

DELIBERATION
du conseil d'administration de l'Université de Bourgogne

Séance du 4 juillet 2023

Délibération n° 2023 – 04/07/2023 – 4

Politique d'achat de l'Université de Bourgogne

- VU le code de l'éducation
- VU les statuts de l'Université de Bourgogne

Effectif statutaire : 32 Membres en exercice : 31 Quorum : 16 Membres présents : 13 Membres représentés : 7 Total : 20	Refus de vote : 0 Abstention(s) : 0 Suffrages exprimés : 20 Pour : 20 Contre : 0
---	---

Le conseil d'administration, après en avoir délibéré, **approuve la politique d'achat de l'Université de Bourgogne.**

Dijon, le 5 juillet 2023

Le Président de l'Université de Bourgogne,



Vincent THOMAS

P.J. : Politique d'achat de l'université de Bourgogne

Délibération transmise à la rectrice de la région académique Bourgogne-Franche-Comté
Chancelière de l'Université de Bourgogne

Délibération publiée sur le site internet de l'établissement



**POLITIQUE D'ACHAT
DE
L'UNIVERSITE DE BOURGOGNE**

Juin 2023

Sommaire

A – Cadre réglementaire.....	3
1. Intro.....	3
2. Définitions	3
3. Principes de la commande publique	4
3.1 Liberté d'accès	4
3.2 Égalité de traitement.....	4
3.3 Transparence	4
4. Cadre juridique des achats – seuils et procédures.....	5
4.1 Seuils de Procédure	5
4.2 Seuils de publicité.....	6
4.3 Les délégations de signatures.....	6
5. Contrôles de l'UB et responsabilité.....	
1. interne.....	
2. externe	
B - LES AXES ET OBJECTIFS DE LA POLITIQUE ACHAT	9
1. Garantir la qualité de l'acte d'achat	9
1.1 Adéquation entre le besoin / la procédure / et le résultat final	9
1.2 Les situations préjudiciables à la qualité de l'achat	9
2. Améliorer la performance économique de l'achat	10
2.1 Maîtriser les coûts de l'achat	10
2.2 Optimiser les achats	10
2.3 Possibilité de mettre en place des plans de réduction des coûts par famille d'achats.....	11
3. Optimiser le processus achats.....	12
3.1 L'organisation et les circuits achat	12
3.2 Le service achats marchés, expert et centralisateur	13
3.3 Les demandes de dérogation	14
3.4 Professionnalisation/ sensibilisation des acteurs.....	14
4. Dématérialiser les achats	15
4.1 Simplifier et fluidifier le processus	15
4.2 Du besoin à la facture.....	15
5. Inscrire nos actions achat dans une démarche de qualité globale	15
5.1 Ecoresponsabilité / achats durables.....	15
5.2 Responsabilité sociale et locale.....	16
5.3 Intégrer les innovations technologiques	16
Annexe 1 : Guide des bonnes pratiques en matière d'achat public.....	18
Annexe 2 : demande de dérogation	26
Annexe 3 : formulaire de demande d'achats hors marchés	31
Annexe 4: fiche de financement.....	30

A – CADRE REGLEMENTAIRE

1. Intro

La politique d'achat est un élément fondamental de la bonne gestion de l'Université de Bourgogne.

Pour l'ensemble de l'UB cela représente :

Nombre de BC en 2022	21 427	
Montant BC 2022 HT	50 496 072 €	
Pourcentage d'achat hors marché	31 %	16 793 186 €
Pourcentage d'achat sur marché	69 %	38 552 807 €

Cet ensemble de procédures au service de l'amélioration de l'acte d'achat nécessite la mobilisation de chacun.

2. Définitions

La politique « Achat » consiste, selon le fascicule X 50-128 publié par l'AFNOR à définir des « **orientations et intentions générales, relatives aux achats et approvisionnements, d'un organisme, telles qu'elles sont formulées par la direction de l'organisme acheteur** ».

La formalisation d'une politique « achat » traduit, dans l'achat public, le passage d'une logique juridique, centrée sur la sécurisation des procédures, vers une logique globale intégrant des objectifs de performance économique, qualité, délais et développement durable.

La politique des achats de l'Etat est définie sur une base pluriannuelle.

Elle fixe les principes directeurs pour la mise en œuvre dans les achats des objectifs en matière :

- de performance économique ;
- de développement durable dans ses trois dimensions économique, sociale et environnementale ;
- de large accès des petites et moyennes entreprises à la commande publique ;
- de diffusion de l'innovation ;

Elle définit également :

- les cibles chiffrées de résultat selon plusieurs horizons d'échéances (court - moyen - long terme) associées aux objectifs ;
- les leviers d'achat prioritairement à mettre en œuvre afin d'atteindre les objectifs fixés par le Gouvernement, leviers précisés au sein de stratégies par segment d'achat concernant les achats relevant de même nature et caractéristiques de besoin à satisfaire. Les leviers d'achat portent notamment sur :
 - l'optimisation du besoin au regard de l'offre du marché fournisseurs et la recherche du juste besoin du bénéficiaire ;
 - l'optimisation des coûts d'achat unitaires et du coût global déterminé selon une approche qui peut être fondée sur le coût du cycle de vie au sens de l'article 63 du décret du 25 mars 2016 relatif aux marchés publics, notamment par le recours à la négociation avec les fournisseurs lorsque celle-ci est autorisée ;
 - la maîtrise des politiques de consommations des marchés publics.

La commande publique est l'ensemble des contrats passés par une personne **publique** pour satisfaire ses besoins.

C'est une notion très large qui englobe plusieurs formes de contrats tels les marchés publics, les délégations de services publics, les contrats de partenariat **public/privé**.

Un marché public est un **contrat administratif** conclu **à titre onéreux** entre un **organisme public et un fournisseur ou un prestataire** pour **répondre aux besoins** d'un organisme public en matière de **travaux, de fournitures ou de services**. Les marchés qui répondent à un besoin dont la valeur estimée est égale ou supérieure à 40 000 € HT doivent être conclus par écrit.

Décision du CA 13 octobre 2020.

3. Principes de la commande publique

L'ensemble de ces contrats administratifs, quels que soient leurs montants ou leurs procédures, doivent respecter **3 principes** :

- Liberté d'accès à la commande publique
- Egalité de traitement des candidats
- Transparence des procédures.

3.1 Liberté d'accès

Toute personne doit avoir librement connaissance des besoins d'achat d'un acheteur public.

Ce principe est garanti par la publicité que les acheteurs publics diffusent pour faire connaître leurs besoins et par la mise en concurrence que cette publicité engendre.

3.2 Égalité de traitement

Le respect de ce principe interdit notamment toute discrimination et s'étend à tous les stades de la procédure :

- la rédaction du cahier des charges doit être objective,
- toutes les offres arrivées dans le délai demandé doivent être examinées, quel que soit la nationalité ou l'implantation du candidat,
- tous les candidats doivent disposer d'une information équivalente et, si l'un d'entre eux pose une question complémentaire, l'acheteur public doit répondre à l'ensemble des candidats.

3.3 Transparence

La transparence permet à tous les candidats, ou à toute personne intéressée, de s'assurer que l'acheteur public respecte les 2 premiers principes.

Concrètement, cela signifie par exemple que les critères de choix des offres sont portés à la connaissance des candidats dès la publicité. Ces critères doivent permettre à l'acheteur public de choisir l'offre économiquement la plus avantageuse.

De même, tout soumissionnaire qui voit son offre rejetée doit en être informé et les motifs de ce rejet doivent lui être précisés.

Ces principes permettent d'assurer l'efficacité de la commande publique et la bonne utilisation des deniers publics.

4. Cadre juridique des achats – seuils et procédures

Le Code des Marchés Publics a été remplacé par le Code de la Commande Publique. Il est issu de l'ordonnance n° 2018-1074 du 26 novembre 2018 et du décret n° 2018-1075 du 3 décembre 2018.

Ce changement de réglementation a été effectué pour se conformer à la législation Européenne. A côté de ces principaux textes, d'autres textes s'appliquent en fonction de l'objet du marché. Ce sont les Cahiers des Charges Administratives Générales (CCAG).

La passation d'un marché public est soumise à des règles de **procédure** et à des règles de **publicité**. D'une part, l'acheteur public doit se conformer à une procédure, déterminée en fonction de la valeur de l'achat et de son objet (travaux, fournitures, services). D'autre part, et pour garantir une concurrence satisfaisante, l'acheteur doit appliquer des règles de publicité qui varient, elles aussi, en fonction de l'acheteur (collectivité, État, etc.), de la valeur du marché et de l'objet de l'achat.

4.1 Seuils de Procédure

Les procédures de passation de marchés publics varient en fonction de leur **objet** (fourniture, service ou travaux), de la **valeur** estimée du marché, mais aussi en fonction de l'acheteur concerné (collectivité territoriale, établissement de santé, services de l'État).

Seuils de procédure formalisée - Montants hors taxe

(valeurs au 01/01/2023)

Fournitures et services	- à partir de 140 000 € HT pour l'État et ses établissements publics - à partir de 215 000 € HT pour les collectivités et les établissements publics de santé - à partir de 431 000 € pour un acheteur public qui exerce une activité d'opérateur de réseaux (production, transport ou distribution d'électricité, gaz, eau, etc.)
Travaux	à partir de 5 382 000 € HT

Si la valeur estimée du marché est inférieure aux seuils de procédure formalisée, l'organisme public peut recourir à une procédure adaptée dont il détermine librement les modalités dans le respect des principes de la commande publique.

Pour les marchés d'une valeur inférieure à **25 000 € HT**, l'acheteur public a pour obligation de choisir une offre pertinente, de faire une bonne utilisation des deniers publics et de ne pas contracter systématiquement avec un même fournisseur lorsqu'il y a plusieurs offres susceptibles de répondre à son besoin.

4.2 Seuils de publicité

Le passage d'un seuil fait non seulement évoluer la procédure, mais aussi les modalités de la publicité à donner à l'avis de marché.

La publicité peut être réalisée selon différents moyens :

- publicité libre ou adaptée
- publication au BOAMP,
- parution dans un journal habilité à recevoir des annonces légales (JAL),
- publication au Journal officiel de l'Union européenne (JOUE).

Seuils de publicité des marchés de l'État et de ses établissements (Autorités centrales) - Montants hors taxe (valeurs au 01/01/2023)

	Publicité non obligatoire	Publicité libre ou adaptée	Publicité au BOAMP ou dans un JAL	Publicité au BOAMP et au JOUE
Fournitures et services	en dessous de 40 000 €	de 40 000 € et jusqu'à 89 999,99 €	de 90 000 € à 139 999,99 €	à partir de 140 000 €
Travaux	en dessous de 40 000 €	de 40 000 € et jusqu'à 89 999,99 €	de 90 000 € à 5 381 999,99 €	à partir de 5 382 000 €

4.3 Les délégations de signatures

Le Président de l'Université de Bourgogne est la seule personne habilitée à signer des documents engageant l'établissement.

Afin de fluidifier les processus achat, le Président peut donner délégation à certains autres personnels de l'établissement pour signer des bons de commande. Sans cette délégation formalisée par un arrêté du Président, nul n'est autorisé à signer ces documents. Cette délégation peut préciser un plafond, des circonstances (empêchement) ou les types d'engagement autorisés.

Le non-respect d'une délégation de signature revêt des conséquences juridiques lourdes pour celui qui signe sans être autorisé et pour l'établissement.

5. Contrôles de l'UB et responsabilité

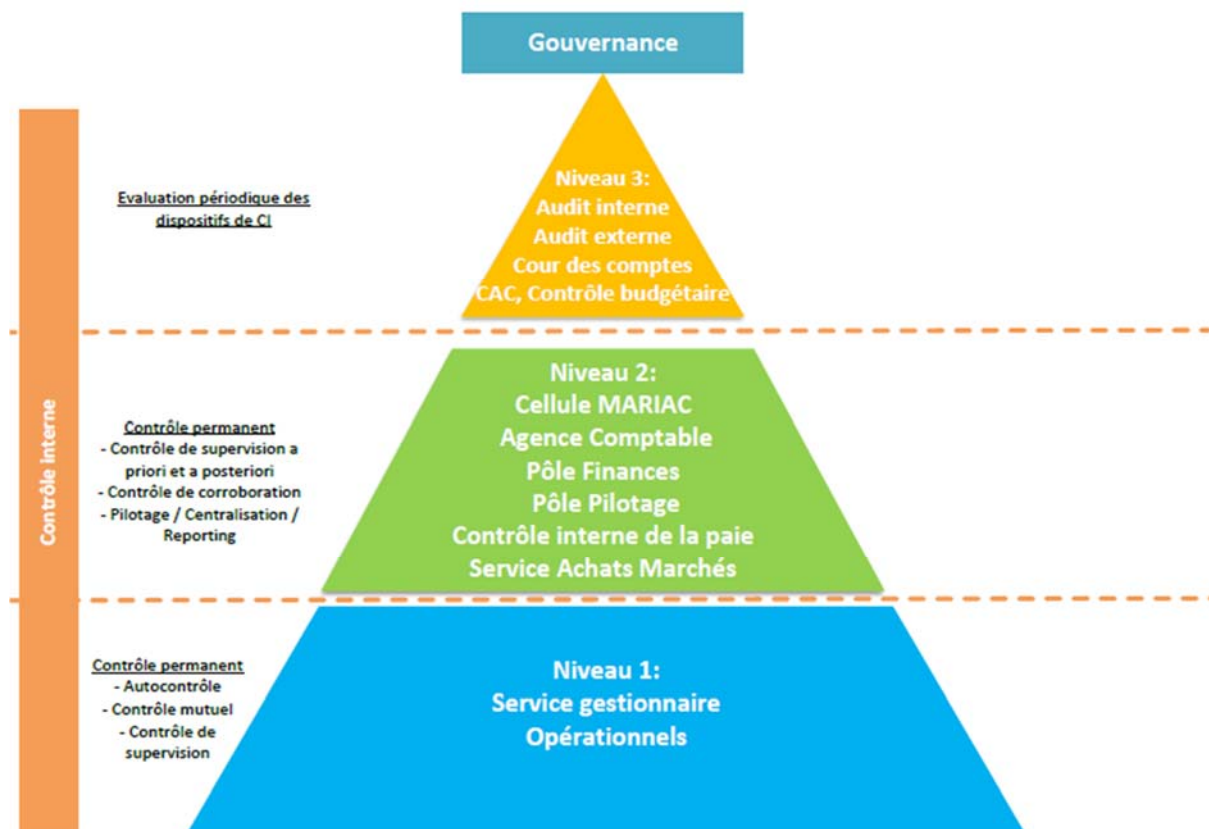
5.1 Contrôles

- Contrôle interne

Un contrôle interne financier sur la fonction achat a été mis en place progressivement depuis 2014. La commande publique est intégrée dans le processus Dépenses/Commande publique de la cartographie des processus. Les principaux risques du processus ont été identifiés, cotés. La mise à jour de la cartographie des risques et du plan d'action afférent est réalisée annuellement et votée au CA. L'ensemble du processus est

décrit dans le narratif/référentiel Dépenses/Commande publique. Un organigramme fonctionnel sur l'ensemble du processus est élaboré et mis à jour au moins une fois par an. Ce dernier permet de déterminer qui fait quoi dans la chaîne financière et la supervision mise en place. Chaque entité de l'université a à décrire sa propre organisation, le descriptif s'effectue également par processus. Les contrôles a priori et a posteriori sont décrits dans les plans de contrôles. Des tests de cheminement ainsi que des contrôles ponctuels peuvent être réalisés.

- Les acteurs de la maîtrise des risques :



- Contrôle externe

La Cour des Comptes réalise des contrôles a posteriori des dépenses et vérifie la régularité des procédures de passation des marchés publics. Ces contrôles prennent la forme d'audits.

Depuis la loi du 10 août 2007 dite « LRU », les universités accédant aux responsabilités et compétences élargies ont l'obligation de faire certifier leurs comptes par un commissaire aux comptes.

Contrôle budgétaire : les universités, organismes assujettis au régime des EPSCP, sont soumis à des dispositions particulières définies par le Code de l'éducation, confiant au recteur d'académie des compétences en matière d'approbation des budgets (article 176 du décret GBCP).

5.2 Responsabilité et risque d'atteinte à la probité

- Références réglementaires :

- Loi du 13 juillet 1983 portant droits et obligations des fonctionnaires,
- Loi du 9 décembre 2016 relative à la transparence, à la lutte contre la corruption et à la modernisation de la vie économique.
- Ordonnance n° 2022-408 du 23 mars 2022 relative au régime de responsabilité financière des gestionnaires publics (mise en application au 1^{er} janvier 2023)

- **La mise en place du régime de responsabilité financière des gestionnaires publics :**

Cette ordonnance a instauré un régime unifié d'engagement de la responsabilité des ordonnateurs et des comptables. Elle a abrogé la responsabilité personnelle et pécuniaire des comptables publics et adapté le régime précédent de la Cour de discipline budgétaire et financière. Une nouvelle chambre a été créée au sein de la Cour des comptes, en charge de la répression des fautes commises par les gestionnaires publics en première instance. La cour des comptes est une instance administrative.

Principes directeurs du nouveau régime de responsabilité financière :

- limiter l'office du juge aux cas d'une gravité avérée ;
- sanctionner celui qui commet la faute ;
- rappeler à l'employeur public sa responsabilité managériale ;
- maintenir et renforcer le principe de séparation des ordonnateurs et des comptables.

Le juge sera conduit à examiner le contrôle interne mis en place pour apprécier les contours de la responsabilité du gestionnaire.

La sanction est constituée par une amende en référence au traitement (maximum 6 mois de traitement) et en appréciation des circonstances de l'espèce. 39% des arrêts de la CDBF ont concerné la commande publique.

- **Les risques d'atteinte à la probité :**

Les agents publics ont l'obligation d'exercer leurs fonctions avec impartialité, probité et intégrité. La responsabilité juridique des acheteurs est avant tout pénale (articles 432 et 433 du Code pénal).

On relève 6 types d'infractions :

- **Corruption** : fait pour une personne ayant une mission de service public de demander ou d'accepter un **avantage quelconque en contrepartie** de l'accomplissement ou du non accomplissement d'un acte de sa fonction
- **Trafic d'influence** : fait pour une personne ayant une mission de service public d'accepter ou de demander un **avantage pour, en contrepartie, user de son influence** sur une autorité publique
- **Favoritisme** : fait pour une personne ayant une mission de service public **de ne pas respecter les règles de la commande publique** ayant pour objet de garantir la liberté d'accès et l'égalité des candidats **conduisant à l'octroi d'un avantage injustifié à une entreprise**
- **Prise illégale d'intérêts** : Fait pour une personne ayant une mission de service public de prendre, **recevoir ou conserver un intérêt personnel dans une affaire** dont il a à connaître à l'occasion de ses fonctions
- **Détournement de fonds publics** : Fait pour une personne ayant une mission de service public de **détourner, soustraire ou détruire des fonds ou des biens publics** qui lui ont été remis en raison de ses fonctions ou de sa mission
- **Concussion** : Fait pour une personne ayant une mission de service public de **profiter de sa fonction pour percevoir sciemment des sommes indues ou de s'abstenir de percevoir des sommes dues**

L'article 432-14 du code pénal vise de fait toute personne, quel que soit son statut, qui intervient dans le processus d'attribution du marché, peu important à cet égard qu'elle dispose ou non d'un pouvoir de décision (cf. par exemple s'agissant du coordonnateur d'un groupement de commandes : Chambre criminelle, 7 avril 2004, pourvoi n° 03-85.698)

Toutes ces infractions ont pour point commun de mettre en jeu la responsabilité des acteurs du cycle de l'achat public dans l'exercice de leurs missions et responsabilités.

B - LES AXES ET OBJECTIFS DE LA POLITIQUE ACHAT

1. Garantir la qualité de l'acte d'achat

1.1 Adéquation entre le besoin / la procédure / et le résultat final

Le premier objectif de la politique d'achat de l'université de Bourgogne est la garantie – et l'amélioration continue – de la qualité du service rendu au prescripteur. En effet, l'acte d'achat doit être perçu comme une prestation offerte au prescripteur, pour lequel l'achat n'est pas une fin en soi mais un moyen indispensable pour atteindre ses propres objectifs (enseignement, recherche, fonctionnement de service...).

Le prescripteur est la personne qui est à l'initiative de l'achat, celle qui exprime et porte le besoin d'équipement ou de service.

Il ne maîtrise pas nécessairement les règles de l'achat public, il est donc de la responsabilité de la chaîne administrative de gestion des achats, de veiller au respect des procédures. Il est donc important de bien établir les responsabilités de chacun.

Le prescripteur doit définir de manière précise son besoin (caractéristiques, délais, financement,) et doit anticiper au maximum son achat pour laisser le temps nécessaire au déroulement de la procédure. Il doit évaluer le résultat final et faire un retour au gestionnaire sur l'acte d'achat lorsqu'il a rencontré des difficultés. Le gestionnaire est la personne qui va recueillir le besoin exprimé par le prescripteur et veiller au bon déroulement de la procédure d'achat.

Les gestionnaires administratifs appliquent, en fonction des caractéristiques de l'achat, les procédures et règles qui leur semblent les plus adaptées à la situation pour garantir non seulement le respect des principes de la commande publique mais également un achat le plus efficient possible (qualité, délais...). Pour cela, les gestionnaires pourront s'appuyer sur leur responsable hiérarchique et le service achats marchés.

La qualité du dialogue prescripteur-gestionnaire est un élément indispensable au bon déroulement de l'acte d'achat. Afin d'établir une relation apaisée entre ces deux acteurs du processus achat, il est important que d'une part les gestionnaires aient conscience du fait qu'ils ne peuvent pas juger de l'opportunité d'un achat – cette appréciation relevant de l'ordonnateur et ses délégués- et que d'autre part les prescripteurs aient conscience à leur tour qu'ils ne doivent pas faire pression afin de déroger aux procédures et aux délais ou imposer un fournisseur (sauf monopole établi).

1.2 Les situations préjudiciables à la qualité de l'achat

Un des objectifs de la politique d'achat de l'université de Bourgogne est de résoudre certaines situations/questions qui se présentent régulièrement.

1.2.1 L'historique n'ouvre pas de droit à dérogation

Malgré les habitudes prises en contractant souvent avec les mêmes prestataires, capables de tenir des délais raisonnables et proposant des conditions d'achat avantageuses,

l'acheteur, prescripteur ou gestionnaire, doit veiller à faire une bonne utilisation des deniers publics en suivant les principes de la commande publique. Il conviendra de mettre en œuvre les mises en concurrence adéquates et pourra solliciter les opérateurs économiques qui lui sont connus, à condition de respecter les principes d'égalité de traitement des candidats et de transparence des procédures.

1.2.2 Les fins d'exercice et fins de contrat de recherche

Des situations problématiques se reproduisent chaque année automatiquement et mettent les gestionnaires en difficultés. Il s'agit généralement des fins d'exercice budgétaire et des fins de contrat de recherche.

Les prescripteurs souhaitent absolument et certainement à juste titre, utiliser les crédits disponibles.

Ils sont alors amenés soit à faire des stocks soit à procéder à des achats insuffisamment anticipés.

Dans cette mesure, il est légitime de s'interroger sur les projets d'achat de fin d'année ou de fin de contrat de recherche.

Cela donne lieu à des situations d'urgence qui ne laissent pas le temps aux gestionnaires de dérouler la procédure d'achat dans le respect des principes de la commande publique.
De plus, en fin d'exercice budgétaire, les contraintes de calendrier et de délais de livraison sont plus fortes sachant que les fournisseurs sont, eux-mêmes, submergés de commandes.
Il est également à noter la disponibilité tardive de certains crédits.

L'ensemble de ces éléments ne permettent pas de déroger aux procédures, règles et principes de la commande publique.

1.2.3 Les fournisseurs et marchés ne répondant plus au besoin

Certains fournisseurs et marchés ne donnent plus satisfaction en termes de qualité de prestation et/ou de délai de livraison et/ou de prix proposés.

Cela ne permet pas de déroger aux procédures, règles et principes de la commande publique.

En cas de marché, un rapport doit être établi par le prescripteur et adressé par la voie hiérarchique au Président de l'Université de Bourgogne – PAJI – service achats marchés. Ce dernier prendra contact avec le fournisseur afin de trouver une solution. Dans le cas contraire, se référer au paragraphe « demande de dérogation »
En cas d'achat hors marché ou auprès d'une centrale d'achat, une procédure d'achat publique doit être initiée selon les critères de seuil et de publicité avec mise en concurrence permettant de sélectionner un fournisseur répondant aux besoins du prescripteur. Pour cela, les gestionnaires pourront s'appuyer sur leur responsable hiérarchique et le service achats marchés.

2. Améliorer la performance économique de l'achat

2.1 Maîtriser les coûts de l'achat

La maîtrise des coûts est un objectif de la politique d'achat de l'Université de Bourgogne.

Dans cette mesure, un achat efficient est un achat permettant d'allier qualité et coût.

Par coût, il est entendu non seulement le coût d'achat mais également le coût durant la vie/ l'utilisation de l'« objet » acheté et coût de fin de vie.

Ce critère devra être pris en compte et apparaître dans toutes les procédures d'achats opérées à l'Université de Bourgogne.

Les prescripteurs et gestionnaires auront la possibilité de négocier les prix proposés par les prestataires. Pour cela, ils pourront être aidés par le service achats marchés de l'Université de Bourgogne.

Dans le cadre des marchés, il est également autorisé de prévoir et d'appliquer des pénalités raisonnables lorsque les conditions convenues et formalisées avec les prestataires ne sont pas respectées. Pour cela, ils pourront être aidés par le service achats marchés de l'Université de Bourgogne.

2.2 Optimiser les achats

Il est demandé aux prescripteurs, aux gestionnaires et au service achats marchés, de s'inscrire, systématiquement, dans une démarche de rationalisation et de mutualisation lorsqu'ils initient une procédure d'achat.

La rationalisation intervient dans la réflexion préalable à l'achat. Elle consiste à mieux évaluer et définir le besoin.

Le fait de regrouper et mutualiser les achats permet non seulement de réduire les coûts des procédures mais surtout d'atteindre un volume suffisant pour obtenir les conditions d'achats les plus avantageuses.

Le service achats marchés, centralisateur, aura la vision globale nécessaire pour intervenir en appui des prescripteurs et gestionnaires sur ce sujet.

2.3 Possibilité de mettre en place des plans de réduction des coûts par famille d'achats

Afin de garantir une maîtrise des coûts d'achat, il pourra éventuellement être mis en œuvre un plan de réduction des coûts par famille d'achat, après vote du Conseil d'administration de l'université.

Après étude comparative des différents segments, un taux annuel de réduction pourra être défini et appliqué à l'ensemble des centres de coût (CF) de l'Université de Bourgogne.

Ces taux devront également être votés par le conseil d'administration de l'université.

Cela aura pour conséquence, d'établir un plafond de dépenses sur le segment concerné pour chaque CF. Au-delà de ce plafond, les demandes d'achat seront toujours possibles mais devront faire l'objet d'une demande de dérogation.

Le service achats marchés, centralisateur, aura pour responsabilité le pilotage et le suivi de ce dispositif.

3. Optimiser le processus achats

3.1 L'organisation et les circuits achat

Fouritures Services	Travaux 0€ H.T.	BESOINS	ANALYSE DES BESOINS ET PRECONISATIONS	FORMALISATION	ACHATS	EVALUATION
2 500 € H.T.	5 000 H.T.	P	G	(3 demandes de devis)	P	P G
25 000 € H.T.		P ↔ G	G → SAM	Procédure adaptée (3 demandes de devis) SAM (Demande d'achat hors marchés)	G → P	SAM G P
140 000 H.T.	5 382 000 H.T.	P ↔ G	G → SAM	Marché à procédure adaptée SAM → G → Signature Président / DGS	G → P	SAM G P
		P ↔ G	G → SAM	Marché à procédure formalisée SAM → Signature Président	G → P	SAM G P

P= Prescripteur ; G= Gestionnaire ; SAM = Service Achats Marchés ;

3.2 Le service achats marchés, expert et centralisateur

3.2.1 *Soutien aux prescripteurs et aux gestionnaires*

Le premier rôle du service achats marchés est le soutien aux prescripteurs et gestionnaires. Il est l'interlocuteur privilégié des services de l'université dans le domaine des achats. Il apporte son expertise, ses avis et ses conseils dans ce domaine. Il assiste les prescripteurs et gestionnaires tout au long de la procédure d'achat et veille au bon déroulement de celle-ci.

Dans ce cadre, le service achats marchés est amené régulièrement à recenser les besoins des services de l'université afin de pouvoir les analyser pour y répondre de manière optimale.

Ce rôle lui permet également de rappeler les règles et principes régissant les achats publics.

3.2.2 *Rationalisation et mutualisation*

Son positionnement central permet au service achats marchés d'avoir une vue globale des procédures d'achat. Dans cette mesure, il est le mieux placé pour proposer des dispositifs de mutualisation et de rationalisation sur le périmètre « université ».

Cela n'impacte pas l'achat des services concernés mais permet d'envisager des marges de négociation plus importantes auprès des fournisseurs.

3.2.3 *Passation et suivi des marchés : une procédure centralisée*

Le service achats marchés a pour mission d'assurer la passation et l'exécution des marchés publics. Dans ce cadre, en fonction des seuils et types d'achats, il applique les règles de formalisation, de publicité, d'analyse, et de délais imposés par la réglementation. Il est l'interlocuteur des services sur ce sujet et des candidats (fournisseurs) aux marchés.

Le service achats marchés suit également l'exécution des marchés publics. Les éventuels problèmes rencontrés avec les prestataires retenus doivent lui être remontés obligatoirement. Le service achats marchés prendra contact avec le fournisseur afin de régler le problème. Si les documents du marché le prévoient et si la situation le justifie, le service achats marchés pourra mettre en œuvre des pénalités.

De même, si les documents du marché le prévoient, le service achats marchés peut mener les négociations avec les candidats à un marché.

Si les projets d'achat nécessitent des phases de test ou de présentation, les prescripteurs seront toujours associés en premier lieu. Le service achats marchés devra également assister à cette phase afin de veiller au respect des principes de la commande publique lors de ces échanges.

3.2.4 *Suivi du plan de réduction de coûts*

Si un plan de réduction des coûts est voté par le conseil d'administration et mis en place au sein de l'université, ce dispositif sera suivi administrativement par le service achats marchés et non par les gestionnaires. Le système d'information comptable et financière, SIFAC pour l'université de Bourgogne, sera modulé pour permettre la mise en œuvre de ce dispositif.

Les demandes de dérogation à ce dispositif seront également gérées par le service achats marchés.

Les décisions seront prises par la direction de l'université.

3.2.5 Evaluation du processus achat et contrôle interne

Face à l'enjeu de sécurisation des achats, un contrôle supplémentaire des dépenses entre 0 € et 2 500€ HT (pour les fournitures et services) et 5 000 € HT (pour les travaux) est effectué par le service achats marchés. Pour effectuer leurs dépenses, les prescripteurs et gestionnaires doivent compléter un formulaire de demande d'achat hors marchés (annexe n°3) accompagné de 3 devis pour justifier du choix de l'offre économiquement la plus avantageuse. Le service achats-marchés fera un contrôle juridique de l'acte d'achat avant émission du bon de commande.

Le service achats marchés évaluera régulièrement les procédures mises en place et au besoin de proposer des améliorations permettant plus de fluidité tout en assurant le respect des principes de la commande publique. Pour cela, il s'appuiera notamment sur les retours faits par les prescripteurs et gestionnaires. Cette évaluation sera au moins annuelle et fera l'objet d'un rapport.

Dans ce souci d'amélioration et de veille, le service achats marchés devra également assurer une mission de contrôle interne des processus d'achat à l'université de Bourgogne. Pour ce faire, il doit évaluer toutes les procédures d'achat mises en œuvre à l'université de Bourgogne quel que soit le service, le laboratoire, la composante ou la provenance des crédits. Il pourra procéder de la manière la plus adaptée (contrôle aléatoire, ou cibler un secteur spécifique / un type d'achat/ une famille d'achat).

L'analyse de ces résultats devra permettre de faire les rappels nécessaires, de mettre en place les formations adaptées et d'identifier des points à améliorer.

3.3 Les demandes de dérogation

Les services gestionnaires sont confrontés très souvent à des cas « particuliers » pour lesquels les délais, les procédures posent problème aux prescripteurs.

Toutes ces situations particulières devront faire l'objet d'une demande de dérogation signée par le prescripteur et l'ordonnateur délégué et visé par le responsable de l'antenne financière de la structure interne afin de s'assurer que l'information soit partagée.

Toutes ces demandes de dérogation devront ensuite être adressées dans les meilleurs délais au service achats marchés qui les centralisera et portera un avis sur chacune d'entre elle. Elles seront ensuite soumises à la signature du Président de l'université.

Cette centralisation permettra, en cas d'identification d'une récurrence importante, de mettre en place une procédure spécifique pour l'achat concerné.

3.4 Professionnalisation/ sensibilisation des acteurs

Afin d'optimiser la qualité des achats opérés à l'université de Bourgogne, il est nécessaire de mettre en place des actions de formation à destination de l'ensemble des acteurs du processus achat.

Il est important de rappeler que l'acte d'achat n'est pas anodin et qu'il engage non seulement des deniers publics mais également la responsabilité de l'université au regard de la réglementation en vigueur.

Des actions de sensibilisation et de rappel devront être mises en place régulièrement par le service achats marchés selon le procédé le plus adapté (réunion annuelle, fiche de synthèse, mailing, conférence...).

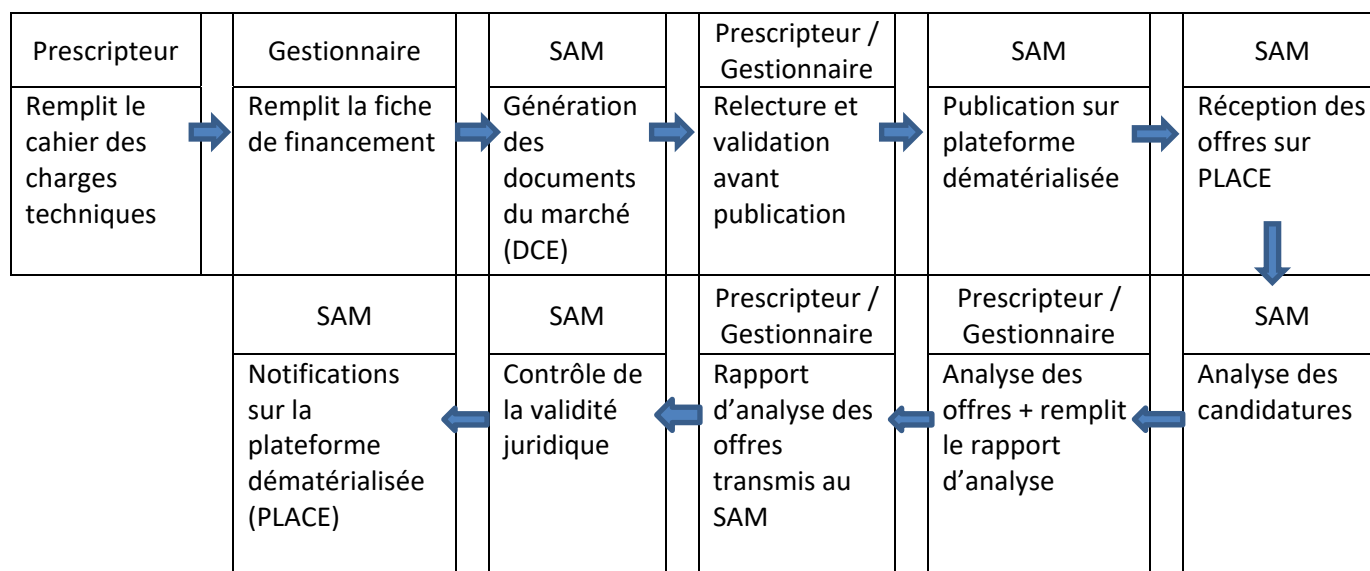
Il sera important également de valoriser la fonction achat notamment dans les fiches de poste car elle expose de manière non négligeable les gestionnaires et le service achats marchés.

4. Dématérialiser les achats

4.1 Simplifier et fluidifier le processus

L'université de Bourgogne s'engage dans une dynamique de dématérialisation totale de la procédure achat.

Le circuit pour un marché est le suivant :



4.2 Du besoin à la facture

L'université de Bourgogne a engagé une démarche de réduction et dématérialisation des factures.

Pour ce faire, il sera intégré dans les documents des marchés et valorisé dans les analyses des offres, la nécessité de réduire au maximum les factures.

Il sera également demandé aux fournisseurs de recourir à la plateforme chorus pour le dépôt des factures à l'attention de l'université de Bourgogne. Afin d'assurer une orientation et un traitement efficace, le fournisseur devra faire apparaître en page de 2 de la facture « modèle chorus », sa propre facture.

5. Inscrire nos actions achat dans une démarche de qualité globale

L'université de Bourgogne impacte, notamment par ses achats, le monde socio-économique mais également l'environnement. Consciente de ces enjeux, l'Université s'inscrit clairement dans une démarche qualité globale sur ces aspects.

5.1 Ecoresponsabilité / achats durables

Selon la définition du second Plan National pour des Achats Durables (PNAD 2021-2025), un achat public durable est un achat public :

- Intégrant des dispositions en faveur de la protection ou de la mise en valeur de l'environnement, du progrès social, et favorisant le développement économique ;
- Qui prend en compte l'intérêt de l'ensemble des parties prenantes concernées par l'acte d'achat ;
- Permettant de réaliser des économies « intelligentes » au plus près du besoin et incitant à la sobriété en termes d'énergie et de ressources ;
- Qui intègre toutes les étapes du marché et de la vie du produit ou de la prestation.

Le plan national pour des achats durables 2021-2025 (PNAD) prévoit que 100% des marchés notifiés au cours de l'année 2025 devront comprendre au moins une considération environnementale (dans l'objet du marché, dans une clause ou un critère d'attribution). D'autres mesures concrètes sont détaillées dans le Plan de sobriété énergétique du 6 octobre 2022.

La directive 2014/24/UE du 26 février 2014 sur la passation des marchés publics reconnaît l'achat public comme un instrument au service des politiques sociales, environnementales et d'innovation menées par les pouvoirs adjudicateurs et plus largement par les États membres et l'Union Européenne.

L'université de Bourgogne entend prendre ses responsabilités sur ce sujet en pesant via deux leviers clairement identifiés que sont la qualité environnementale des achats opérés et l'influence sur les fournisseurs.

De ce fait, l'Université de Bourgogne intégrera systématiquement la prise en compte des préoccupations environnementales et sociales dans les marchés, de leur définition à leur exécution et ce, quelle que soit la valeur du marché public considéré.

5.2 Responsabilité sociale et locale

De la même façon, l'Université de Bourgogne continuera à assumer, notamment au travers de ses achats, la responsabilité sociale qui est la sienne.

Dans cette mesure, les modalités permises par les ordonnances relatives aux marchés publics seront appliquées de manière adaptée dès lors que les caractéristiques du marché le permettent et ce quelle que soit la valeur du marché public considéré.

Ainsi un marché public peut être considéré comme porteur d'une disposition sociale :

- Si l'objet du marché comporte une dimension sociale, comme par exemple une prestation de services réservée à des structures employant des personnes handicapées. Cet objet donne lieu à l'inscription d'au moins une clause contractuelle dans le marché.
- Si ou la dimension sociale est prise en compte dans les spécifications techniques. Par exemple, le matériel doit être adapté à une utilisation par une personne handicapée.
- Si ou la dimension sociale est prise en compte dans les conditions d'exécution du contrat qui comportent au moins une clause sociale au titre de l'insertion par l'activité économique ou au titre de recours aux structures employant une majorité de travailleurs handicapés.
- Si ou un ou plusieurs critères d'attribution à caractère social sont pris en compte, assortis d'au moins une clause contractuelle associée aux critères. Les critères sociaux éventuellement utilisés pour juger et classer les offres ne sont considérés que dans la mesure où leur utilisation a pour conséquence d'entraîner l'inscription d'au moins une clause dans le contrat.

L'université de Bourgogne mettra également en place des marchés réservés aux entreprises adaptées, lorsque que les caractéristiques du marché le permettent et ce quelle que soit la valeur du marché public considéré.

5.3 Intégrer les innovations technologiques

L'université de Bourgogne, en tant qu'acteur majeur de l'innovation, prend en compte ce critère dans le cadre des actions achat qu'elle initie. Son engagement pour la stimulation de l'innovation, aussi bien locale qu'internationale, se traduit notamment par l'inscription et la valorisation de cette démarche dans les marchés publics qu'elle contracte et ce quelle que soit la valeur du marché considéré.

Dans cette mesure, l'Université de Bourgogne créera les conditions favorables à l'émergence de solutions innovantes, ouvrira systématiquement les consultations aux solutions innovantes, mettra la procédure au service de l'innovation, et accompagnera l'effort des opérateurs économiques innovants.

Le service achats marchés (SAM) s'appuiera sur les bonnes pratiques édictées par les Ministères économiques et financiers sur le sujet.

Annexe 1 : Guide des bonnes pratiques en matière d'achat public

LE CREUSOT - AUXERRE - NEVERS - DIJON - MÂCON - CHALON-SUR-SAÔNE




université de Bourgogne

Guide des bonnes pratiques en matière d'achat public



Toute dépense est considérée comme un marché public dès le premier euro, quel que soit la nature de l'achat (fournitures, services ou travaux). La démarche de mise en concurrence est donc toujours souhaitable.

L'Université passe un certain nombre de marchés dans différents domaines. La liste de ces marchés est disponible sur intranet dans la rubrique ressource/comptabilité-finance/ marchés/ tableaux des marchés transversaux ou auprès du service achats-marchés.

 Lorsqu'un marché est passé entre l'Université et un fournisseur, il est obligatoire de commander la prestation ou la fourniture auprès du titulaire du marché, sauf si celui-ci peut justifier par écrit être dans l'impossibilité de répondre à la demande.

Au sein de l'Université, **les seuils d'achats s'apprécient en globalisant les dépenses de même nature et / ou relevant de la même opération** (homogènes selon l'article R2331-3 du Code de la commande publique) pour l'année civile considérée.

L'acheteur ne peut se soustraire à cette obligation en scindant ses achats : interdiction de fractionnement de la dépense publique (article R2121-4 du code de la Commande publique).

On comprend dès lors l'intérêt d'anticiper autant que possible les prévisions d'achat et de faire remonter les besoins prévisionnels auprès du responsable financier de la composante en début d'année.

Le seuil à retenir est celui de **25 000 € HT**. A partir de ce montant il y a obligation de passer par une procédure de marché public pour réaliser votre achat.
La mise ne concurrence est la règle générale.

Il est néanmoins rappelé qu'il est toujours conseillé de faire une mise en concurrence avant toute démarche d'achat dans un souci de bonne gestion des deniers publics même lorsque la mise en concurrence n'est pas imposée par les textes réglementaires.

 **Procédures applicables à vos achats en fonction de leur nature et de leur montant :**

ACHATS DE FOURNITURES ET SERVICES		
SEUILS DE DEPENSES	PROCEDURES	Commentaires
De 1 € à 2 499€	Mise en concurrence simple	Exemple : production de 3 devis minimum en cours de validité et comparables
De 2 500 € HT à 24 999 € HT	Demande d'Achats Hors Marchés (D.A.M)	Procédure propre à l'université : pas de publicité mais production de 3 devis minimum en cours de validité et comparables. « L'acheteur veille à choisir une offre pertinente, à faire une bonne utilisation des deniers publics et à ne pas contracter systématiquement avec un même opérateur lorsqu'il existe une pluralité d'offres susceptibles de répondre au besoin »
	S'il n'existe qu'un seul fournisseur possible, le porteur de projet doit le préciser, et dans ce cas uniquement il est autorisé à ne joindre qu'un seul devis. Le devis doit être accompagné d'un certificat d'exclusivité rédigé par le fournisseur.	
De 25 000 € HT à 140 000 € HT	MAPA (marché à procédure adaptée)	Rédaction d'un cahier des charges, choix de critères objectifs et non discriminants : ex : prix, délais, performances techniques ou environnementales, SAV... <u>Délai minimum de publication : 21 jours</u>
Au-delà de 140 000 € HT	AO (Appel d'Offre ouvert)	Rédaction CCTP, CCAP, règlement de la consultation. <u>Délai minimum de publication : 35 jours</u>

TRAVAUX		
SEUILS DE DEPENSES	PROCEDURES	Commentaires
De 1 € à 4 999€	Mise en concurrence simple	Production de 3 devis minimum en cours de validité et comparables
De 5 000 € HT à 24 999 € HT	Demande d'Achats Hors Marchés (D.A.M) :	Procédure propre à l'université : pas de publicité mais production de 3 devis minimum en cours de validité et comparables. « L'acheteur veille à choisir une offre pertinente, à faire une bonne utilisation des deniers publics et à ne pas contracter systématiquement avec un même opérateur lorsqu'il existe une pluralité d'offres susceptibles de répondre au besoin »
De 25 000 € HT à 5 382 000 € HT	MAPA (marché à procédure adaptée)	Rédaction d'un cahier des charges, choix de critères objectifs et non discriminants : ex : prix, délais, performances techniques ou environnementales, SAV... <u>Délai minimum de publication : 21 jours</u>
Au-delà de 5 382 000 € HT	AO (Appel d'Offre ouvert)	Rédaction CCTP, CCAP, règlement de la consultation. <u>Délai minimum de publication : 35 jours</u>
<p>Le pôle patrimoine passe de nombreux marchés bénéficiant à toutes les composantes de l'Université pour les travaux, la maintenance et la petite fourniture. La liste est disponible sur intranet dans le tableau des marchés transversaux. Renseignez-vous auprès du pôle patrimoine et/ou du service achats-marchés.</p>		

Afin de déterminer de manière certaine la procédure applicable à votre achat, il est fortement recommandé de prendre contact avec le service achats- marchés dès le début de votre projet d'achat.

Contact : service.achats@u-bourgogne.fr

Cindy ESPNOSA : 07.61.59.04.83

Justine MILLOT : 03.80.39.36.60

Grégory CUNIN : 03.80.39.55.32

Mise en place d'un marché en procédure Adaptée :

□ REDACTION DES DOCUMENTS :

- Définition du besoin par le porteur de projet : rédaction d'un descriptif technique clair, un cahier des charges qui comprend les caractéristiques techniques minimales attendues (sur papier libre) et transmission au service achats-marchés.
- Le service achats-marchés, en corrélation avec le porteur de projet, demande la rédaction d'une fiche de financement par l'antenne financière. Le pôle patrimoine fournit le bordereau de suivi des projets de travaux. Ceci afin de s'assurer que l'achat a été prévu dans le budget de la composante. Cela permet également de savoir s'il y a des financements extérieurs pour cette acquisition / ce service.
- A réception de la fiche de financement, le service achats-marchés adresse les documents de marchés à compléter aux porteurs de projet. Il appartient au service achat marché de déterminer la procédure juridique applicable en fonction des dispositions du Code de la Commande publique.
- Définition de critères de choix objectifs et non discriminants avec leur pondération permettant de départager les offres en s'appuyant sur une grille d'analyse qui comportera les notes chiffrées pondérées. Le total des critères doit aboutir à une note sur 100 (par exemple : 60% prix – 40 % qualité).
Les critères de choix peuvent être le prix, les délais, les performances techniques, la maintenance, le service après-vente et le développement durable. L'université étant engagée dans une démarche environnementale et sociétale ce dernier critère doit être privilégié lorsque c'est possible.
- Le service achats-marchés rédige la partie administrative et juridique du marché à savoir : le Cahier des Charges Administratives Particulières, l'Acte d'Engagement, le Règlement de la Consultation. Le service achats-marchés fixe notamment la date limite de remise des offres conformément à la réglementation.

□ PUBLICATION DU MARCHÉ :

- Le marché est ensuite publié sur les plateformes dématérialisées prévues à cet effet. Le délai minimum de réponse pour les candidats est de 21 jours.

□ ANALYSE DES OFFRES :

- Les offres des candidats sont réceptionnées par le service achats-marchés. Après étude de la conformité des candidatures, les offres sont transmises aux porteurs de projet pour l'analyse technique.

□ NOTIFICATION AUX CANDIDATS NON RETENUS :

- Une fois le choix du fournisseur effectué via le rapport d'analyse des offres, le service achats-marchés informe les candidats non retenus du rejet de l'offre.

□ NOTIFICATION AU FOURNISSEUR RETENU :

- Dans le même temps, le marché est signé par le Président et le fournisseur est informé du choix de l'Université.

□ REALISATION DU BON COMMANDE PAR L'ANTENNE FINANCIERE :

- Le marché est créé dans SIFAC par le service achats-marchés qui en informe le porteur de projet et l'antenne financière. La commande peut être passée par le gestionnaire financier.
- L'information est également donnée à l'agence comptable par le service achats-marchés.

Mise en place d'un marché en procédure Formalisée :

□ REDACTION DES DOCUMENTS :

- Définition du besoin par le porteur de projet : rédaction d'un descriptif technique clair, un cahier des charges qui comprend les caractéristiques techniques minimales attendues (sur papier libre) et transmission au service achats-marchés.
- Le service achats-marchés, en corrélation avec le porteur de projet, demande la rédaction d'une fiche de financement par l'antenne financière. Le pôle patrimoine fournit le bordereau de suivi des projets de travaux. Ceci afin de s'assurer que l'achat a été prévu dans le budget de la composante. Cela permet également de savoir s'il y a des financements extérieurs pour cette acquisition / ce service.
- A réception de la fiche de financement, le service achats-marchés adresse les documents de marchés à compléter aux porteurs de projet. Il appartient au service achat marché de déterminer la procédure juridique applicable en fonction des dispositions du Code de la Commande publique.
- Définition de critères de choix objectifs et non discriminants avec leur pondération permettant de départager les offres en s'appuyant sur une grille d'analyse qui comportera les notes chiffrées pondérées. Le total des critères doit aboutir à une note sur 100 (par exemple : 60% prix – 40 % qualité).
- Les critères de choix peuvent être le prix, les délais, les performances techniques, la maintenance, le service après-vente et le développement durable. L'université étant engagée dans une démarche environnementale et sociétale ce dernier critère doit être privilégié lorsque c'est possible.
- Le service achats-marchés rédige la partie administrative et juridique du marché à savoir : le Cahier des Charges Administratives Particulières, l'Acte d'Engagement, le Règlement de la Consultation. Le service achats-marchés fixe notamment la date limite de remise des offres conformément à la réglementation.

□ PUBLICATION DU MARCHÉ :

- Le marché est ensuite publié sur les plateformes dématérialisées prévues à cet effet. Le délai minimum de réponse pour les candidats est de 35 jours.

□ ANALYSE DES OFFRES :

- Les offres des candidats sont réceptionnées par le service achats-marchés. Après étude de la conformité des candidatures, les offres sont transmises aux porteurs de projet pour l'analyse technique.

□ COMMISSION D'APPELS D'OFFRES :

- Lorsque le rapport d'analyse est finalisé, le dossier est présenté à la commission d'appels d'offres (CAO) de l'Université qui entérine le choix du fournisseur (cette commission est composée de 3 représentants élus au CA et d'un représentant de Monsieur le Président).

□ NOTIFICATION AUX CANDIDATS NON RETENUS :

- Une fois le choix du fournisseur effectué via le rapport d'analyse des offres et le procès-verbal de la CAO, le service achats-marchés informe les candidats non retenus du rejet de l'offre.

□ NOTIFICATION AU FOURNISSEUR RETENU :

- Le marché est signé par le Président. La notification du marché au titulaire a lieu après le respect d'un délai de 11 jours à compter de la réception des accusés de réception de rejets. Les 11 jours correspondent au délai pendant lequel un recours précontractuel en annulation est possible par les candidats évincés.

□ REALISATION DU BON COMMANDE PAR L'ANTENNE FINANCIERE :

- Le marché est créé dans SIFAC par le service achats-marchés qui en informe le porteur de projet et l'antenne financière. La commande peut être passée par le gestionnaire financier.
- L'information est également donnée à l'agence comptable par le service achats-marchés.

Ce qu'il ne faut pas faire dans la préparation d'un marché :

- « Fermer » son expression du besoin en appuyant sa description sur les caractéristiques d'un appareil identifié,
- Citer une marque ou une référence,
- Choisir des critères flous ou subjectifs (toute note attribuée doit pouvoir être justifiée),
- Scinder en plusieurs morceaux l'acquisition d'un matériel ou d'un service car le seuil s'apprécie sur le coût total de l'opération et des opérations de même nature,
- Orienter l'analyse des offres en faveur d'un candidat en perdant toute notion d'objectivité dans l'analyse,

- D'une manière plus générale, tout ce qui est contraire à la transparence des procédures et à l'égalité de traitement des candidats.

Annexe 2 : demande de dérogation



Formulaire de demande de dérogation marchés

A compléter et envoyer au service achats-marchés accompagné des justificatifs

UFR concernée :		
Intitulé du Laboratoire ou service		☎ : Mail :
Nom du responsable de laboratoire/service / département		☎ : Mail
Nom du gestionnaire financier		☎ : Mail :

Motif de la dérogation :

Nom du prestataire retenu et proposition tarifaire :

.....
.....
.....

Nom et signature du porteur de projet, prescripteur de l'achat ► Cliquez ici pour taper du texte.

Nom et signature de l'ordonnateur secondaire ou délégué ► Cliquez ici pour taper du texte.

Décision du représentant du pouvoir adjudicateur

Favorable à l'octroi de la dérogation

Défavorable à l'octroi de la dérogation

Le Directeur Général des Services

Alain HELLEU

Annexe 3 : formulaire de demande d'achats hors marchés

DEMANDE D'ACHAT HORS MARCHES

Pour toute demande d'achat hors marchés supérieure à **2 500 € HT (fournitures et services) ou 5 000€ HT (travaux)**, vous devez remplir le formulaire suivant accompagné d'au moins 3 devis en cours de validité, comparables et comportant le même objet.



L'ensemble des acquisitions ou services nécessaires à la satisfaction de votre demande doit faire l'objet d'un seul dossier (le fractionnement des dépenses n'est pas autorisé).

En cas d'achat « hors marché » d'un matériel pour lequel il existe déjà un marché, vous devez remplir une demande de dérogation justifiant votre démarche. Elle sera soumise à l'accord de l'ordonnateur principal

UFR concernée :		
Intitulé du Laboratoire ou service		☎ : Mail :
Nom du responsable de laboratoire/service / département		☎ : Mail :
Nom du gestionnaire financier		☎ : Mail :
Nom du responsable du dossier		☎ : Mail :

A- Définition du besoin :

B- Montant estimatif et crédits utilisés pour le financement :

- N° et intitulé de la convention :
- Type de financement :
- Code nacre correspondant à votre achat :

- MONTANT HT DE LA DEPENSE :

C- Nom du fournisseur retenu :

Choix motivé d'un fournisseur :

Si vous ne souhaitez pas retenir le fournisseur le moins disant, bien préciser les avantages de l'offre retenue.

Choix du moins disant :

Détails des documents joints :

Devis :
Devis :
Devis :

Nom et signature du porteur de projet, prescripteur de l'achat :

Nom et signature du gestionnaire financier :

Nom et signature de l'ordonnateur secondaire ou délégué :

Annexe 4 : fiche de financement



SERVICE DES ACHATS

Maison de l'Université

Mail : service.achats@u-bourgogne.fr

FICHE PREALABLE A TOUT DOSSIER : A COMPLETER INTEGRALEMENT AVEC L'ANTENNE FINANCIERE DE LA COMPOSANTE PUIS A RENVOYER PAR MAIL AU SERVICE ACHATS

Composante concernée	UB :			
	CF :			
	eOTP crée :			
	Demande de création d'eotp en date du :			
	Date limite de justification de l'utilisation des crédits :			
	Gestionnaire financier(ère) :			
Chef de projet	Nom :			
	Mail :			
	Téléphone :			
Descriptif de l'achat	Intitulé du matériel ou service			
	Référence Nomenclature NACRES :			
Montant HT estimatif de l'opération	Montant principal			
	Délai de livraison moyen sur ce secteur (ou proposé dans le devis initial) :			
	Options :			
	Garantie souhaitée	1 an <input type="checkbox"/>	Plus : 2 ans.....	
	Maintenance	Incluse <input type="checkbox"/>	Contrat additionnel <input type="checkbox"/>	
Le montant a été estimé par référence à :	Un catalogue <input type="checkbox"/>			
	Un devis estimatif <input type="checkbox"/> n° en date du			
Inscription au budget	Au budget initial		<input type="checkbox"/>	
	Par	Prévue le	<input type="checkbox"/>	
	Financement FEDER oui <input type="checkbox"/> non <input type="checkbox"/>		Si oui référence :	
	Financement REGION oui <input type="checkbox"/> non <input type="checkbox"/>			
			N° de compte	Montants inscrits
	Recettes :			
	Dépenses :			
	En investissement (achat matériel et accessoires)			
	En fonctionnement (en cas de contrat de maintenance inclus dans le marché...)			

Le chef de projet

Date, nom et signature

Visa services financiers de la composante ;

Date, nom et signature