

public à la concurrence ou dans le règlement de consultation, demander que les entreprises qui se portent candidates, soient en mesure de justifier qu'elles ont une organisation basée sur un système qualité répondant aux exigences d'une des normes de la série NF-EN-ISO 9001, 9002 ou 9003, la norme ainsi citée devant être en adéquation avec le niveau de la qualité du produit, mais cette exigence doit demeurer exceptionnelle.

A partir de ce principe de base, lié à la justification des capacités techniques prévue à l'article 38, alinéa 5 du Code des marchés publics, ceux-ci ont deux moyens à leur disposition :

- proposer un certificat attribué par un organisme certificateur ;
- justifier de l'existence d'un manuel qualité et de procédures qui peuvent être éventuellement vérifiés par l'acheteur ou son représentant.

A ce stade, il n'est donc pas envisageable d'imposer aux candidats d'être en possession d'une certification de système qualité, exigence qui remettrait en cause le principe d'égalité d'accès des entreprises à la commande publique.

Dans la phase d'examen des offres, l'analyse menée à partir de l'ensemble des critères cités dans le règlement de la consultation permet, normalement, d'identifier objectivement l'une d'entre elles comme étant la meilleure ; le fait que l'entreprise correspondante soit ou non certifiée n'intervient pas dans cette décision.

La certification de système qualité, définie comme critère de choix, assure à l'acheteur public que le système est vérifié régulièrement par l'organisme certificateur. Elle donne aux produits fabriqués ou aux services rendus par l'entreprise, une présomption de qualité régulière durant toute la durée du marché.

2.1.1.3. Définir les documents justifiant le respect des exigences spécifiées

L'acheteur ne doit pas oublier de préciser dans l'appel d'offres la nature du document qui justifie que les produits sont conformes aux exigences spécifiées (certificat de conformité, procès-verbal...).

2.1.2. Critères de choix

Enfin, il faut établir un lien entre la démarche qualité et le coût du produit. Le prix doit impérativement intégrer le coût global en tenant compte des exigences particulières éventuellement formulées (délais, zéro défaut, stockage, routage...).

L'engagement sur le coût doit être intégré dans le règlement de l'appel d'offres.

2.2. Classification et définition des produits imprimés

Les documents constitutifs des marchés doivent décrire le plus précisément possible les besoins de l'acheteur public en produits imprimés.

Cela suppose que l'acheteur identifie clairement ses besoins et se livre à une analyse détaillée au regard des différentes prestations qui concourent à leur réalisation, tant au niveau des fabrications, qu'à celui des conditions de diffusion.

La présente fiche propose dans une première partie une classification des produits imprimés en six grandes catégories.

Elle indique ensuite quelles sont les prestations à demander ainsi que les précisions communes aux six catégories devant être apportées aux fournisseurs.

Elle dit enfin quels sont les produits entrant dans chaque catégorie et, éventuellement, quelles sont les prestations spécifiques à chacune d'elles.

La définition des mots ou expressions écrits en italique figure dans un glossaire joint en fin de fiche.

2.2.1. Classification

Les produits imprimés peuvent être classés en six grandes catégories définies ci-après au point 2.4 :

- les formules ;
- les liasses à plat ;
- les brochures ;
- les produits en continu ;
- les enveloppes ;
- les produits et travaux particuliers.

2.2.2. Définition

2.2.2.1. Utilisation

Il est important de préciser, dans un premier temps, l'utilisation qui sera faite du produit après son impression.

Ainsi, le choix du support d'impression sera déterminé par l'utilisation de l'imprimé. La qualité de ce support devra être différente selon qu'il sera :

- utilisé en manuscrit (remplissage à la main) ;
- exploité sur une imprimante (laser, jet d'encre, à impact) ;
- traité mécaniquement (personnalisation, mise sous pli automatique) ;
- repiqué (impression complémentaire et différée sur un fond préalablement imprimé).

2.2.2.2. Format fini et présentation

Le format fini, c'est-à-dire après façonnage, ainsi que la présentation générale du document imprimé doivent être spécifiés.

Ce format est généralement exprimé selon l'une des deux manières suivantes :

- soit en dimensions métriques (centimètres) ;

exemple : 21 cm x 29,7 cm correspond au format A4 (présentation en portrait ou à la française) ;

- soit en dimensions mixtes (centimètres et pouces). Cette présentation s'applique généralement au papier présenté en continu, exemple : 38 cm x 12" (12 pouces, l'équivalent métrique est de 2,54 cm l'unité).

2.3. Prestations demandées

La fabrication d'un produit imprimé donne lieu, le plus souvent, à la mise en œuvre de la succession des prestations suivantes :

- pré-presse ;
- fabrication ;
- routage et livraison ;
- stockage pour le compte de l'acheteur ;
- prestations particulières.

2.3.1. Pré-presse

Le pré-presse est l'ensemble des opérations qui précède l'impression d'un document, allant de sa création jusqu'à la préparation de la forme imprimante.