPC), rubrique « quantité ou étendue globale » en y mentionnant à titre indicatif et prévisionnel les quantités (ou valeur) ou les éléments permettant d'en apprécier l'étendue. Autrement dit, une estimation financière des dépenses et/ou des quantités (annuelles) pour notre cas d'espèce doit être fournie dès l'AAPC (et un éventuel rappel dans le règlement de la consultation RC). Il est à noter que la réforme du CMP n'a pas modifié l'article 27 VI selon lequel si aucun montant maximum n'est mentionné, la procédure est forcément une procédure formalisée.

En MAPA, l'intérêt d'une telle procédure est de pouvoir introduire la négociation dans le respect des principes généraux de la commande publique. Si la valeur estimée sur la durée d'exécution est > 90 000€HT, le seul formalisme va se limiter à une publicité au BOAMP. En revanche, il n'y a pas de délai de remise des offres, pas de CAO obligatoire pour les collectivités territoriales (CT) et rien pour l'Etat et les établissements publics (décret n°2008-1355 du 19 décembre 2008 en ses articles 15 à 18). Il est bien entendu que le recours à une telle procédure ne doit avoir pour fin d'échapper aux seuils de procédure.

Le CMP version 2006 a érigé au rang de principe l'allotissement (article 10) :

Principe = allotissement	Exceptions limitatives : <ul style="list-style-type: none"> - risque de restriction de la concurrence - risque de difficulté technique - justification économique
---------------------------------	--

L'allotissement est particulièrement adapté à ce type de marché.

Il peut être le suivant :

- Presse locale ou nationale générale et politique
- Presse spécialisée grand public
- Presse spécialisée à caractère juridique
- Presse spécialisée à caractère scientifique
- ...

Cela n'a rien d'exhaustif. L'allotissement dans le cas d'espèce n'est pas forcément rentable d'un point de vue économique.

Le groupement de commandes (article 8 du CMP) est également envisageable. En effet, s'agissant de besoins standards et homogènes (sensiblement les mêmes titres), il est possible de profiter d'un effet volume pour diminuer les prix. La seule contrainte est d'établir en amont de la procédure de marché public une convention de groupement liant les différents PA.

C/ La rédaction des clauses contractuelles

Les clauses à caractère administratif et à caractère technique sont abordées ici, dans les pièces contractuelles dans un unique document (cahier des clauses particulières : CCP).

Seuls les aspects particuliers à la gestion des abonnements sont traités. Il s'agit d'examiner ce qui fait la singularité de tels marchés.

Objet des clauses	Contenu des clauses
Durée du marché et reconduction	<p>Reconduction annuelle expresse avec une durée maxi de 4 ans</p> <p>Intérêt = en cas de difficulté pouvoir sortir du marché plutôt qu'être lié pendant 4 ans</p>
Bons de commande	<p>Exécution au moyen de bons de commande adressés par le PA au titulaire</p> <p>Chaque bon de commande signé par l'ordonnateur doit comporter les renseignements suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> • référence du présent marché • désignation et adresse de l'émetteur du bon de commande • désignation et adresse du bénéficiaire du bon de commande • désignation de l'abonnement, son origine et son support • prix déterminé dans les conditions du CCP • taux et montant de la TVA <ul style="list-style-type: none"> - Bon de commande définitif si le titulaire n'a pas fait d'observations dans les sept jours calendaires suivant l'envoi de ce dernier - Emission des bons de commande jusqu'au dernier jour de validité du marché
Gestion des abonnements périodiques	<p>La gestion des abonnements comprenant les prestations énumérées ci-dessous :</p> <p>Mise en service de l'abonnement</p> <p>Dès la réception du bon de commande du PA le titulaire procède auprès de l'éditeur à l'ensemble des démarches garantissant la mise en service effective de l'abonnement, y compris le paiement aux éditeurs, aux conditions déterminées dans l'ensemble des pièces constitutives du marché.</p> <p>Titulaire tenu d'appliquer les tarifs négociés directement par le PA auprès des éditeurs si ceux-ci sont plus favorables que ceux qu'il obtient.</p> <p>Si pas d'engagement sur la livraison d'un ou plusieurs titres, obligation pour lui de le notifier expressément à la structure qui procède à la commande. Le PA se réserve le droit de commander la ou les abonnements auprès d'un autre prestataire que le titulaire.</p> <p>Transport</p>

Risques afférents au transport et à la livraison des périodiques à la charge du titulaire

Gestion des réclamations

En cas de réclamation, le titulaire procède auprès de l'éditeur, selon les modalités définies dans son mémoire technique, à toutes les relances nécessaires, afin d'assurer la réception de l'abonnement dans les meilleurs délais et en informe le PA.

Le titulaire fournit trimestriellement au bureau des marchés du PA ou service financier un récapitulatif des réclamations et la suite donnée à celles-ci.

Si à l'issue d'une période de réclamation portant sur douze mois, le ou les titres commandés n'ont pas été livrés, ou pas livrés en totalité possibilité pour le PA de demander au titulaire un avoir au prorata des périodiques manquants. Le titulaire s'acquittera du versement de l'avoir au plus tard fin de l'année suivant l'abonnement (N+1).

Suivi des achats

Fourniture par le titulaire à l'issue de chaque année civile un état récapitulatif des abonnements pour l'année écoulée.

Par exemple, envoi à chaque structure émettant des bons de commande, et en plus un état consolidé envoyé au service financier ou marchés publics.

Engagement du titulaire à fournir ces informations à la fois sur support papier et sur des supports exploitables par le PA (tableur).

Suivi des prix éditeurs/ Liste de réabonnement

Sur la base des titres souscrits l'année précédente et/ou sur la base des informations données par les services ou entités du PA, le titulaire établit et envoie la liste des réabonnements prévus pour l'année à venir. Cette liste doit être parvenue au 1^{er} septembre dernier délai.

Lors de l'établissement des listes de réabonnements, indication par le titulaire de l'augmentation prévisionnelle du prix des revues (prix des éditeurs) pour l'année suivante.

Groupage

Le groupage est la possibilité pour le PA de profiter du prix domestique officiel pour les

	<p>abonnements papiers américains aux conditions déterminées à l'annexe financière de l'acte d'engagement, et de les recevoir plus rapidement.</p> <p>Engagement du titulaire à avertir le PA si le prix domestique combiné aux frais de groupage engendre un coût plus élevé que l'abonnement sans groupage, compte tenu de la conversion en euros.</p> <p>Transmission des données et assistance à l'élaboration d'une nomenclature</p> <p>Pour une mise en œuvre et une exécution optimale du marché, engagement du titulaire à transmettre sur support informatique, dès la notification du marché puis annuellement, la liste de tous les abonnements disponibles selon le format</p>
<p>Facturation</p>	<p>Factures établies sur la base de prix fermes et définitifs une fois les abonnements souscrits auprès des éditeurs. Sauf dérogation admise expressément par le PA, aucun ajustement des prix accepté en cours d'année.</p> <p>La facture doit être accompagnée de deux copies revêtues de la mention " DUPLICATA " et comprendre, outre les indications prévues par la réglementation de la comptabilité publique, les renseignements suivants:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● référence du présent marché ● référence du bon de commande ● nom et adresse du destinataire de l'abonnement ● désignation de l'émetteur du bon de commande ● désignation de l'abonnement et son origine ● prix éditeur en euros ou en devises ● cas échéant, le taux de change déterminé dans CCP. ● remise, la commission ou les frais de groupage ● taux de TVA ● montant HT ● montant TTC ● numéro de compte bancaire ou postal tel qu'il figure à l'acte d'engagement <p>Les prestations assujetties à un taux de TVA différent peuvent figurer sur la même facture, mais les prix pour chaque prestation doivent faire apparaître le montant HT, le montant TTC et préciser le montant de la TVA ainsi que le taux appliqué.</p>
<p>Délais</p>	<p>Titulaire tenu à une obligation de résultat s'agissant du respect des délais de traitement interne des commandes et des délais relatifs à la gestion des réclamations indiqués dans son cadre de mémoire technique (CMT).</p>

	<p>Tout retard de livraison ou rupture d'abonnement consécutif au non-respect par le titulaire des délais de traitement interne de la commande, ainsi que tout dépassement des délais de traitement des réclamations, entraîne le versement d'une pénalité calculée selon la formule (cf III)</p> <p>Les périodiques ne parvenant pas dans le délai prévu ou qui s'avèreraient défectueux ou non conformes au bon de commande feront l'objet d'un avis au titulaire par tout moyen. Toujours l'obligation d'assurer la livraison des revues commandées, dans un nouveau délai à fixer par les deux parties, nonobstant l'application de pénalités de retard.</p> <p>En cas de défaillance répétée du prestataire, le PA se réserve le droit de contracter directement avec les éditeurs pour le ou les abonnements.</p> <p>Le titulaire justifie par tous documents qu'il a satisfait aux délais de traitement interne des commandes et de gestion des réclamations, si le PA lui en fait la demande.</p>
Confidentialité	<p>Informations obtenues par le titulaire au cours de l'exécution du présent marché ne pouvant faire l'objet d'aucune divulgation à des tiers ou à des membres du personnel du titulaire non appelés à participer à l'exécution des prestations, sauf si la divulgation est nécessaire en raison d'obligations légales, comptables ou réglementaires échappant au contrôle du titulaire.</p> <p>Pas d'autorisation donnée au titulaire à ce titre à vendre à des instituts de sondage ou à des cabinets d'études les données concernant les achats du PA</p>
Conseil	<p>Titulaire tenu, dans le cadre du présent marché, à une obligation de conseil, consistant à tenir le PA informé des dernières évolutions relatives aux prestations et aux produits objet du présent marché.</p>
Dérogations au CCAG-FCS	<p>Mentionner les dérogations article par article</p>

Concernant la sélection des offres, la pondération étant la règle on peut imaginer un système privilégiant l'aspect technique : coefficient 60 pour la valeur technique et coefficient 40 pour le prix.

Critères de sélection des offres	Valeur technique appréciée en fonction des éléments du cadre de mémoire technique (détaillé ci-dessous)
	Prix unitaires des prestations

Enfin la notation peut se faire sur un modèle distinguant qualité des prestations et le volet financier.

Le système de notation applicable pour comparer la qualité des propositions est le suivant :

- pour chaque critère, une note est attribuée, sur la base du référentiel ci-dessous :

- 1 = mauvais
- 2 = acceptable
- 3 = bon
- 4 = excellent

- chaque note est pondérée par le coefficient indiqué précédemment;

- le total des notes pondérées donne la note finale.

La formule suivante est appliquée pour comparer les offres financières (sur la base d'une simulation s'il s'agit de prix unitaires) :

Note du candidat : $NM \times (T1/T2)$

NM= note maximale

T1= tarif du candidat ayant proposé l'offre tarifaire la plus intéressante

T2= tarif du candidat proposé dans son offre

Il est également recommandé d'insérer dans le DCE, un cadre de mémoire technique (récapitulatif des points que doivent développer les candidats), servant de support pour l'analyse des offres et leur comparaison.

Les éléments indispensables du CMT sont :

Délais et moyens	Indication des délais (en nombre moyen de jours) et l'organisation interne pour : <ul style="list-style-type: none"> • le traitement des commandes à compter de la réception du bon de commande (passation de la commande auprès de l'éditeur, facturation par l'éditeur, paiement de l'éditeur, facturation par le titulaire, suivi des abonnements, démarrage d'un nouvel abonnement, reconduction...) • les moyens d'acheminement selon la provenance (transport et prestations de groupage et bulletinage)
Gestion des réclamations	Système mis en place (moyens humains et techniques), informations transmises et délais pour : <ul style="list-style-type: none"> • la gestion des réclamations notamment le suivi pour l'ensemble des entités et/ou des services du PA avec un outil de gestion électronique des abonnements (édition d'états et téléchargement de ces états) • le recueil et la diffusion des informations bibliographiques et commerciales • les informations d'identification et d'activation des accès électroniques • la négociation des licences (accords avec certains éditeurs) • la fourniture de statistiques pour les versions électroniques
Liste des prestations	Liste des prestations proposées (en distinguant les

	prestations incluses dans le prix de l'abonnement et celle qui ne le sont pas par exemple l'accès à des bases de sommaires, à des bases de texte intégral, à des services d'alerte, ...)
Outil informatique	Description précise des applications informatiques (possibilités de déploiement pour l'ensemble des entités et/ou services du PA et moyens de consolidation de ces données) : <ul style="list-style-type: none"> ● l'outil de gestion des abonnements ● l'outil des gestion des revues on-line
Facturation	Présentation du système de facturation et l'outil de suivi du marché en détaillant les points suivants : <ul style="list-style-type: none"> ● la périodicité des factures ● le format et contenu des factures ● les supports utilisés ● les serveurs consultables ● les modalités de mise en oeuvre du système de facturation
Formulaire de réabonnement	Précision du contenu du formulaire, leur date d'envoi...

III. Exécution du marché

Il s'agit du suivi d'exécution du marché. Cela comporte les éléments ci-dessous.

Le suivi financier peut se matérialiser par les informations fournies par le titulaire ou les titulaires.

Ces informations sont à recouper avec les extractions que l'acheteur public peut obtenir du progiciel de gestion intégrée (PGI ou ERP selon les termes anglo-saxon). Une comparaison des données est essentielle.

Selon l'article 18 du CMP le prix peut être ferme, ferme actualisable ou révisable par ajustement ou selon une formule paramétrique (sachant que le décret n°2008-1355 du 19 décembre a modifié l'article 18 V du CMP en imposant une révision de prix pour les marchés dont le délai d'exécution est > 3 mois s'ils comportent des fournitures notamment matières premières dont le prix est affecté par les fluctuations de cours mondiaux).

Il est donc proposé les modalités suivantes :

- ajustement en fonction d'une référence, tarif appliqué à l'ensemble de sa clientèle par titulaire en prenant
- ajustement en fonction d'indices connus avec une formule paramétrique

Il existe 4 taux de TVA en ce qui concerne les abonnements :

Direction des Journaux Officiels (JO)	0%
Titres de presse	2,21%
Autres périodiques	5,5%
Titres sur support électroniques	19,6%

Il faut distinguer les modalités de détermination :

- des abonnements français

Le prix net HT de l'abonnement est le tarif officiel de souscription des éditeurs (en vigueur à la date de la commande) franco de port en euros, diminué de la remise initiale minimale et majoré de la commission prévue à l'annexe de l'acte d'engagement.

- des abonnements hors groupage

Le prix net HT des abonnements hors groupage est le tarif officiel de souscription des éditeurs (en vigueur à la date de la commande) franco de port, converti au besoin en euros selon les modalités définies dans le CCP, diminué de la remise initiale minimale ou majoré de la commission prévue à l'annexe de l'acte d'engagement.

- des abonnements avec groupage

Le prix net HT des abonnements avec groupage est le prix domestique officiel des éditeurs, pour ceux qui acceptent le groupage, converti en euros selon les modalités du CCP, majoré des frais de groupage prévus à l'annexe de l'acte d'engagement.

Les frais de groupage sont forfaitaires par abonnement et par année d'abonnement.

La conversion en euros s'effectue au moyen des cours indicatifs communiqués par la Banque de France (Devises contre euros) et publiés au Journal officiel le jour du paiement aux éditeurs. Seul ce taux apparaîtra sur les factures.

Les frais bancaires supportés par le titulaire sont réputés inclus dans la remise ou la commission déterminée à l'annexe de l'acte d'engagement.

Le titulaire s'engage à fournir tous les renseignements relatifs à la conversion en euros qui seraient demandés par le PA

Le tarif officiel de souscription franco de port et le tarif domestique officiel des abonnements sont ajustables annuellement par référence aux nouveaux tarifs officiels de souscription et aux nouveaux prix domestiques des éditeurs.

En cas de hausse des prix suite à un ajustement des prix supérieur à 3%, le PA se réserve la possibilité de résilier le marché sans indemnités.

Les remises et les commissions du titulaire figurant dans l'annexe de l'acte d'engagement sont fixes pour toute la durée du marché, périodes de reconduction comprises.

Le titulaire peut, néanmoins, faire bénéficier le PA de remises plus avantageuses que celles proposées initialement. Dans ce cas, le titulaire en informe le PA, au moins quinze jours avant la mise en application de ces remises spéciales.

Les autres prix figurant dans l'annexe de l'acte d'engagement, notamment les frais de groupage, sont fermes pour toute la durée du marché, périodes de reconduction comprises.

Le titulaire est tenu de transmettre annuellement, dès parution, la nouvelle liste des périodiques et leurs prix (sur support papier et électronique) au service financier ou des marchés publics, et aux représentants administratifs du PA sur demande de tout autre utilisateur.

Le titulaire s'engage, par ailleurs, à fournir tous les renseignements tarifaires qui seraient demandés par le PA

Au prix déterminé supra s'applique le taux de T.V.A. en vigueur à la date d'établissement de la facture selon le type d'abonnement.

B/ Le contrôle qualité

Les contrôles vont porter sur les points suivants :

- titre de la revue
- entité concernée avec le détail du service...
- pays d'origine de la revue
- ISSN
- prix public catalogue
- prix domestique en cas de groupage
- prix unitaire pour le PA
- remise accordée par rapport au prix public
- commissions
- support on line et/ou papier
- éditeur

L'objectif est d'être en mesure de connaître la liste des abonnements, de les classer par origine, par discipline...

Les pénalités à prévoir sont les suivantes :

Pénalités	Retard dans la livraison des abonnements
	Retard ou défaut d'envoi des informations sur les statistiques

En cas d'inobservation des dispositions du CCP (sur les délais de livraisons ou d'envoi des statistiques), le montant de la pénalité est calculé, par dérogation à l'article 11 du CCAG / FCS, comme suit :

$$P=(V*R)/100$$

P = montant de la pénalité

V = valeur HT de l'abonnement annuel

R = nombre de jours de retard dans les délais de traitement interne des commandes ou des réclamations ou dans les délais de livraison

Cette liste n'a rien d'exhaustif.

Elle peut être complétée et adaptée.