

INTRODUCTION

BUT DU GUIDE

Le guide s'efforce de répondre à quatre questions : Quel produit acheter ? Comment acheter ? Où acheter ? Comment vérifier la conformité de la fourniture ?

Le guide est destiné à tous les acheteurs publics de produits papetiers et d'imprimés, quelle que soit l'importance de leurs achats. Il doit être clair et d'un maniement facile : c'est la raison pour laquelle nous avons renvoyé en annexe un lexique des termes technique employés, la classification des papiers et cartons et les conditions générales de vente des fabricants, certes indispensables, mais dont la présence aurait alourdi le texte. De la même façon, nous nous sommes contentés de donner les références des textes législatifs ou réglementaires et de la plupart des normes, sans les reproduire dans le guide. En ce qui concerne les adresses des services et groupements locaux du secteur public, utiles à connaître, elles ont été par ailleurs regroupées dans la revue *Marchés publics de la Commission centrale des marchés* (Ed. du Moniteur).

CHOIX D'UN ARTICLE POUR UN BESOIN DONNÉ

Il convient de bien faire préciser par l'utilisateur les qualités qu'il exige et l'usage qu'il fera du produit. On remarquera rapidement que les exigences peuvent être parfois contradictoires, que certaines demandes ne sont pas indispensables étant donné l'usage prévu. Il ne faudra donc retenir comme charges que les qualités cohérentes entre elles et strictement nécessaires à l'usage qui en sera fait. D'une façon générale, il semble donc préférable de ne pas rechercher un papier d'une composition déterminée (ce qui est le problème de l'industriel) et de s'en tenir au produit répondant aux stricts besoins de l'utilisateur.

Le premier travail consistera à caractériser le produit recherché. On se référera aux normes et au Cahier des clauses techniques générales. Il sera utile également de consulter les lexiques papetiers pour utiliser les termes techniques adéquats, les noms usuels des papiers et articles transformés. On sera aidé, aussi, par une collection de documentations commerciales et publicitaires, par des carnets d'échantillons. On peut avoir recours à des conseils extérieurs : de la part d'organismes d'achats publics expérimentés, d'organismes techniques et de laboratoires de contrôle.

PROCÉDURE D'ACHAT

Il y a lieu de consulter la documentation administrative générale :

- code des marchés publics (ou documents équivalents dans le cas des établissements publics, industriels et commerciaux) ;
- formulaire établis par la Direction des affaires juridiques (D.A.J) du ministère de l'économie, des finances et de l'industrie.
- les formulaires pour les consultations collectives sont incorporés dans les recueils ci-dessus.

L'acheteur public a d'autre part intérêt à se rapprocher des organismes publics compétents en ce qui concerne, les formalités de passation des marchés (p. 74), et la qualité des produits (p. 78).

FOURNISSEURS

L'acheteur public doit disposer d'une liste aussi complète que possible des fournisseurs potentiels d'un article déterminé. Pour cela, il se constituera un fichier avec l'aide des organisations professionnelles et réunira une documentation commerciale

lui permettant de savoir par quels fournisseurs est diffusé tel ou tel article. L'acheteur public, qu'il s'agisse d'un marché ou d'une commande, a intérêt à mettre le plus grand nombre possible de fournisseurs en concurrence.

Les fournisseurs qui ont répondu à un éventuel appel de candidatures et dont la candidature paraît intéressante, ainsi que les fournisseurs habituellement consultés peuvent recevoir un dossier complet de consultation. Nous reviendrons plus loin sur les problèmes de prix, la rédaction des appels d'offres, les avantages ou inconvénients des achats centralisés ou décentralisés.

CONTRÔLE DES FOURNITURES

Les contrôles quantitatifs et qualitatifs à la réception sont indispensables, nous reviendrons sur ce point. Pour les produits papetiers et les imprimés, les acheteurs publics peuvent faire eux-mêmes les contrôles quantitatifs, éventuellement par sondage, quand les quantités en jeu le justifient. Par contre, les choix qualitatifs sont plus difficiles. Le premier contrôle qualitatif se fait à partir d'un échantillon demandé au vendeur à l'appui de sa proposition.

Un contrôle objectif, se fonde sur des essais sur machines et peut même nécessiter le recours à des laboratoires équipés. Peu rapide voire onéreux, il ne doit donc être exigé qu'à bon escient, quand il existe des doutes sérieux sur la conformité.

ÉCONOMIE

L'acheteur public a peu d'influence sur le gaspillage éventuel des utilisateurs, et sur la récupération des papiers, mais il peut limiter le niveau de qualité au minimum exigible pour l'usage envisagé ; il en est ainsi pour le grammage, la blancheur, les états de surface. A ce point de vue, le conseil d'utilisateurs publics expérimentés peut être extrêmement utile. Il en est de même pour les formats qui ne sont souvent maintenus que par habitude. L'acheteur peut aussi intervenir auprès de l'utilisateur pour obtenir l'impression recto-verso, laquelle peut entraîner l'adoption d'un papier plus épais, de meilleure opacité, mais être néanmoins génératrice d'économie. S'il n'a pas d'influence directe sur la récupération, l'acheteur peut prévoir les possibilités de recyclage en évitant les articles composites papier-plastique.

COMPOSITION DU GUIDE

Il nous a paru que l'acheteur public devait avoir quelques connaissances techniques sur le produit qu'il achète, de façon à comprendre les répercussions au niveau de la fabrication, des contraintes qu'il impose, à mesurer les conséquences de certaines exigences et, d'une façon générale, à faciliter ses rapports avec les fournisseurs. Il n'est évidemment pas question de faire un cours de technologie papetière, ni de remplacer d'excellents livres de vulgarisation, mais de donner un minimum d'informations sélectionnées en fonction des besoins de l'acheteur. De la même façon, il est utile pour l'acheteur public de connaître sommairement l'économie de l'industrie productrice et le poids que représentent les achats publics sur le marché. Ces notions, technico-économiques générales, font l'objet de la première partie du guide.

La seconde partie aide à procéder à une bonne définition des besoins en produits imprimés.

La troisième partie décrit simplement et brièvement le mécanisme de la passation des marchés publics.

En annexe, nous avons placé le lexique des termes papetiers usuels, la classification des papiers et cartons et les conditions générales de vente des fabricants.