

OUTIL D'AIDE A LA PREPARATION D'UNE PROCEDURE DE MARCHE PUBLIC DE FOURNITURES DE BUREAU CONSOMMABLES INFORMATIQUES ET PAPIER D'IMPRESSION

Les fournitures de bureau, consommables informatiques et le papier d'impression constituent un besoin récurrent pour tous les pouvoirs adjudicateurs (PA ci-après).

Les codes APE version 2008 (Activité Principale Exercée) dédiés à ces prestations sont selon les fournisseurs : 4676Z « Commerce de gros d'autres produits intermédiaires », 1723Z « Fabrication d'articles de papeterie », 4649Z « Commerce de gros d'autres bien domestiques ». Il n'apparaît pas de code spécifique et unique pour la vente de ces fournitures.

Un tour d'horizon de ces codes permet cependant de retrouver l'ensemble des entreprises enregistrées dans ce domaine.

Cette prestation de fournitures représente un poste de dépense de fonctionnement variable selon le nombre d'agents et les missions du PA. Un PA avec des missions techniques et/ou scientifiques a moins d'exigences en termes de fournitures de bureau, consommables informatiques...

Entrant dans le champ des achats hors production, les fournitures de bureau n'ont pas d'intérêt stratégique pour les PA. S'il est préférable de se concentrer sur les achats dits « métier », les achats hors production et en particulier les fournitures de bureau sont une famille d'achat sur laquelle des économies peuvent réalisées si le besoin est examiné avec précision. En cette période de crise, les premiers achats touchés sont les fournitures de bureau...tirant ainsi les prix vers le bas.

Il s'agit également d'un domaine pouvant constituer un levier pour l'achat durable. Selon la politique adoptée par le pouvoir adjudicateur, il peut être introduit une exigence d'utilisation de produits dits « verts » prenant en compte l'environnement.

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 fournitures de bureau... et ses caractéristiques (II.).

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

I. Définition du besoin

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

A/ Les informations externes

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 fournitures de bureau, consommables informatiques...

Il faut s'intéresser aux notions de «fournituristes» et de «VADistes»

Or les principaux acteurs de la VAD (vente à distance) et « fournisseuristes » dans le domaine des fournitures de bureau sont : JPG, JM BRUNEAU, LYRECO, OFFICE MAX, STAPLES, JM BRUNEAU, CORPORATE EXPRESS, VIKING DIRECT, WELCOM OFFICE...

Les sites internet de ces fournisseurs permettent de récolter des informations importantes sur les CA, les moyens logistiques, ...

On peut également citer l'Association des industriels de la papeterie de du bureau ou AIPB (<http://www.aipb.fr>) et l'UNIFOB (<http://www.unifob.fr>).

Pour le papier, le site de la COPACEL est également intéressant (<http://internet.copacel.org/>).

Pour le papier, il faut distinguer les producteurs et les distributeurs :

Producteurs	<ul style="list-style-type: none">- M-REAL- STORA ENSO- UPM KYMMENE- NORSKE SKOG...
Distributeurs	<ul style="list-style-type: none">- INAPA- ANTALIS- MALMENAYDE...

Il ne faut pas oublier également le site du ministère de l'économie, de l'industrie de l'emploi et les guides GEM « Produits papetiers, articles de papeterie et imprimés » publié en février 2008 : http://www.minefe.gouv.fr/directions_services/daj/guide/gpem/produits_papetiers_articles_papeterie_et_imprimes/produits_papetiers_articles_papeterie_et_imprimes.htm

Les plates- formes de dématérialisation des procédures peuvent également constituer une source de documentation en téléchargeant les DCE, ce qui permet de comparer la rédaction, les données mentionnées...

A ce titre, 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...

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.

Dans le cas d'un nouveau marché, l'acheteur public part de rien, et donc estimer dresser une liste exhaustive des fournitures (en étudiant les catalogues des fournisseurs en faisant des comparaisons ou benchmarks, en demandant à ses fournisseurs les références des produits les plus commandés, ...). Par consommables informatiques, on entend cartouches d'imprimantes (ce qui suppose de connaître son parc d'imprimantes), CD, DVD, clé USB.... Pour les papiers d'impression, il faut absolument définir le format, le grammage, la qualité (A, B, C)...On s'aperçoit souvent que les besoins se concentrent sur 3 ou 4 gammes différentes (par exemple, papier A4, 80 gr, qualité A, A3, 80 gr, qualité A et la même chose en papier recyclés).

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.

Il est nécessaire de pratiquer la loi de Pareto (ou loi des 80/20), loi empirique et sa variante la méthode ABC (Activity Based Costing), méthode de gestion de la performance qui permet de comprendre la formation des coûts et les causes de leurs variations.

Ainsi, il est important de suivre les consommations et de récolter un certain nombre d'informations

- références les plus commandées en nombre et en montant
- identifier les références qui constituent 80% du besoin

Par exemple sur un catalogue de 5 000 lignes, on sait que 1000 représentent 80% de notre besoin.

Il est important de prévoir des articles de marque, ainsi que des articles de marque de distributeur cela ayant une incidence sur le prix. En effet, les MDD constituent une alternative aux articles de marque en présentant souvent les mêmes caractéristiques à des prix plus compétitifs.

Est considéré comme produit vendu sous marque de distributeur (MDD), le produit dont les caractéristiques ont été définies par l'entreprise ou le groupe d'entreprises, qui en assure la vente au détail, et qui est le propriétaire de la marque sous laquelle il est vendu. A l'origine, cette notion provient de la grande distribution alimentaire, et elle s'est étendue à d'autres produits, notamment les fournitures de bureau, consommables informatiques et papier.

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

Par le décret n°2004-1144 du 26 octobre 2004 relatif à l'exécution des marchés publics par carte d'achat, le recours à la carte d'achat a été officialisé. C'est l'aboutissement d'une réflexion de la direction générale de la comptabilité publique (DGCP) concernant les circuits et les procédures d'achat de petit montant. Il s'agit d'une solution peu onéreuse, simple, et efficace pour les achats de fournitures notamment : achats courants, à forte récurrence, avec des volumes de dépenses importants, et un nombre de pièces de dépense important. On peut également ajouter le décret du 28 mars 2007 et l'arrêté du 27 juin 2007 qui ont créé un cadre réglementaire permettant d'élaborer une convention cadre nationale relative à la dématérialisation des relevés d'opération.

Parmi les familles d'achat, les fournitures de bureau constituent une des familles privilégiées pour l'utilisation de la carte d'achat (environ 42% des transactions). La plupart des « fournisseuristes » et « VADistes » proposent ce paiement par carte d'achat.

Le site de l'association des professionnels européens de la carte d'achat (APECA) comporte une rubrique « secteur public » <http://www.association-apeca.org>

Ce mode de paiement présente des intérêts pour les PA et pour les fournisseurs :

Pouvoirs adjudicateurs (PA)	<ul style="list-style-type: none"> - Simplification du processus d'achat (accès simplifié à certains fournisseurs, suppression des contrôles a priori, allègement des contraintes lors de la commande) - Diminution du coût de traitement de la dépense (diminution du nombre de pièces de dépenses, simplification du processus d'achat, suppressions des contrôles a priori)
Fournisseurs	<ul style="list-style-type: none"> - Paiement plus rapide (4 jours, allègement des problèmes de trésorerie, même si contrepartie = frais de transaction) - Simplification du processus de commande et de la facturation (commande internet, pas de gestion de compte ni de facturation, dématérialisation des factures si recours à une carte de niveau 3) - Fidélisation du contractant (référencement préalable, contractualisation de la relation)

Concrètement, la carte d'achat est une carte à autorisation préalable utilisable

- pour des achats déterminés,
- auprès de fournisseurs référencés ou autorisés,
- par un porteur autorisé,
- dans la limite des droits de porteurs (plafond par opération, par période, par fournisseur...)

Le «Punch out» est la possibilité pour l'utilisateur de se connecter depuis le progiciel de gestion de l'établissement au site internet du titulaire via une connexion sécurisée, d'y saisir un chariot de demandes d'achat, de rapatrier automatiquement les données de ce chariot et de poursuivre le processus habituel de l'établissement en transformant la demande d'achat en commande pour transmission au titulaire après réservation budgétaire.

Les fournitures objet de ce guide sont l'occasion de mettre en œuvre une politique d'achats durable au sein du PA. En effet, en référence aux articles 5 et 6 du CMP il est possible d'utiliser des éco-labels officiels comme outil de définition des besoins. Ces éco-labels respectent des critères pré-établis d'usage, de qualité écologique tout en prenant en compte le cycle de vie des produits et leur impact environnemental. Ils sont établis par les pouvoirs publics, en concertation avec les parties intéressées (distributeurs, industriels, association de consommateurs...).

Ils sont au nombre de 2 :

Eco-label français	- NF Environnement délivré par Afnor Certification
Eco-label européen	- Délivré par Afnor Certification

Il existe également de nombreux labels non officiels :

- produits conçus à partir de matériaux recyclés,
- produits intégrant peu ou pas de PVC,

- produits disponibles en mode rechargeable,
- produits issus de forêts gérées durablement (PEFC, FSC)
- produits limitant la production de déchets,
- produisant avec une faible consommation d'énergie,
- produits fabriqués avec une utilisation limitée de produits chimiques.

Il est d'ailleurs considéré que le paiement électronique au moyen de la carte d'achat constitue une démarche de respect de l'environnement (plus de commandes papier).

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 (n°30... par exemple 30199000-0 articles de papeterie et autres articles en papier, 30197643-5 papier pour photocopie services), ou à celle issue du code 2001 si elle a été conservée ou encore une nomenclature propre, il s'agit des fournitures de bureau, consommables informatiques...dans notre cas d'espèce. Il paraît délicat de scinder les prestations en n'additionnant pas les différents codes.

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	Avec mini et maxi ou sans mini ni maxi, ou simplement mini ou maxi Pas de négociation ni de remise en concurrence préalable Durée maxi 4 ans
--	-------------------	--

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 s'agir par exemple :

- lot 1 : fourniture d'articles et de petits matériels de bureau,
- lot 2 : fourniture de papier offset pour la reprographie et l'impression,
- lot 3 : fourniture de consommables informatiques.

Chaque lot porte sur une liste de produits, génériques et de marque, répartis en plusieurs familles.

Le groupement de commandes (article 8 du CMP) est également envisageable. En effet, s'agissant de besoins standards, 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 aux fournitures de bureau (FDB) 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	<ul style="list-style-type: none"> - Reconduction annuelle expresse avec une durée maxi de 4 ans - Intérêt = en cas de difficulté pouvoir sortir du marché plutôt qu'être lié pendant 4 ans
Modalités d'exécution	<ul style="list-style-type: none"> - Mise à disposition par le titulaire d'un catalogue/tarifs au format Excel ou .csv, destiné à être intégré dans son système d'information et/ou mis en ligne sur son site intranet et reprenant, pour chaque article, les informations (référence de l'article au catalogue du titulaire, description de l'article, conditionnement, marque ou l'identification générique de l'article, éventuelles informations complémentaires sur l'article, liste de mots-clés permettant d'effectuer une recherche dans le catalogue, numéro de page dans le catalogue du titulaire, prix net remisé HT par unité de facturation, à titre indicatif, le taux de remise pratiqué), et mise à jour par le titulaire dans un délai fixé par le CCP. - Mise à disposition gratuitement d'un site internet permettant notamment de consulter le catalogue/tarifs et d'y effectuer des recherches par référence, par famille et par produit avec uniquement les articles du catalogue/tarifs visibles sur ce site par les utilisateurs, et mise à jour sur le site internet par le titulaire dans un délai fixé par le CCP - Possibilité d'envoi par le titulaire à tout utilisateur en faisant la demande des codes d'accès au site internet - Dès notification, prise en charge par le titulaire de la mise en place de toute l'infrastructure, des moyens d'information, d'aide et de conseil devant permettre aux agents d'utiliser le site internet. - Recours au punch-out (notamment par le biais d'une option), pendant la durée du marché et pour le reste de son exécution, afin de passer les commandes directement sur le site internet du titulaire - Nécessité de préciser les informations sur le punch out notamment les champs obligatoires : prix net remisé de l'article, produits de marque ou générique, le pourcentage de remise prévu pour le punch-out dans le bordereau des prix unitaires - A la demande du PA, possibilité de bloquer individuellement l'accès à la commande via le site internet en le restreignant à la consultation du catalogue en ligne.

	<ul style="list-style-type: none"> - Lors de la saisie d'un chariot ou panier d'achat en fin de période de validité des tarifs sans validation d'une commande, alerte envoyée par mail à l'auteur de la saisie. - Objectif : éviter les situations suivantes : un chariot ou panier d'achat contenant des articles ou des prix obsolètes, une demande d'achat ou une commande punch-out avec des articles à un prix différent ou n'existant plus - Proposition par le titulaire de la gestion de ce processus de mise à jour des tarifs d'une manière automatisée conformément aux dispositions prévues à du CCP - Nécessité de prévoir plusieurs statuts pour le panier ou chariot d'achat : incomplet, en cours, sauvegardé, validé.
<p>Modalités de livraison</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Livraisons effectuées par le titulaire suivant les modalités prévues sur le bon de commande (destinataire, adresse, étage, n° de pièce...) - Toute livraison égarée du fait du non-respect du lieu de livraison indiqué sur le bon de commande à la charge du titulaire et ne pouvant être facturée au PA. - Produits accompagnés d'un bon de livraison mentionnant les informations suivantes : nom et adresse du titulaire du marché, coordonnées complètes du destinataire, numéro du marché, références et date de la commande, référence des produits livrés, quantités livrées, prix nets remisés unitaires HT, TTC et montant total TTC de la commande, date de la livraison, nombre de colis. - Risques afférents au transport jusqu'au lieu de destination incombent au titulaire. - Engagement du titulaire à fournir, au plus tard à la livraison, toute la documentation, rédigée en langue française, nécessaire à l'installation et à la mise en ordre de marche du matériel livré ainsi qu'à son entretien. - Sous réserve de l'accord préalable de l'émetteur du bon de commande, possibilité de livraisons partielles lorsque seule une partie des produits commandés disponible. - Délai contractuel de livraison, possibilité de définir un délai maximum laissant l'opportunité au titulaire de s'engager sur un délai plus court - Tout dépassement des délais contractuels par le titulaire, y compris en cas de rupture de stocks sanctionné par des pénalités

	<ul style="list-style-type: none"> - Toutefois, dans le cas où l'impossibilité de respecter les délais contractuels relève du fait de l'établissement considéré ou d'un cas de force majeure, possibilité d'accorder une prolongation des délais, si demande de prolongation des délais au PA faite par mail ou par fax adressée à l'émetteur du bon de commande. - Signature du bon de livraison par l'agent réceptionnant la commande ne valant que pour acceptation de la livraison sous réserve de vérification des quantités et de la qualité des produits effectivement reçus. - Dérogation au CCAG/FCS, pour les opérations de vérification à compter de la date de livraison des produits. - Si aucune observation formulée durant ce délai, l'admission réputée acquise. - Rejet et remplacement des produits : définir un délai de remplacement des livraisons rejetées (livraisons de produits non conformes ou défectueux) à compter de la notification du rejet et enlèvement aux frais du titulaire, dans le même délai, que la marchandise rejetée. Après ce délai, disposition libre des marchandises rejetées non reprises par le PA
Prix et révision	<ul style="list-style-type: none"> - Marché conclu à prix unitaires, en euros hors taxes, nets remisés fixés dans le bordereau des prix unitaires annexé à l'acte d'engagement - Présentation des prix nets remisés à partir de son tarif public en vigueur à la date limite de réception des offres. - Possibilité de prévoir un montant plafond de commandes pour les prix franco de port et d'emballage. - Modalités générales d'ajustement des prix : cf III A/
Modes de paiement	<ul style="list-style-type: none"> - Possibilité de recours au paiement par carte d'achat, pendant la durée du marché et pour le reste de son exécution - Principe de la carte d'achat: ordonnateur déléguant un droit de commande à des porteurs de carte désignés, au moyen d'une carte émise par un opérateur bancaire ; système informatique bancaire implanté chez le fournisseur contrôle, pour chaque commande, l'habilitation du porteur de carte et ses droits d'utilisation (chaque carte est paramétrée) ; Restitution périodique par l'opérateur bancaire à l'ordonnateur d'un relevé précis des commandes initiées par carte, puis validation du service fait et mandatement, relevés transmis au comptable pour paiement ; titulaire tenu

	<p>d'accepter, pour le ou les ordonnateurs désignés, le paiement par carte d'achat en application du décret n°2004-1144 du 26 octobre 2004.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Association du titulaire à la phase opérationnelle de déploiement de la carte d'achat en vue d'expliquer les modifications induites par ce nouveau mode de paiement dans le processus de passation de commande - Acceptation par le titulaire de « loger » le numéro des cartes d'achat (une par unité ou service) dans son système informatique, liaison entre le numéro de la carte d'achat à chaque code client des unités ou services, procédé visant à éviter la saisie du numéro de la carte d'achat à chaque commande, l'identification de l'acheteur suffisant à imputer la commande à une carte d'achat. - Liste des acheteurs habilités par unité communiquée par le PA - Engagement du titulaire à n'utiliser le numéro des cartes d'achat que lors d'une commande faite par un acheteur habilité. - Résolution des incidents sous forme d'avoirs - Lors du recours au paiement par carte d'achat, l'ensemble des commandes sur le catalogue/tarifs payées selon cette mode
<p>Suivi et statistiques de consommations</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Transmission au PA dans un délai prédéfini suivant la fin de chaque période semestrielle à compter de la date de prise d'effet du marché et dans un délai défini suivant la fin du marché, les statistiques de consommation - A l'occasion de l'ajustement des prix le titulaire possibilité de procéder à prix équivalents ou inférieurs à des changements non substantiels de produits figurant au catalogue à la condition que les nouveaux produits conformes aux spécifications figurant dans le bordereau des prix unitaires et techniquement équivalents ou supérieurs aux produits qu'ils remplacent. - Nouveaux produits incorporés au marché si leur nombre, au cours des 12 derniers mois, ne dépassant pas un certain pourcentage du nombre de produits figurant sur la dernière liste validée, par exemple sinon recours à un avenant - attention : lors de l'introduction de ces nouveaux produits, impossibilité de remise applicable au prix catalogue inférieure à la remise pratiquée sur l'ensemble des produits du titulaire. - Délai pour le PA pour accepter par mail ces

	<p>nouveaux produits</p> <ul style="list-style-type: none"> - Après acception, application dans un délai maximum fixé à compter de la date indiquée dans le mail. - Effet : mise à jour du site internet et du catalogue par le titulaire
Développement durable	<ul style="list-style-type: none"> - Satisfaction par le titulaire d'une démarche de développement durable dans le cadre du marché et pendant toute sa durée d'exécution. - Satisfaction en partie ou dans sa totalité, à des spécifications techniques afférentes aux produits proposés dans le cadre du marché et notamment à des agréments techniques tels que les écolabels ou équivalents - suivi par le titulaire tout au long du marché des conditions d'exécution soucieuses des aspects environnementaux et sociaux.
Garantie	<ul style="list-style-type: none"> - Comprises dans le prix, toutes les interventions, effectuées au titre de la garantie - Garanties contractées durant la période d'exécution du marché engageant le titulaire pour leurs durées respectives. - Conditions d'application et teneur de la garantie identiques quel que soit le lieu d'acquisition du produit. - Etendue de la garantie : biens fongibles (papier, cartouche d'encre...) garantis pour une durée plus courte en dérogation de l'article du CCAG-FCS, pour le reste minimum un an - Si, après leur admission, les produits présentent des défaillances ou des défauts pouvant créer un risque pour l'utilisateur, le titulaire s'engage à les remplacer, à ses frais, dans un délai de trois jours ouvrés suivant la réception par le titulaire du mail ou du fax l'en informant. - Conditions d'intervention au titre de la garantie : au titre de la garantie, mise à la disposition par le titulaire, d'un numéro de téléphone non surtaxé et une adresse mail unique accessibles les jours ouvrés de 10h00 à 16h00 minimum. Impossibilité de rediriger le PA vers le service après-vente du constructeur ou d'un distributeur du matériel concerné, titulaire demeurant l'unique interlocuteur pendant toute la durée de la garantie. - Service après-vente (SAV) du titulaire contacté au titre de la garantie, communication d'un numéro de prise en charge, référence unique valable jusqu'à la remise en état du matériel concerné.

Dérogations au CCAG-FCS	- Mentionner les dérogations article par article
--------------------------------	--

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 (capacité logistique, SAV, ...)
	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

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

Les prix déterminés sont fermes pendant un an. Ils sont ensuite ajustés à la date anniversaire du marché par référence aux tarifs nets remisés (seuls les prix remisés comptant et non le % de remise pour éviter que le titulaire fasse fluctuer ce % pour tromper le PA) précédents proposés par le titulaire pour le lot des fournitures de bureau.

En revanche, pour les consommables informatiques et le papier il est recommandé de prévoir une fréquence d'ajustement plus importante, par exemple semestrielle par référence aux tarifs nets remisés précédents proposés par le titulaire

L'ajustement des prix peut se faire à la baisse comme à la hausse.

Il est conseillé de prévoir une clause de sauvegarde : augmentation des prix nets remisés, pondérée par le volume des consommations, doit rester inférieure à un certain % pour le premier ajustement par rapport à la période ferme du marché et pour chaque ajustement suivant par rapport aux 12 derniers mois (6 derniers mois pour la papier et les consommables informatiques).

En cas d'augmentation supérieure à celle énoncée ci-dessus, le marché peut être résilié sans que le titulaire ne puisse prétendre à aucune indemnité. La décision de résiliation précise sa date d'effet.

Cela peut être aussi remplacé par une clause butoir qui a l'avantage de permettre l'exécution du marché par opposition à la clause de sauvegarde qui conduit à sa résiliation.

Il est important de porter une attention à la communication des tarifs et à leur suivi.

Les changements de tarifs doivent être transmis par le titulaire au PA dans un délai à respecter (selon un format à définir...). A compter de la réception des nouveaux tarifs, la PA les vérifie et informe le titulaire de sa décision de validation ou de non-validation dans un délai lui aussi défini.

Après information en interne, le PA peut mettre en téléchargement sur son portail intranet et/ou intégrer dans son système d'information ces nouveaux tarifs. Le titulaire s'engage à mettre à jour son site internet dans un délai après réception de la validation des tarifs.

En cas de non communication des nouveaux tarifs dans les délais ci-dessus, le titulaire encourt des pénalités. En cas de retards réitérés, le marché peut être résilié.

Pour chaque lot, lorsque les produits entrant dans le présent marché font l'objet d'opérations promotionnelles, le titulaire en avertit le PA dans un délai ou au moins avant le début de l'opération.

Des ajustements exceptionnels doivent être prévus et encadrés pour prendre en compte des hausses ou baisses exceptionnelles (il ne faut pas que le titulaire ne répercute que les hausses).

B/ Le contrôle qualité

Les contrôles vont porter sur les points suivants :

- les articles consommés en détail (références, marque produit, prix net remisé, nombre d'unités facturées, montants HT et TTC, attention aux changements de produits ou de références en cours d'exécution à bien identifier) en nombre et en montant
- les articles consommés par service ou entité suivant la même logique
- les évolutions de tarifs (d'où l'intérêt du punch out réduisant les risques d'erreur par un système automatisé)
- les demandes d'ajustements exceptionnels en cours d'exécution justifiées par l'évolution brutale des indices...

L'objectif est d'être en mesure de connaître les articles les plus consommés et donc ceux sur lesquels pour la prochaine procédure le titulaire doit faire un effort de tarification. La loi de Pareto est mise à contribution.

Il convient de mettre en place une veille tarifaire sur ce type de fournitures. En effet, les catalogues changent à un rythme trimestriel à annuel.

Les pénalités à prévoir sont les suivantes :

Pénalités	Retard dans l'exécution des bons de commande (retard de livraison)
	Retard ou défaut d'envoi des informations sur les changements de gamme ou de prix, sur la mise à jour du site en ligne de consultation du catalogue...

Par exemple si le titulaire ne transmet pas ses nouveaux tarifs ou ne met pas à jour son site internet, il encourt une pénalité de 100 € (HT) par jour de retard décomptée à partir de la réception de la lettre le mettant en demeure de régulariser sa situation par dérogation au CCAG-FCS.

Les pénalités cessent d'être appliquées le jour de la communication des tarifs ou de la mise à jour du site internet.

En cas de retard dans la communication des statistiques des pénalités peuvent être appliquées au titulaire, sans mise en demeure préalable. Par dérogation au CCAG/FCS, ces pénalités sont de 80 € (HT) par jour de retard par exemple.

Les pénalités sont décomptées à partir de l'échéance mentionnée à l'article 8.2 ci-dessus. Elles courent tant que ces éléments n'ont pas été reçus par le comité de suivi.

Cette liste n'a rien d'exhaustif. Elle peut être complétée et adaptée.