



RÉPUBLIQUE  
FRANÇAISE

*Liberté  
Égalité  
Fraternité*



---

# CHARTRE DE L'ACHAT PUBLIC DE L'UNIVERSITÉ DE TOULOUSE

---

DOCUMENT APPROUVÉ PAR VOTE DU CONSEIL D'ADMINISTRATION  
DANS SA SÉANCE DU 20 AVRIL 2009  
ET MODIFIÉ DANS SES SÉANCES DU 6 JUILLET 2009,  
DU 15 MARS 2010, DU 3 MAI 2010, DU 13 MAI 2013, DU 02 FÉVRIER 2015 ET DU 10  
MARS 2025.

## TABLE DES MATIERES

---

|  |           |
|--|-----------|
| <b>Table des matières.....</b>   | <b>2</b>  |
| <b>1 Préambule.....</b>  | <b>3</b>  |
| <b>2 Les principes de l’Achat Public .....</b>   | <b>4</b>  |
| 2.1 Les notions posées par le Code la commande publique (CCP).....                                       | 4         |
| 2.2 Les principes de la commande publique .....  | 4         |
| 2.3 Rappel de la définition de différentes natures de prestations.....                                   | 5         |
| 2.3.1 Pour les marchés de travaux .....  | 5         |
| 2.3.2 Pour les marchés de fournitures et de services.....  | 5         |
| 2.4 Recensement des besoins.....   | 5         |
| 2.5 Les différents types d’achats publics .....  | 6         |
| 2.5.1 Les achats de type récurrent.....  | 7         |
| 2.5.2 Les achats de type unique.....   | 7         |
| 2.6 Différents types de procédures d’achat .....   | 7         |
| <b>3 L’achat à l’Université de toulouse .....</b>  | <b>7</b>  |
| 3.1 LES DIFFÉRENTS INTERVENANTS.....   | 7         |
| 3.2 Comment procéder à un achat ?.....   | 8         |
| 3.3 Cas des fournitures, services et travaux non couverts par les ACCORD CADRES<br>TRANSVERSAUX .....    | 9         |
| 3.3.1 Publicité sur support d’annonces au choix du PA .....  | 9         |
| 3.3.2 Publicité sur Journaux d’Annonces Légales.....   | 10        |
| 3.4 Cas particuliers des marchés publics negociés sans publicite ni mise en concurrence<br>prealables 11 |           |
| <b>4 Annexes.....</b>  | <b>13</b> |
| 4.1 Lexique .....  | 13        |
| 4.2 Achats entre 25 000€ HT et 50 000 € HT.....  | 15        |

## 1 PREAMBULE

---

Le présent document vise à présenter la **politique Achat de l'Université de Toulouse** ; il décline donc les principales règles que l'établissement, ses composantes, ses services et ses unités de recherche observent pour mener à bien leurs projets d'achat. Lesdites règles **i)** permettent de sécuriser l'établissement et ses agents sur le plan juridique et financier, **ii)** visent à une bonne couverture des achats de l'établissement par des marchés et **iii)** ouvrent la voie à une optimisation de l'acte d'achat.

En outre, consciente de sa responsabilité sociétale, et au regard des enjeux liés aux achats, l'Université de Toulouse a souhaité intégrer dans sa politique d'Achat Public une **dimension éthique et éco-responsable** par l'achat de produits ou services plus respectueux de l'environnement et fabriqués dans des conditions socialement respectueuses. Dans ce cadre, l'Université a souhaité concrétiser ses ambitions via la rédaction (*actuellement en cours*) d'un schéma de promotion des achats socialement et écologiquement responsables (**SPASER**) ; celui-ci constituera une annexe à la présente charte.

La Direction des Achats (DA) a pour mission de piloter l'achat public dans le respect de la réglementation et de la présente charte. La DA prend donc en charge la passation et le suivi d'exécution des marchés publics, assure les fonctions de conseils auprès des directions, unités de recherche et composantes de l'établissement, prend en compte les exigences d'efficacité économique, de développement durable et d'insertion sociale des projets d'achats. Elle fait également le lien avec les différentes centrales d'achat (UGAP, AMUE, etc.) et se coordonne avec les autres établissements de l'ESR toulousain pour la mise en place de groupements de commande et la mutualisation de certaines procédures.

## 2 LES PRINCIPES DE L'ACHAT PUBLIC

---

### 2.1 Les notions posées par le Code la commande publique (CCP)

---

Ayant pour principal objet l'harmonisation du droit national des marchés publics avec les Directives communautaires, le Code de la commande publique est entré en vigueur le 1<sup>er</sup> avril 2019. Cette réforme, ayant pour but d'unifier le droit de la commande publique, met fin à la dichotomie qui existait entre le droit des délégations de service public et celui des marchés publics. Le Code s'applique désormais aux contrats de la commande publique. Les contrats concernés sont : les marchés publics et les contrats de concession (nouveau vocable des délégations de service public).

Le Code offre aux Établissements Publics à Caractère Scientifique, Culturel et Professionnel (EPCSCP) quelques facilités procédurales pour les achats destinés à la conduite de leurs activités de recherche (les dispositions de l'article R. 2100-1 du Code de la commande publique faisant référence aux « *acheteurs autres que l'Etat, ses établissements publics à caractère autre qu'industriel et commercial, les collectivités territoriales, leurs établissements publics et leurs groupements* »). Toutefois, les règles génériques applicables à l'ensemble des acheteurs publics demeurent identiques et ne dispensent donc pas l'Université du respect des procédures de marché et des principes fondamentaux de la commande publique (*cf. infra*)

La notion de Pouvoir Adjudicateur (PA) est celle utilisée pour désigner l'acheteur dans les directives communautaires. Pour l'Université, le PA est **la personne occupant le poste de Président.e de l'Université**. Celle-ci en tant que Pouvoir Adjudicateur, peut désigner un.e directeur.rice de service, de composante ou de laboratoire en qualité de personne chargée de l'évaluation des besoins et de la mise en œuvre des procédures de marchés.

***Ce dernier dispositif ne peut bénéficier qu'aux composantes ou laboratoires ayant désigné un correspondant achat certifié par la Direction des Achats pour des marchés d'un montant maximum de 50 000€ HT (cf. infra : article 3.1).***

### 2.2 Les principes de la commande publique

---

L'acheteur doit respecter certains principes incontournables, quel que soit le montant de l'achat, à savoir :

- la liberté d'accès à la commande publique ;
- l'égalité de traitement des candidats ;
- la transparence des procédures.

Ces principes doivent permettre d'assurer l'efficacité de la commande publique par l'anticipation des besoins et la bonne utilisation des deniers publics. La mise en concurrence doit être la plus large possible.

Les opérateurs économiques peuvent librement accéder aux marchés publics, quels que soient leur taille et leur statut (entreprises, associations, etc.), sous réserve qu'ils soient en règle avec les services fiscaux, les régimes de cotisations sociales et au regard du code du travail.

Ils doivent bénéficier à toutes les étapes de la procédure des mêmes informations et des mêmes règles de compétition.

Ils bénéficient en outre d'une égalité de traitement dans l'examen de leurs candidatures ou de leurs offres.

Pour attribuer le marché au candidat qui aura présenté l'offre économiquement la plus avantageuse, le Pouvoir Adjudicateur se fonde sur une pluralité de critères objectifs non discriminatoires.

Il appartiendra TOUJOURS à l'acheteur public de pouvoir démontrer qu'il a organisé une consultation suffisante, et d'être en mesure à tout moment de justifier de la qualité de son achat et de la transparence de ses choix. Il devra conserver l'ensemble des échanges et correspondances qu'il aura eus avec les soumissionnaires. Enfin il devra être en mesure d'expliquer ses choix à partir de critères déterminés *a priori*.

La régularité et l'impartialité dans la préparation, la passation et l'exécution des marchés doivent être de rigueur. Une charte de déontologie (*en cours de rédaction*) dont prennent connaissance tous les intervenants d'une procédure de marché vient préciser ces points.

## 2.3 Rappel de la définition de différentes natures de prestations

---

Les marchés publics peuvent porter sur des travaux, des fournitures ou des services (articles L. 1111-1, L. 1112-1, L. 2125-1, L. 2325-1 du Code de la commande publique).

### 2.3.1 Pour les marchés de travaux

---

Le marché de travaux se caractérise par le fait que le Pouvoir Adjudicateur en est le maître d'ouvrage, c'est-à-dire la personne morale pour laquelle l'ouvrage est construit.

#### NOTIONS D'OUVRAGE ET D'OPERATION :

Pour évaluer le montant d'un marché de travaux, il convient de prendre en compte la valeur globale des travaux se rapportant à une même opération, opération qui peut porter sur un ou plusieurs ouvrages.

#### NOTION D'OPERATION DE TRAVAUX :

Il y a opération de travaux, au sens du décret, lorsque l'acheteur prend la décision de mettre en œuvre, dans une période de temps et un périmètre limité, un ensemble de travaux caractérisé par son unité fonctionnelle, technique ou économique.

#### NOTION D'OUVRAGE :

Le terme « ouvrage » est défini par les directives communautaires « marchés publics ». L'ouvrage est concrètement la construction obtenue au terme des travaux réalisés.

### 2.3.2 Pour les marchés de fournitures et de services

---

Cela concerne l'acquisition de tout bien (matériel informatique, fournitures de bureau...) livré ou toute prestation de services (surveillance du campus, nettoyage...) réalisée pour l'université.

***Concernant les marchés mixtes (travaux et fournitures, ou travaux et services...) c'est le caractère dominant en termes de coût du marché qui va déterminer sa qualification.***

## 2.4 Recensement des besoins

---

### 2.4.1 Principes généraux

---

L'évaluation préalable des besoins est un travail **INDISPENSABLE** avant tout achat ou passation d'un marché car cela va directement influencer les règles à respecter pour cet achat ou cette passation de marché. Cette évaluation s'effectue sur une année civile et dans une catégorie d'achats homogènes.

Pour apprécier l'homogénéité de ses besoins, l'Université se réfère à la nomenclature NACRES (**Nomenclature Achats Commune à la Recherche et l'Enseignement Supérieur**) accessible dans notre site de Documentation Informatisée des Marchés (DIM). Cette nomenclature est un langage commun destiné à catégoriser chaque achat de manière homogène par rapport aux autres universités utilisant la même nomenclature. Celle-ci regroupe les familles d'achats de fournitures et de services d'ordre général et scientifique.

Ces familles d'achat correspondent à la notion de *groupe de marchandises* dans le logiciel SIFAC. Par exemple, la Famille « Micro-ordinateurs et stations de travail fixes » est retranscrite par le groupe de marchandise IA.01 dans SIFAC.

Il est obligatoire d'estimer de manière sincère et raisonnable la valeur totale des fournitures ou des services considérés comme homogènes au sein de chaque groupe de marchandises, sur la durée de l'année civile.

La modalité de computation des seuils ne doit en aucun cas être effectuée afin de permettre de soustraire les achats aux règles de procédure fixées par le Code<sup>1</sup>. Par exemple, en supposant que l'on achète sur un an trois microscopes d'une valeur unitaire de 15 000 € HT, alors même que chaque achat est d'un montant permettant une procédure libre de mise en concurrence (montant inférieur au seuil de 40 000 € HT), les trois achats étant de même nature, leurs montants doivent être cumulés. La somme globale étant alors de 45 000 € HT, il est nécessaire de faire une mise en concurrence dans le respect de la procédure du Code de la commande publique. *Voir à ce sujet le détail des procédures en fonction des seuils en Section 2.6.*

Le groupe de marchandise joue le rôle d'indicateur et de contrôle du montant des dépenses effectuées pour chaque Famille de produits ou services homogènes pour les personnes désignées par le Président en qualité de responsables de l'évaluation des besoins. C'est le montant prévisionnel annuel de chaque groupe de marchandise qui permet de déterminer la procédure applicable, c'est-à-dire le type de marché à mettre en place pour chacun de ces groupes (d'où la nécessité de bien recenser les besoins).

---

## 2.4.2 Options

---

Dans le cadre de l'évaluation du besoin, il est tenu compte des éléments suivants :

- Possibilité de reconduction : certains marchés (accords-cadres ou marchés forfaitaires) peuvent ainsi s'étaler sur plusieurs années en prévoyant une reconduction annuelle.
- Achats complémentaires en lien avec l'achat principal : ces achats concernent par exemple des prestations de maintenance, des achats de pièces détachées ou de modules venant compléter un équipement scientifique principal. Ces achats doivent être prévus dès l'achat initial, par exemple via la mise en place de prestations supplémentaires éventuelles (PSE) ou de tranches optionnelles (TO).

Prendre en compte ces options dès la définition du besoin permet ainsi de sécuriser la procédure et d'éviter des actes administratifs ultérieurs.

---

## 2.5 Les différents types d'achats publics

---



---

<sup>1</sup> Cette pratique est parfois qualifiée de « saucissonnage ».

L'achat peut être de type unique ou récurrent (qu'il s'agisse de fournitures, de services et de travaux).

### 2.5.1 Les achats de type récurrent

Ils concernent des besoins repérés comme étant réguliers. Ils correspondent soit à une multitude de commandes durant l'année, soit à une ou quelques commandes effectuées tous les ans. Exemples : papier, fournitures de bureau, nettoyage des locaux, transports, prestations de traiteurs...

L'université couvre la plupart des besoins par des accords-cadres à *bons de commande / ou à marchés subséquents* : ceux-ci sont présentés sur l'Intranet de l'Université, à la rubrique « Documentation des marchés » ([DIM](#)). Quel que soit le montant de l'achat envisagé, si celui-ci relève d'un accord cadre transversal, le recours à ce marché est OBLIGATOIRE. (Exemple : mobilier de bureau, matériel informatique, consommables de laboratoire, marché de nettoyage, ...)

### 2.5.2 Les achats de type unique

Ils concernent des besoins ponctuels (qui ne sont pas répétitifs). Ils correspondent à un achat qui n'aura lieu, *a priori*, qu'une seule fois.

Exemples : remplacement d'un spectromètre, mise en place d'un accès sécurisé pour un bâtiment, ...

## 2.6 Différents types de procédures d'achat

Que l'achat soit de type récurrent ou unique, le choix de la procédure de passation est lié au montant du marché envisagé. Pour un achat de type récurrent, ce montant s'apprécie sur une année civile (voir plus haut).

#### MARCHES DE FOURNITURES ET SERVICES :

- en-dessous de 143 000 € HT : marché à procédure adaptée ([MAPA](#)). En outre, certains services spécifiques (dits services sociaux) ouvrent droit à une procédure adaptée.
- à partir de 143 000 € HT : appel d'offres formalisé ou autre procédure formalisée

#### MARCHES DE TRAVAUX :

- en-dessous de 5 538 000 € HT : marché à procédure adaptée ([MAPA](#))
- à partir de 5 538 000 € HT : appel d'offres ou autre procédure formalisée.

Dans le cadre d'un [MAPA](#), le Pouvoir Adjudicateur détermine alors les modalités en fonction de la nature et des caractéristiques du besoin à satisfaire, du nombre ou de la localisation des opérateurs économiques susceptibles d'y répondre, et des circonstances de l'achat.

***Les principes de liberté d'accès à la commande publique, égalité de traitement des candidats, et transparence des procédures s'appliquent également aux procédures adaptées.***

## 3 L'ACHAT A L'UNIVERSITE DE TOULOUSE

### 3.1 LES DIFFÉRENTS INTERVENANTS

Différents rôles peuvent être identifiés dans le processus d'achat :

- Le **PRESCRIPTEUR** est la personne à l'origine du besoin d'achat : par exemple, dans le cas de l'achat d'un équipement scientifique, il s'agit du chercheur ou du technicien dont le travail ou le projet d'achat nécessite l'acquisition d'un nouvel appareil. Il contribue à la définition du besoin, à la rédaction du cahier des charges (notamment dans sa partie technique), à l'analyse des différentes offres reçues ainsi qu'au suivi du marché.
- **L'ACHETEUR** vient en support du prescripteur pour mener à bien son projet d'achat. À ce titre, il peut épauler le prescripteur pour la mise en place d'un sourcing, la veille du milieu fournisseur et la définition d'une stratégie d'achat (allotissement, choix de la procédure, définition des critères, etc.). Il s'agit en outre de la personne qui mène à bien la procédure de marché public et garantit le respect des dispositions du Code de la commande publique et de la présente charte, de l'origine du besoin jusqu'à la notification du contrat. Selon les cas de figure, les agents de la Direction des Achats ou les correspondants Achat (pour les achats de moins de 50 000€ HT) jouent ce rôle.

Les **correspondants achats** correspondent à des agents exerçant en composantes, en unité de recherche ou dans les services centraux qui, après avoir suivi une formation dispensée par la Direction des Achats, sont habilités à conduire des procédures de marché jusqu'à 50 000€ HT. Cette habilitation se traduit dans la délégation de signature consentie à leur directeur.rice d'unité ou à leur responsable de composante / service.

- Le **POUVOIR ADJUDICATEUR** est la personne habilitée à signer le marché ; il s'agit soit de la personne qui occupe le poste de Président.e de l'Université ou d'une personne ayant reçu une délégation en la matière. En outre, le ou la Président.e peut désigner un.e directeur.rice de service, de composante ou d'unité de recherche en qualité de signataire dès lors que ce service, cette composante ou cette unité de recherche dispose d'un.e correspondant.e Achat (*cf. supra*).
- **L'APPROVISIONNEUR / le GESTIONNAIRE FINANCIER** est la personne qui réalise le bon de commande, soit sur un accord-cadre déjà existant soit sur un marché unique. Cette personne contribue à l'exécution financière du marché et s'appuie pour cela sur les pièces de marché ainsi que sur les fiches techniques mises à disposition sur la DIM (dans le cas d'un accord-cadre transverse).

### 3.2 COMMENT PROCEDER A UN ACHAT ?

---

Le recensement des besoins est le point-clé avant toute commande (*cf. Section 2.4 ci-dessus*). Il permet de mieux préparer et optimiser la commande publique.

Le point de départ avant toute commande est de vérifier sur la liste des accords-cadres transversaux, *via* le site [DIM](#), si l'Université a passé un accord cadre-relatif au besoin ou non.

**OUI**, il existe un accord cadre transversal :

- Procéder à la commande sur SIFAC grâce au numéro attribué au marché. Toutes les données nécessaires à l'exécution du marché ont été pré-saisies par la Direction des Achats.

**NON**, il n'existe pas d'accord cadre transversal. Dans ce cas, il convient de :

1. Rechercher dans la nomenclature NACRES la Famille se reportant à l'achat souhaité.
2. Vérifier le montant dépensé au niveau du groupe de marchandises de l'université dans SIFAC : la transaction est ZDM\_GRP\_MARCH\_NATUR. Cette transaction permet de visualiser le montant

dépensé des achats par groupe de marchandises ponctuels et récurrents sur l'université. Pour une composante ou un laboratoire il s'agit de la transaction ZME2K.

3. Au niveau de votre unité (laboratoire, composante...), en fonction du montant total des cumuls mandatés HT, vérifier dans quelle fourchette de montant vous vous situez et au vu de ces éléments choisir la procédure à mettre en œuvre (cf. Section 2.6 ci-dessus du présent document).

### 3.3 CAS DES FOURNITURES, SERVICES ET TRAVAUX NON COUVERTS PAR LES ACCORD CADRES TRANSVERSAUX

---

#### 3.3.1 PUBLICITE SUR SUPPORT D'ANNONCES AU CHOIX DU PA

---

Il vous appartient au regard des groupes de marchandises propres à votre unité (laboratoire, composante...) d'apprécier la notion de seuil.

##### 3.3.1.1 ACHATS DE FAIBLE MONTANT (ARTICLE R. 2122-8)

---

Si le montant est inférieur à 40 000 € *sur le groupe de marchandises* et pour *une année civile*, la réglementation rend libre la procédure de mise en concurrence. Cependant, et comme il a été précisé ci-dessus, le Code de la commande publique impose à tout acheteur public de respecter les principes fondamentaux que sont la liberté d'accès à la commande publique, l'égalité de traitement des candidats et la transparence des procédures. L'acheteur veille ainsi à choisir une offre pertinente, à faire une bonne utilisation des deniers publics et à ne pas contracter systématiquement avec un même opérateur économique lorsqu'il existe une pluralité d'offres susceptibles de répondre au besoin.

Aussi, afin de concilier efficacité administrative et protection juridique de l'établissement, l'Université distingue les achats inférieurs à 25 000€ HT et ceux compris entre 25 000 € HT et 40 000 € HT : à l'exception des achats de moins de 25 000€ HT (par année civile et par code Nacres) qui font l'objet d'un traitement à part (cf. infra), la rédaction d'un AAC et sa publicité sur le site [www.achatpublic.com](http://www.achatpublic.com) sont très fortement encouragées.

##### 3.3.1.2 CAS PARTICULIER DES ACHATS INFÉRIEURS A 25 000 € HT

---

Afin de fluidifier l'acte d'achat, une procédure simplifiée est mise en place pour les seuls achats de moins de 25 000 € HT respectant les conditions suivantes :

- Achats de fournitures et services ;
- Achats non-couverts par un marché ou un accord-cadre existants ;
- Achat de moins de 25 000€ (montant apprécié pour chaque niveau de besoin, par année civile et par code NACRES).

Pour de tels achats, le service à l'origine du besoin respecte la démarche suivante :

- i. Sollicitation de plusieurs entreprises par l'envoi d'un mail détaillant le besoin du service et auquel sont jointes les conditions générales d'achat de l'Université (cf. annexe au présent document). L'utilisation du modèle de demande est devis est fortement recommandée ;
- ii. Analyse des réponses retenues et choix de l'offre économiquement la plus avantageuse ;

- iii. Envoi d'un mail aux entreprises dont l'offre n'a pas été retenue ;
- iv. Formalisation de l'achat via l'envoi d'un bon de commande simple.

Lorsqu'il suit une telle procédure, le service respecte les dispositions de l'article R.2122-8 du Code de la commande publique, à savoir : « *choisir une offre pertinente, faire une bonne utilisation des deniers publics et ne pas contracter systématiquement avec un même opérateur économique lorsqu'il existe une pluralité d'offres susceptibles de répondre au besoin* ».

En outre, le service qui procède à un tel achat veille à conserver la traçabilité de ses échanges, en cas de contrôle ultérieur. En cas de financement extérieur (CPER, FEDER, ANR, etc.), la rédaction d'un AAC reste recommandée.

### 3.3.1.3 POUR LES ACHATS DE 25 000 € HT JUSQU'À 50 000 € HT

---

Une publicité sera faite sur le site [www.achatpublic.com](http://www.achatpublic.com).

Le demandeur fournit à son correspondant achat (ou à défaut à la Direction des Achats) les éléments de l'achat : objet, montant, centre financier ...

La mise en ligne de la publicité sur le site [achatpublic.com](http://achatpublic.com) est effectuée par le correspondant achat (ou à défaut par la Direction des Achats).

La composante ou le laboratoire analysent les offres reçues de manière totalement autonome. Il leur appartient en particulier d'informer leur correspondant achat (ou à défaut la Direction des Achats) du choix motivé du fournisseur à l'aide de la fiche « Choix motivé du fournisseur ».

Le marché prend la forme d'un simple bon de commande établi par l'établissement.

### POUR LES ACHATS DE PLUS DE 50 000 € HT

Le demandeur contacte la Direction des Achats, le cas échéant par l'intermédiaire de son correspondant achat. Celle-ci lui apportera son appui pour la rédaction du dossier de consultation à fournir aux candidats (RC, CCP ou CCAP + CCTP, AE).

La Direction des Achats attribue ensuite un Numéro de marché pour la gestion SIFAC et elle met en ligne la publicité sur le site web [achatpublic.com](http://achatpublic.com).

La réception et la gestion des offres sont également traitées par la Direction des Achats. Le choix du candidat est fait par le demandeur en fonction des critères de choix énoncés dans le règlement de la consultation (RC).

---

### 3.3.2 PUBLICITE SUR JOURNAUX D'ANNONCES LEGALES

---

POUR LES ACHATS A PARTIR DE 90 000 € ET < 143 000 € HT (FOURNITURES ET SERVICES) OU 5 538 000 € HT (TRAVAUX)

Ce sont toujours des marchés passés selon une procédure adaptée (MAPA) mais la publication au BOAMP (Bulletin Officiel des Annonces des Marchés Publics) est obligatoire, à l'exception des marchés des articles R. 2191-1 et R. 2100-1 2 du Code de la commande publique (achats scientifiques uniquement).

**POUR LES ACHATS SUPERIEURS A 143 000 € HT (FOURNITURES ET SERVICES) OU 5 538 000 € HT (TRAVAUX)**

À partir de ce seuil, les marchés sont obligatoirement passés selon une procédure formalisée : appel d'offres avec une publicité au JOUE (Journal Officiel de l'Union Européenne) et BOAMP (sauf pour les achats recherche qui ne nécessitent qu'une publicité au JOUE).

Au vu des besoins exprimés par l'acheteur concerné, l'ensemble de la procédure (constitution du Dossier de Consultation des Entreprises (DCE) et suivi du marché) est pris en charge par la Direction des Achats.

### 3.4 CAS PARTICULIERS DES MARCHES PUBLICS NEGOCIES SANS PUBLICITE NI MISE EN CONCURRENCE PREALABLES

---

La réglementation permet dans des cas précis et limitativement énumérés de conclure des marchés sans publicité ni mise en concurrence préalables. L'Université est alors libre de conclure un marché de gré à gré avec le fournisseur de son choix. Une telle procédure dérogatoire est validée par la Direction des Achats.

Plusieurs cas de figure sont prévus par les textes :

#### ❖ Pour les **achats complémentaires** (trois cas)

→ Les achats de **fournitures** correspondant à des **livraisons complémentaires à un marché** ayant déjà fait l'objet d'une première procédure : (art R. 2122-4)

Il s'agit de livraisons complémentaires de fournitures exécutées par le fournisseur initial et :

- Destinées soit au renouvellement partiel de fournitures ou d'installations, soit à l'extension de fournitures ou d'installations existantes ;
- Lorsque le changement de fournisseur obligerait l'acheteur à acquérir des fournitures ayant des caractéristiques techniques différentes entraînant une incompatibilité ou des difficultés techniques d'utilisation et d'entretien disproportionnées ;
- Dont la durée ne peut dépasser, sauf cas dûment justifié, trois ans, périodes de reconduction comprises.

→ Les marchés publics de **travaux** ou de **services** ayant pour objet la réalisation de **prestations similaires** à celles qui ont été confiées au titulaire d'un marché public précédent passé après mise en concurrence : (art R. 2122-7)

Le premier marché public doit :

- Avoir indiqué la possibilité de recourir à cette procédure pour la réalisation de prestations similaires ;
- Sa mise en concurrence doit également avoir pris en compte le montant total envisagé, y compris celui des nouveaux travaux ou services ;
- La durée pendant laquelle les nouveaux marchés publics peuvent être conclus ne peut dépasser trois ans à compter de la notification du marché public initial.

#### ❖ Pour les achats qui ne peuvent être confiés qu'à un opérateur économique déterminé pour des **raisons techniques** ou tenant à la protection de **droits d'exclusivité** : (art R. 2122-3)

→ Lorsque les **travaux, fournitures ou services** ne peuvent être **fournis que par un opérateur économique déterminé, qu'il n'existe aucune solution alternative** ou de remplacement raisonnable

et que l'absence de concurrence ne résulte pas d'une restriction artificielle des caractéristiques du marché public.

Ces marchés peuvent être passés pour l'une des raisons suivantes :

- Des **raisons techniques**. Tel est notamment le cas lors de l'acquisition ou de la location d'une partie minoritaire et indissociable d'un immeuble à construire assortie de travaux répondant aux besoins de l'acheteur qui ne peuvent être réalisés par un autre opérateur économique que celui en charge des travaux de réalisation de la partie principale de l'immeuble à construire ;
- La protection de **droits d'exclusivité**, notamment de droits de propriété intellectuelle.

## 4 ANNEXES

---

### 4.1 LEXIQUE

---

#### AAC

Il s'agit de l'Avis d'Appel à la Concurrence.

#### AE

**Acte d'Engagement** : c'est la pièce signée par un candidat (à un accord-cadre ou à un marché public) dans laquelle le candidat présente son offre ou sa proposition dans le respect des clauses du cahier des charges qui déterminent les conditions dans lesquelles le marché est exécuté. Cet acte d'engagement est ensuite signé par le Pouvoir Adjudicateur.

#### AOO

**Appel d'Offres Ouvert** : il s'agit du terme couramment employé pour désigner les procédures formalisées applicables quand le montant du marché est supérieur ou égal à 143 000 € HT (quand il s'agit de fournitures et de services) ou 5 538 000 € HT (quand il s'agit d'un marché de travaux).

#### BOAMP

**Bulletin Officiel des Annonces des Marchés Publics** : il s'agit d'un journal officiel national dans lequel sont publiées les annonces de marchés publics. Il est donc possible d'y faire paraître les publicités pour les marchés qu'une personne publique va passer. La parution se fait uniquement sous format électronique.

#### CCAP

**Cahier des Clauses Administratives Particulières** : il fixe les dispositions administratives propres à chaque marché.

#### CCP

**Cahier des Clauses Particulières** : il fixe les dispositions administratives et techniques nécessaires à l'exécution des prestations des marchés passés selon une procédure adaptée (MAPA). Il est construit pour la partie technique avec le concours du service acheteur concerné.

#### CCTP

**Cahier des Clauses Techniques Particulières** : il fixe les dispositions techniques nécessaires à l'exécution des prestations de chaque marché. Il est construit avec le concours du service acheteur concerné. Ses stipulations donnent une description précise des prestations à réaliser et permettent à la personne responsable de suivre le déroulement du marché et la bonne exécution des prestations. Les exigences techniques doivent être définies en liaison directe avec le besoin défini par l'acheteur et doivent être proportionnées de façon à ne pas constituer une restriction déguisée de l'accès à la commande publique.

#### DA

**Direction des Achats**: au sein de la Direction Générale des Services, elle appartient au Domaine Finances et Achats de l'Université.

## DCE

**Dossier de Consultation des Entreprises** : il s'agit du dossier transmis aux candidats par la personne publique. Il comporte les pièces nécessaires à la consultation des candidats à un marché. Il comprend : le Règlement de Consultation (RC), le Cahier des Clauses Techniques Particulières (CCTP), le Cahier des Clauses Administratives Particulières (CCAP) et l'Acte d'Engagement (AE).

## DEMATERIALIZATION

La dématérialisation consiste à mettre en œuvre des moyens électroniques pour effectuer des opérations de traitement, d'échange et de stockage d'information sans support papier.

La dématérialisation s'inscrit dans les recommandations et directives européennes. Elle répond désormais à l'obligation réglementaire du Code de la commande publique qui établit que la personne publique doit mettre à disposition gratuitement les documents de la consultation sur son profil d'acheteur. Elle doit également permettre la réception des plis électroniques par les entreprises, ce qui permet par ailleurs de réduire les délais de réception des candidatures et des offres. Toute la procédure est ainsi réalisée de manière dématérialisée (jusqu'aux communications ou échanges d'informations avec les entreprises).

L'Université de Toulouse dématérialise ses marchés sur le profil d'acheteur Achat Public [www.achatpublic.com](http://www.achatpublic.com).

## DIM

**Documentation des Marchés** : Il s'agit d'un portail intranet de l'Université dédié aux marchés transverses mis en place par la Direction des Achats.

Ce site permet de consulter tous les marchés transverses en cours. Tous les éléments des marchés sont mis en ligne (fiches techniques, CCAP, CCTP, CCP, bordereaux de prix, ...). Les documents mis à disposition des utilisateurs ont pour but de donner toutes les informations nécessaires à la passation des commandes.

L'accès à cette plateforme se fait via l'Intranet de l'Université via le chemin suivant : Menu > Ressources et Moyens > Finances et Achats > Achats > Documentation des marchés. N'hésitez pas à ajouter cette plateforme à vos favoris !

## FAMILLE

Elle se définit comme un ensemble homogène de fournitures ou de prestations de services susceptibles d'être réalisées par l'organisme public considéré. Chaque famille d'achat considérée comme homogène est dotée d'un code composé de 2 lettres et 2 chiffres destiné à son identification. La Nomenclature achats commune à la recherche et l'enseignement supérieur, dénommée **NACRES**, est en vigueur depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2014 et régulièrement mise à jour. Il s'agit de la base d'appréciation des seuils pour savoir quelle procédure appliquer.

## JOUE

**Journal Officiel de l'Union Européenne** : dans le cas d'un appel d'offres, la publication au JOUE doit être effectuée avant celle au BOAMP. Il s'agit d'un journal officiel européen dans lequel sont publiées les annonces de marchés publics. La parution se fait uniquement sous format électronique.

## ACCORDS CADRES TRANSVERSAUX

cf. Section 2.5.1 ci-dessus.

## MAPA

**MArché à Procédure Adaptée** : il s'agit du terme couramment employé pour désigner les procédures adaptées applicables quand le montant du marché est inférieur à 143 000 € HT (quand il s'agit de fournitures et de services) ou 5 538 000 € HT (quand il s'agit d'un marché de travaux). Ces procédures permettent souplesse et réactivité. Elles ne sont pas formalisées dans le Code de la commande publique et sont librement organisées par le Pouvoir Adjudicateur de chaque établissement public concerné, dans la limite du respect des principes de base qui gouvernent tout le droit des marchés publics. Ces procédures sont souvent plus simples, plus courtes et surtout comme leur nom l'indique : ADAPTEES, c'est-à-dire que les mesures de publicité et les procédures doivent être choisies afin d'être les plus efficaces possibles (rapport qualité *satisfaction du besoin au mieux / coût*).

## NACRES

**Nomenclature achats commune à la recherche et l'enseignement supérieur** : elle liste les familles de fournitures et de services accessibles à la commande publique. Ces familles homogènes sont composées d'un code à deux lettres et deux chiffres. C'est à ce niveau que s'opèrent les estimations d'achats et, par conséquent, les suivis de seuils.

## POUVOIR ADJUDICATEUR

C'est la personne morale à qui s'appliquent le Code de la commande publique et ses annexes. Elle est légalement reconnue comme pouvant engager l'établissement public. Le pouvoir adjudicateur a la compétence pour décider les procédures à appliquer, signer et notifier les marchés.

## RC

**Règlement de Consultation** : il s'agit d'un document facultatif permettant de fixer les règles de la consultation rédigé et diffusé par l'acheteur public afin d'informer le candidat des modalités de l'appel d'offre.

## VOIES ET DELAIS DE RECOURS

Les candidats non retenus qui estiment que la décision prise par le Pouvoir Adjudicateur est contestable peuvent engager des recours (recours gracieux, recours contentieux).

### 4.2 ACHATS ENTRE 25 000€ HT ET 50 000 € HT

---

Documents à renseigner et à retourner auprès de votre correspondant achat :

- Avis de publicité (A) : OBLIGATOIRE ; ce document comprend notamment le descriptif technique des besoins, les critères de sélection des offres ainsi que les modalités d'organisation de la consultation
- Fiche de renseignements : OBLIGATOIRE
- L'imprimé « Choix motivé fournisseur » : OBLIGATOIRE