

Délibération 2019-04Bis -CA P

Séance du 19 décembre 2019

Extrait du recueil des actes du  
Conseil d'Administration

### **Politique d'achats UPHF – INSA Hauts-de-France**

Le Conseil d'Administration de l'UPHF s'est réuni en séance plénière dans la salle du conseil de la Maison des Services à l'Etudiant le jeudi 19 décembre 2019, sur la convocation et sous la présidence de Monsieur Abdelhakim ARTIBA, Président de l'Université ;

Le quorum étant atteint,  
Vu les statuts de l'Université Polytechnique Hauts-de-France ;

Monsieur le Président laisse la parole à M. Philippe DULION, Directeur Général des Services, qui propose aux membres une politique d'achat afin de permettre de disposer d'un cadre juridique commun, de prendre en compte les modifications des seuils publiées au Journal Officiel de l'Union Européenne du 31 octobre 2019 suite aux changements des seuils communautaires ainsi que le changement des textes législatifs et réglementaires, d'accroître la communication entre les services/composantes et le service des Marchés Publics, d'établir une politique interne de passation des achats uniforme pour l'établissement.

Après en avoir délibéré,

**Le conseil d'administration approuve à l'unanimité la politique d'achats UPHF – INSA Hauts-de-France selon le document annexé à la présente délibération.**

Pour : **31 voix**

Valenciennes, le 19 décembre 2019

Le Président de l'Université,  
Professeur Abdelhakim ARTIBA



# POLITIQUE D'ACHAT DE L'UNIVERSITE POLYTECHNIQUE HAUTS-DE-FRANCE

## 1) Préambule

La politique d'achat est mise en place afin :

- de permettre de disposer d'un cadre juridique pour le nouvel établissement ;
- de prendre en compte les modifications des seuils publiées au Journal Officiel de l'Union Européenne du 31 octobre 2019 suite aux changements des seuils communautaires ainsi que le changement des textes législatifs et réglementaires : disparition du décret du 25 mars 2016 remplacé par le Code de la Commande Publique (CCP) entré en vigueur au 1<sup>er</sup> avril 2019 ;
- d'accroître la communication entre les services/composantes et le Service des Marchés Publics (SMP) ;
- d'établir une politique interne de passation des achats uniforme pour l'établissement.

## 2) Présentation générale des marchés publics

Suite à la disparition du décret du 25 mars 2016, l'établissement en qualité d'établissement public applique pour la passation de ses marchés la réglementation issue du Code de la Commande Publique.

Pour chaque achat (dès le 1<sup>er</sup> euro) trois grands principes de la commande publique doivent être respectés. Ces principes sont :

- **la liberté d'accès à la commande publique** : tout prestataire potentiel doit être en mesure de connaître le besoin de l'acheteur public et être en capacité de proposer une offre recevable
- **l'égalité de traitement des candidats** : les mêmes informations sont communiquées au même moment à tous les candidats
- **la transparence des procédures** : la « règle du jeu » doit être connue d'avance par l'ensemble des candidats.

En cas de manquement à l'un de ces principes, la procédure de passation du marché peut être annulée par le juge qui peut être saisi par tout candidat potentiel au marché même s'il ne s'est pas présenté à la consultation contestée.

## 3) L'analyse du besoin, une première étape indispensable

Définition du besoin :

- description de la prestation
- estimation de la quantité demandée
- estimation du coût total du projet
- estimation de la durée totale du projet

But de l'analyse du besoin :

- vérifier la faisabilité juridique, financière et technique du projet
- satisfaire à l'exigence juridique (le choix de la procédure dépend de l'identification des besoins)
- passer le marché dans les meilleures conditions économiques (bonne utilisation des deniers publics en n'achetant pas plus que nécessaire)
- s'assurer d'une meilleure analyse des offres (en déterminant avec précision le besoin, les offres seront conformes à la demande)
- vérifier que l'objet du marché ne se rattache pas à un marché déjà en cours
- débiter l'élaboration du Dossier de Consultation aux Entreprises
- déterminer le choix de la procédure et de la publicité.

Modalités d'analyse du besoin :

- mise en place d'un sourcing préalable
- expression du besoin par le service/composante puis adressé à la SMP par le biais de la fiche navette disponible sur l'ENT
- dès réception de la fiche navette, la SMP invite les personnes intéressées à une réunion « d'analyse du besoin ». La procédure de passation du marché ne peut débuter qu'au moment de la réception par la SMP de la fiche navette
- comparaison avec les offres des autres établissements publics.

#### **4) Les procédures**

##### **4.1 : Achats de moins de 40 000 euros HT**

Un achat peut être passé sans marché public en dessous des 40 000 euros HT mais il y a une OBLIGATION de respecter les principes de la commande publique exposés ci-dessous.

- **1<sup>ère</sup> règle : choix d'une offre qui répond de manière pertinente au besoin en :**
  - procédant à l'analyse du besoin de manière précise (définition de la nature et de l'étendue des besoins) ;
  - n'ayant pas recours au découpage de son besoin dans le but de bénéficier de la dispense de publicité et de mise en concurrence ;
  - choisissant l'offre qui répond uniquement aux besoins exprimés (et non à des besoins non demandés) afin que le coût total du marché soit correct et corresponde aux attentes de l'établissement.
- **2<sup>ème</sup> règle : le respect de la bonne utilisation des deniers publics en :**
  - veillant à choisir une offre raisonnable financièrement ;
  - procédant à une analyse comparative des propositions tarifaires (ex : comparaison de devis, comparaison des prix, simulation de prix,...) ;
  - conservant les documents ayant permis la comparaison des offres.
- **3<sup>ème</sup> règle : si un marché est attribué, il n'est pas possible de recourir à un autre prestataire**
- **4<sup>ème</sup> règle : s'il n'y a pas de marché attribué, éviter de conclure systématiquement avec le même prestataire :**
  - prenant contact avec différents prestataires ;
  - s'informant des nouveaux prestataires dans le secteur concurrentiel ;
  - évitant de conclure systématiquement avec un prestataire avec lequel la commande s'est bien exécutée.

L'auteur de la demande d'achat est responsable du respect de ces principes.

**La demande de plusieurs devis auprès de différents fournisseurs est recommandée**

**Un état des lieux annuel de la commande publique sera établi pour s'assurer que les principes et règles sus énoncés ont été respectés.**

## **2. : Achats entre 40 000 euros HT et 139 000 euros HT pour les fournitures, les services et les travaux**

Pour la passation de ces marchés, une procédure adaptée est mise en œuvre.

Présentation des Marchés à Procédure Adaptée (MAPA):

- sont concernés, les marchés dont les modalités sont librement fixées par le pouvoir adjudicateur 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 ainsi que des circonstances de l'achat.
- leur passation est subordonnée au respect des principes applicables à l'ensemble des marchés publics à savoir la liberté d'accès à la commande publique, d'égalité de traitement des candidats et la transparence des procédures.

Le MAPA est constitué de documents types tels que : l'Acte d'Engagement (AE), le Cahier des Clauses Particulières (CCP) ou le Cahier des Clauses Administratives Particulières (CCAP) et le Cahier des Clauses Techniques Particulières (CCTP) et le Règlement de Consultation (RC).

*Remarque : Le choix entre le CCP ou le CCAP et le CCTP sera fait en accord avec la composante/le service sur proposition du Service des Marchés Publics.*

### **4.3 : Achats supérieurs à 139 000 euros HT pour les fournitures, les services et les travaux**

Pour la passation de ces marchés, une procédure formalisée est mise en œuvre.

Présentation des procédures formalisées :

- le pouvoir adjudicateur est tenu à des délais minimums (délais de publicité, de standstill, ..) qu'il ne peut modifier ;
- procédure plus lourde mais plus sécurisante que celle des MAPA ;
- les différentes formes :

° Appel d'offres ouvert ou restreint. L'appel d'offres est la procédure par laquelle le pouvoir adjudicateur choisit l'attributaire, sans négociation, sur la base de critères objectifs préalablement portés à la connaissance des candidats ;

° La procédure concurrentielle avec négociation est la procédure par laquelle un pouvoir adjudicateur négocie les conditions du marché public avec un ou plusieurs opérateurs économiques autorisés à participer aux négociations ;

° Dialogue compétitif. Le dialogue compétitif est la procédure dans laquelle l'acheteur dialogue avec les candidats admis à participer à la procédure en vue de définir ou développer une ou plusieurs solutions de nature à répondre à ses besoins et sur la base de laquelle ou desquelles les participants au dialogue sont invités à remettre une offre.

Le choix du type de procédure formalisée sera fait en accord avec la composante/le service sur proposition du Service des Marchés Publics.

## 5) Les publicités

	40 000-90 000 euros HT	90 000-139 000 euros HT	> 139 000 euros HT
<b>Marchés de fournitures, services et travaux</b>	<b>Procédure adaptée Publicité adaptée  (profil acheteur, marchesonline)</b>	<b>Procédure adaptée Publicité avis d'appel public à la concurrence  ( BOAMP ou au JAL et sur le profil acheteur)</b>	<b>Procédure formalisée  Publicité avis d'appel public à la concurrence(BOAMP, au JOUE et sur le profil acheteur)</b>

BOAMP : Bulletin Officiel des Annonces des Marchés Publics

JAL : Journal d'Annonces Légales

JOUE : Journal Officiel de l'Union Européenne

Profil acheteur : le site dématérialisé auquel le pouvoir adjudicateur ou l'entité adjudicatrice a recours pour ses achats. Pour l'Université, il s'agit de PLACE

*Tous les deux ans, les seuils des directives européennes sur les marchés publics sont révisés par la Commission Européenne afin de respecter les engagements internationaux de l'Union Européenne pris en vertu de l'Accord sur les marchés publics, les seuils internes à l'établissement seront ajustés aux seuils en vigueur pour les marchés de fournitures et de service. L'établissement fait le choix d'appliquer aux marchés de travaux les seuils définis pour les marchés de fournitures et de services.*

## 6) L'exécution du marché

Les obligations du service/de la composante sont notamment :

- collaborer avec le SMP pendant toute la durée d'exécution du marché ;
- répondre à toute demande relative notamment à l'exécution du marché dont il est à l'origine ;
- signaler au SMP sans délai tout incident du marché par le biais de la fiche d'incident annexés au présent document et disponible sur l'ENT.

Les obligations de la SMP sont notamment :

- être présente (fournir une expertise, un accompagnement à la rédaction, assurer la publicité et l'organisation des commissions) de l'analyse du besoin à la conclusion du marché ;
- répondre à toute demande relative notamment à l'exécution du marché dont il aura eu la charge.

## 7) Le renouvellement du marché

En cas de demande de renouvellement du marché, le service/la composante à l'origine de la demande doit transmettre la fiche rapport d'exécution disponible sur l'ENT au SMP plus de trois mois avant le renouvellement.