

Rencontre MAPI 14-15 Mai 2018

Restitution de l'atelier « Montage de projet avec une DR » (en complément du support de présentation de Karine MICHEL de la DR Midi-Pyrénées)

Les DR ont un rôle d'accompagnement dans l'objectif de réaliser le meilleur achat possible en termes de cadre réglementaire, financier, social, environnemental, de qualité, de sécurité juridique, etc.

Les services achats ont récemment évolué dans leurs pratiques :

Auparavant, leur rôle était de capter les cahiers des charges et d'en faire la publicité.

Désormais, les DR préparent les cahiers des charges (fonctionnelles et de performance) de manière + intégrée ; le sourcing est une pratique encouragée et reconnue ; elles sont capables de faire preuve d'innovation à leur niveau dans les schémas économiques, les schémas de paiements, etc. ; elles suivent la bonne réalisation des marchés.

Pour que les DR jouent leur rôle au mieux, il convient de les faire intervenir au + tôt dans les processus d'achat.

Bonnes pratiques :

- Anticiper et programmer ses achats, ce qui permet le regroupement d'achats (si possible), l'optimisation des achats, l'évitement de l'urgence et du « saucissonnage »
- Penser « coût global » incluant notamment les coûts d'acquisition mais aussi les coûts d'utilisation et de possession tels que les coûts de maintenance, le coût de la sur ou sous-qualité.
Favoriser leur intégration dans le marché initial (notamment pour la maintenance)
- Négocier : coûts, délais, conditions d'exécution, qualité... (démarche de négociation à intégrer dans la description du marché)
- Suivre l'exécution des marchés par un contrôle des prestations, des comptes rendus réguliers d'avancement, des procédures de recette du matériel pour vérifier ses fonctions et performances et le cas échéant l'application de pénalités.
- Utiliser les accords-cadres (à bons de commande ou à marchés subséquents) qui permettent de passer des marchés toujours auprès du même fournisseur sur une période donnée et qui permettent aussi de conclure un marché sans disposer de la totalité du financement dès la conclusion du marché. Format de marché pratique pour la réalisation de différents modèles de développement.
Il est possible d'utiliser le marché à tranches optionnelles (précédemment conditionnelles) : par exemple, acquisition en tranche ferme, maintenance en tranche optionnelle

Débats / Questions-réponses

- Difficulté de demander l'application des pénalités (de retard notamment) au risque de passer après les autres clients qui, eux, appliquent les pénalités. Le problème de l'application des pénalités peut être :
 - o Des pénalités plus élevées (plus de 2 fois) que le montant de la commande initiale qui sont inapplicables (cas exceptionnel)
 - o Un risque d'arrêt de l'activité de la PME
 - o Une dégradation des relations

Il est conseillé de systématiquement notifier (via les DR ou les services administratifs des composantes) l'application de pénalités. Le fournisseur peut ensuite les contester pendant un mois, ce qui peut amener à une négociation à l'amiable. Ce sont les laboratoires et les projets qui récupèrent le montant des pénalités (et non les DR).

/!\ Sur un achat de 200 k€, si 50 k€ de pénalités s'appliquent, on ne pourra plus justifier que de 150 k€.

- Mesures pour aider les PME :
 - o Avances possibles jusqu'à 30% sans contrepartie, et jusqu'à 60% avec garantie bancaire
 - o Allotissement obligatoire (mais cohérent) des marchés

- Avance obligatoire supérieure à 5% pour les montants supérieurs à 50 k€ et de plus de 2 mois d'exécution
- Autoriser les offres variantes
- Règles d'échange avec les candidats aux marchés :
 - Avant la publication de la publicité du marché, possibilité de discuter avec les fournisseurs à condition de conserver le compte-rendu des échanges (sourcing encadré)
 - Pendant la publication, interdiction de discuter (même dans le cas d'un PUMA)
Quand un fournisseur souhaite poser une question, la lui faire écrire à la DR qui se chargera de diffuser (publiquement) la question et la réponse
Attention au secret industriel et commercial.
 - Une fois le marché clôt, possibilité de négocier avec les répondants (à condition que cela soit indiqué dans l'avis de publicité PUMA) : par exemple, indication qu'une négociation interviendra avec les 3 répondants arrivés premiers
- Un accompagnement est possible pour la réponse aux marchés des entreprises non habituées à candidater aux marchés publics ou des entreprises étrangères.
Les réponses ont été simplifiées : par exemple, on ne fournit plus le dossier administratif complet de l'entreprise lors de son dépôt de réponse mais une fois la réponse acceptée
- Il est illégal d'indiquer un critère de géolocalisation. Cependant, il est possible d'indiquer, par exemple, des délais d'intervention à J+2.
- La publication d'un avis de publicité n'engage pas à l'achat.
- Lors du sourcing, il faut avoir la même démarche pour tous les fournisseurs (mêmes questions, etc.) et respecter les grands principes de la commande publique sans fausser la concurrence. Le sourcing est encadré (cf. instruction achat du CNRS).
- Les offres ne peuvent être ouvertes et consultées qu'après la date et l'heure de remise des offres précisées dans la PUMA.