

Mobilier de bureau

Fiche du Baromètre des Achats
des Organismes de Sécurité
Sociale



Table des matières

I. Sourcing :	2
1. Connaissance du marché	2
2. Les Benchmarks	10
3. Les Achats responsables	12
4. L'innovation sur le marché	15
II. Définition du besoin et de la stratégie Achat :	17
1. Collecte et analyse d'informations	17
2. Questionnement du besoin	18
3. Expression du besoin	19
4. Définition du budget et de l'objectif d'économie d'achat	20
5. Définition de l'allotissement le plus adapté	20
III. Préparation de la consultation - DCE :	23
1. Le Règlement de la Consultation	23
2. Le CCTP	26
3. Le CCAP	29
4. Bordereau de prix	30
5. Les annexes	30
IV. Gestion de la procédure :	31
1. Suivi de la consultation	31
2. Analyse des candidatures et des offres	31
3. Négociation (selon la procédure) et sélection des fournisseurs	33
V. Suivi de l'exécution du marché :	35
VI. Boite à outils	36
1. Lexique	36
2. Liens & contacts	36

Objectif de la Fiche :

L'objectif de cette fiche est de mettre à disposition des acheteurs de la Sécurité Sociale les éléments clés leur permettant d'optimiser la gestion de cette catégorie d'achat. Afin d'être en phase avec la réalité opérationnelle, cette fiche est organisée selon les grandes étapes du processus achat.

I. Sourcing :

1. Connaissance du marché

1.1 Définition de l'activité : mobilier de bureau

L'industrie du meuble peut être segmentée en deux grands secteurs distincts :

Secteur du mobilier Domestique :	Secteur du mobilier Professionnel :
 90% des entreprises de la branche	 10% des entreprises de la branche
 2/3 du CA global	 1/3 du CA global
 Particuliers	 Entreprises, collectivités, commerces...
<i>Typologie: mobilier de cuisine, salle de bain, salon, séjour et chambre à coucher en bois ou autres matériaux</i>	<i>Typologie: mobilier de bureau (tables, sièges, bureaux, caissons,...), meubles de restauration, d'hébergement, présentoirs, rayonnages,...</i>

Le mobilier de bureau est un sous ensemble du secteur du mobilier professionnel, qui représente à lui seul 60% de ce marché.

Les acteurs du secteur du mobilier de bureau sont de nature différente. En effet, l'achat du mobilier de bureau peut se faire auprès de :

- Fabricants de meubles (29% du marché)
- Négociants/ revendeurs (42% du marché)
- Réseaux de grande distribution* (29% du marché) :
 - Grande distribution professionnelle : Vépécistes, réseaux de commerciaux et super stores (Type : Bureau Vallée, Ipsopresto, Manutan, Office Dépôt,..)
 - Enseignes d'ameublement domestique : ceux ayant élargi leur offre de base aux professionnels

* Les distributions professionnelle et domestique ont été regroupées

Source : Xerfi, Données l'Ameublement Français 2015

Au sens de la nomenclature CPV, le code concerné est le suivant :

Périmètre : Mobilier

Code CPV principal : 39100000-3

Il existe plusieurs sous-catégories CPV pour le mobilier de bureau. Ci-dessous quelques exemples de sous-catégories :

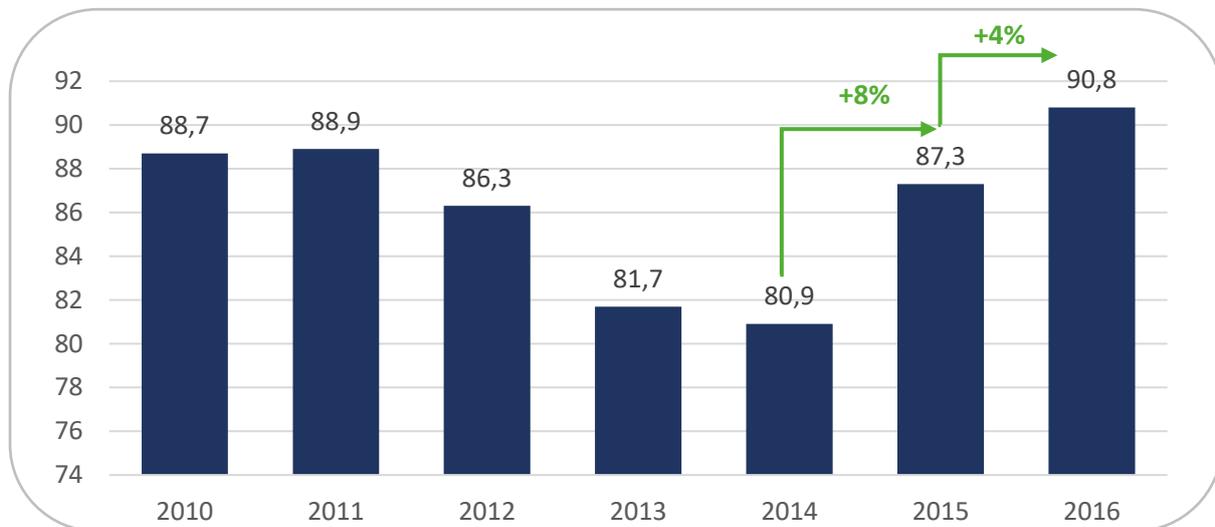
Code CPV	Périmètre
39110000-6	Sièges, chaises et articles assimilés, et pièces connexes
39111000-3	Sièges
39111100-4	Sièges pivotants
39112000-0	Chaises
39113000-7	Sièges et chaises divers
39113100-8	Fauteuils
39113200-9	Canapés
39113300-0	Banquettes
39113600-3	Bancs
39120000-9	Tables, armoires, bureaux et bibliothèques
39121000-6	Bureaux et tables
39121100-7	Bureaux
39121200-8	Tables
39122000-3	Armoires et bibliothèques
39122100-4	Armoires
39122200-5	Bibliothèques
39130000-2	Mobilier de bureau
39131000-9	Rayonnages de bureau
39131100-0	Rayonnages d'archives
39132100-7	Armoires de classement
39135000-7	Tables de tri
39136000-4	Porte-manteaux

1.2 Panorama général

Le secteur du mobilier de bureau représente en France plus d' 1 Milliard d'euros de chiffre d'affaires. Après plusieurs années de ralentissement, le marché retrouve enfin sa vigueur d'avant crise de 2008-2009 avec une croissance de 8% en 2015 puis 4% en 2016. Une croissance, notamment portée par la reprise des investissements dans le privé (+ 20%), le public (+ 10%) et les TPE (+4%).

Source : L'Ameublement Français, Données 2016

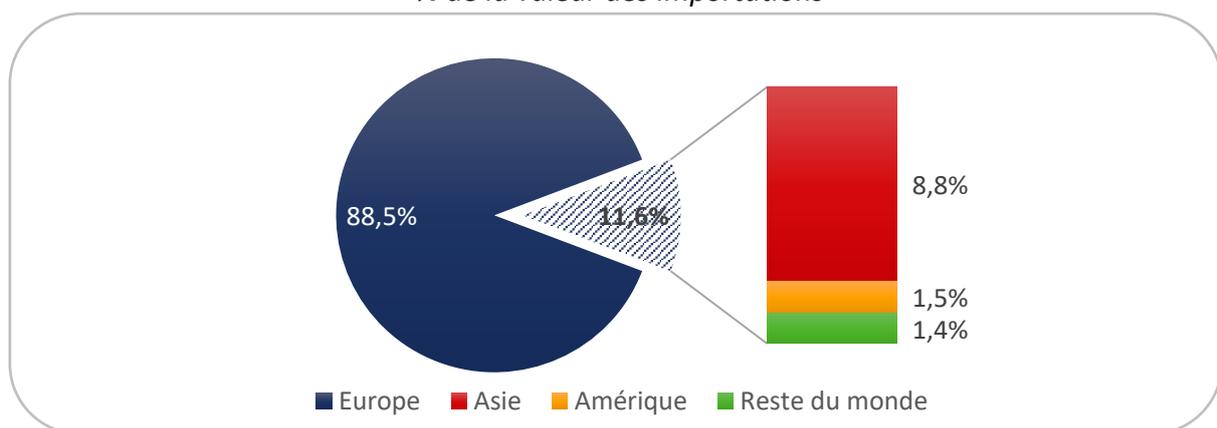
Marché français du mobilier de bureau (en valeur)
 Unité : indice de valeur base 100 en 2007



Source Xerfi : Etude de l'Ameublement Français

Dominé par des acteurs d'envergure internationale, le marché se caractérise néanmoins par un nombre important d'acteurs. Cette intensité concurrentielle favorise les importations qui représentent 20% du marché français du mobilier de bureau. Ces importations proviennent majoritairement d'Europe. Afin de pénétrer le marché français, les acteurs européens adoptent, en effet, la même stratégie de positionnement produit (moyen à haut de gamme) que les fabricants de meubles français.

Origines des importations de meubles de bureau par zone géographique
 % de la valeur des importations

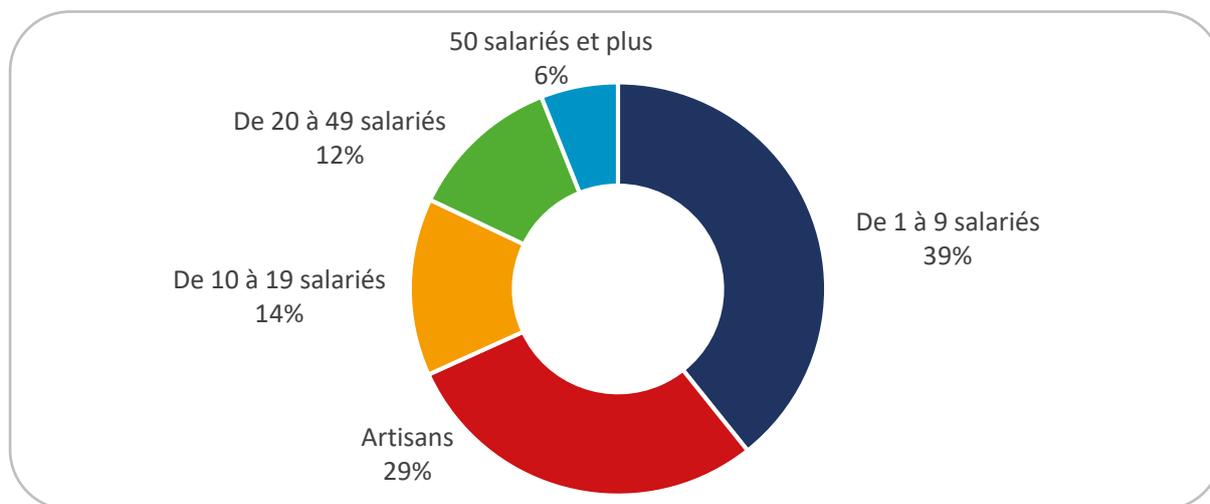


Source : Données Douanes

Malgré cette concurrence directe, les fabricants de l'Hexagone ont réussi à conforter leur positionnement dans les segments moyen à haut de gamme en utilisant le « Made in France » comme gage de qualité et d'innovation.

Le marché se compose de plus de 600 entreprises référencées allant des TPE aux grands groupes. Le secteur est encore largement artisanal avec environ 70% de TPE et d'artisans.

Répartition des entreprises du secteur par taille



Source : INSEE, Données 2015

Le positionnement sur le marché des petites et grandes structures n'est pas identique. Les artisans et TPE interviennent principalement dans des segments particuliers, parfois de niche, comme la production en petite série, du sur mesure ou du haut de gamme. Les filiales des grands groupes internationaux quant à elles, sont beaucoup moins nombreuses, proposent de larges gammes en grande série et captent la majeure partie de l'activité en valeur.

1.3 Les principaux acteurs

Malgré le nombre élevé d'acteurs, les revenus générés par le marché restent très concentrés. En effet, les 10 premiers leaders du marché totalisent à eux seuls plus de 70% du chiffre d'affaires du secteur. Ces acteurs sont tous des fabricants de mobilier de bureau, dont certains spécialisés dans les sièges comme le montre le tableau ci-dessous.

Les plus grands acteurs du marché du mobilier de bureau en France

Groupe	Pays d'origine	Présence industrielle  en France	Filiales françaises de production	Spécialité
Steelcase	Etats-Unis	Oui	Steelcase	Mobilier de bureau
Majencia	France	Oui	Majencia, Macé, Addform	Mobilier de bureau
Sokoia	France	Oui	Sokoia, Eurosit	Sièges
Haworth	Etats-Unis	Oui	Haworth	Mobilier de bureau
European Office Log	France	Oui	AB Design, Lorimob, Vinco TB	Mobilier de bureau
Clen	France	Oui	Clen	Mobilier de bureau
Kinnarps	Suède	Non	-	Mobilier de bureau
Buronomic	France	Oui	Buronomic	Mobilier de bureau
Nowy Styl	Pologne	Non	-	Sièges
Vitra	Suisse	Non	-	Mobilier de bureau

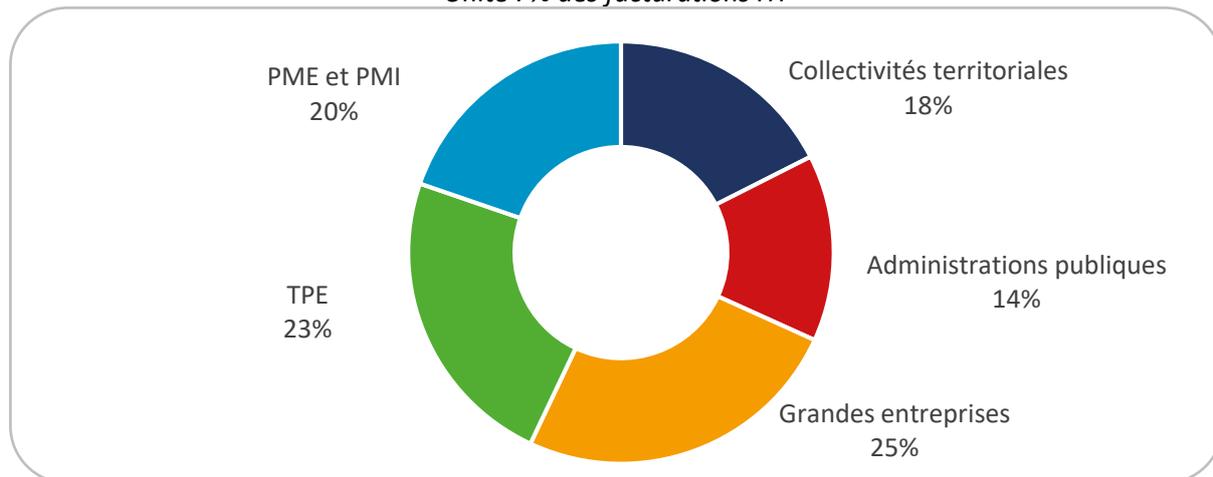
Source : Facilities, Données l'Ameublement Français

La plupart des acteurs du marché du mobilier de bureau se sont diversifiés en élargissant leur offre. Les grands acteurs notamment proposent en plus de la vente de mobilier, des prestations d'agencement et de pose de meubles. Cette offre de service représente en 2015 17,7% du chiffre d'affaires des entreprises du secteur, toutes tailles confondues.

Les marchés publics représentent en moyenne 30% du chiffre d'affaires du secteur. C'est donc l'un des plus gros consommateurs de mobilier de bureau en France.

Ventilation de la facturation de mobilier de bureau par type de client

Unité : % des facturations HT



Source : données Profideo / Ameublement Français 2013

Le besoin des structures publiques ou privées est fortement corrélé à leur taille. En effet, les grandes structures ont tendance à rechercher des prestations globales qui incluent la fourniture de mobilier de bureau accompagnée de services d'aménagement des espaces. Les petites structures, compte tenu des besoins ponctuels liés au développement de leur activité, sont moins enclines à rechercher les prestations d'aménagement d'espace.

Au vu des nombreux acteurs sur le marché, et à leur typologie (fabricants de meubles, négociants / revendeurs ou grande distribution) l'acheteur doit bien définir son besoin afin de cibler le bon acteur.

Cibler le type d'acteur en fonction de son besoin

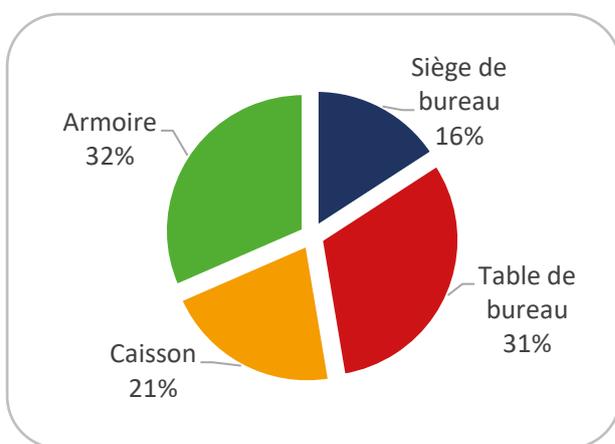
Fabricant	Négociant / revendeur	Grande distribution
<ul style="list-style-type: none"> •Volumes importants •Gammes / marques uniformes : garantie de continuité de fabrication •Offre globale incluant les services associés 	<ul style="list-style-type: none"> •Faibles volumes •Gammes/ marques diverses : aucune garantie de continuité de fabrication •Interlocuteur unique 	<ul style="list-style-type: none"> •Besoin ponctuel •Gammes/ marques diverses : aucune garantie de continuité de fabrication

Vous pouvez utiliser dans le cadre du sourcing les sites internet : verif.com ou societe.com, afin de rechercher les entreprises qui opèrent dans le secteur du mobilier de bureau. Il suffit d'intégrer dans l'outil de recherche l'un des codes NAF suivants :

- 4759A : « Commerce de détail de meubles »
- 3101Z : « Fabrication de meubles de bureau et de magasin »
- 4666Z : « Commerce de gros d'autres machines et équipements de bureau »
- 4665Z : « Commerce de gros de mobilier de bureau »

1.4 La structure de coût

Ventilation du coût d'acquisition d'un poste de travail d'entrée de gamme par élément



	Prix du poste de travail TTC	%
Siège de bureau	180 €	16%
Table de bureau	360 €	32%
Caisson	240 €	21%
Armoire	360 €	32%
TOTAL	1140 €	100%

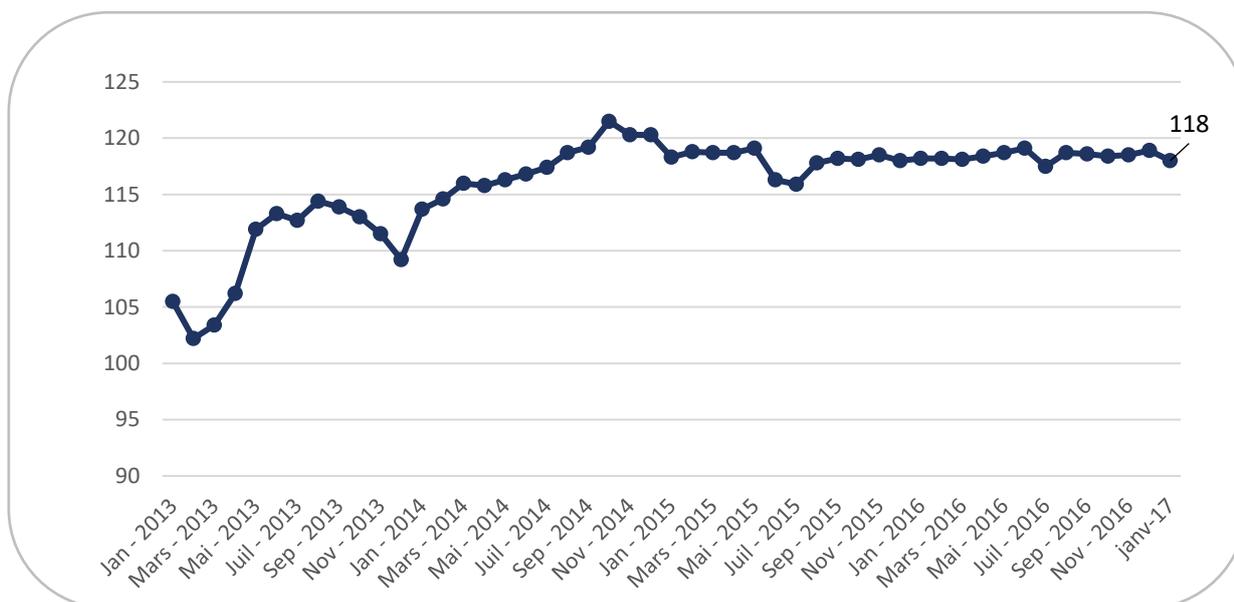
Source : Analyse BravoSolution 2017

1.5 Les indicateurs :

Afin de suivre l'évolution des coûts du mobilier de bureau, il existe un indice principal, celui du prix de production de l'industrie française pour le marché français du mobilier de bureau.

La formule de révision de prix proposée ne concerne que l'achat de mobilier hors services : livraison, montage, aménagement d'espace... Pour tenir compte de l'évolution des services associés, les indices tels que FSD (frais de service divers) et ICHT (coût horaire du travail) peuvent être rajoutés à la formule.

L'indice de prix de production de l'industrie française pour le marché français - Prix de marché - CPF 31.01 - Mobilier de bureau - Base 2010 - (FM0D310101)



Source : INSEE

Cet indicateur peut être utilisé dans la formule de révision de prix suivante :

$$P = P0 \left(0,15 + 0,85 \left(\frac{I}{I0} \right) \right)$$

Formule donnée à titre d'exemple

P = prix révisé

P0 = prix d'origine

I = Valeur de l'index de référence prise au mois de la réalisation de la prestation

I0 = Valeur de l'index de référence prise au mois de l'établissement des prix

1.6 Les caractéristiques des mobiliers de bureau :

➤ Typologies des produits

Le mobilier de bureau englobe l'ensemble du mobilier qui compose l'espace de travail, à savoir :



Poste de travail

- Bureaux : droits, individuels compacts, en îlot, modulables ou de direction
- Fauteuils, sièges et chaises
- Caissons de rangement de bureau
- Élément de séparation
- Armoire



Espaces collaboratifs et informels de travail

- Tables : rectangulaires, ovales, rondes, de conférence ou pliantes
- Fauteuils, sièges et chaises



Mobilier de rangement et de classement

- Armoires, meubles à tiroirs, étagères et rayonnages
- Rayonnages pour archivage fixes ou mobiles



Lieux d'accueil*

- Banque d'accueil (incluant le fauteuil si besoin)
- Sièges, chauffeuses et canapés
- Tables basses



Locaux destinés au personnel

- Mobilier dédié à l'espace de détente, la cantine, les vestiaires,...

*Certains espaces d'accueil doivent répondre à la fois aux normes imposées aux ERP ainsi qu'aux politiques internes (couleurs, matières, formes,...). Ces mobiliers « non standard » pourront faire l'objet d'un marché dédié.

La fourniture de mobilier de bureau peut être accompagnée de divers services tels que : l'aménagement des locaux, le transport et le montage du mobilier, le service après-vente, la garantie et la maintenance.

➤ Cadre réglementaire

Il existe plusieurs normes et certifications qui garantissent la qualité des matériels et la sécurité des biens et des personnes.

Aménagement de bureau	- NF X 35-102 : cette norme définit les caractéristiques d'aménagement de l'espace de travail. Notamment au sujet de la surface de travail, du bruit, de l'éclairage, de l'accès au poste de travail...
------------------------------	---

La norme recommande précisément les dimensions minimales des espaces de travail à savoir 10 m² au minimum par personne. Cette norme précise aussi la largeur optimale de l'espace de circulation, qui doit être d'1,5m, ainsi que les dimensions du plan de travail.

Pour plus d'information consultez : <https://www.service-public.fr/professionnels-entreprises/vosdroits/F24505>

Normes anti feu



- La norme « NF EN 13501-1 » définit le classement européen (Euroclasse) des matériaux en fonction de leur degré d'inflammabilité : Le classement va de A1 pour les matériaux incombustibles, jusqu'à D pour les matériaux à forte réaction au feu. Ce classement est requis pour tous les produits disposant d'un marquage « CE ». Cette norme vient en remplacement du classement M défini par le règlement français de sécurité contre l'incendie.

Les matériaux classés comme incombustibles, ininflammable ou peu inflammables peuvent être labélisés « Non Feu ».

- Normes VDMA S60P / VDMA S120P : normes européennes qui identifient les meubles de type (armoires, caissons,...) capables de conserver en toute sécurité les documents en cas d'incendie.

Siège de bureau

- NF EN 1335 : Cette norme définit les dimensions et exigences de sécurité de référence pour les sièges de bureau.

Pour plus d'informations sur la réglementation en vigueur sur l'aménagement du mobilier de bureau, veuillez consulter la fiche pratique de sécurité de l'INRS.



Lien fiche pratique de sécurité de l'INRS

2. Les Benchmarks

2.1 Benchmark interne :

Désignation	Prix moyen TTC
Siège de bureau	293€
Bureau standard	332€
Caisson	241€
Armoire basse	270€
Total poste de bureau	1136€

Source : Benchmark réalisé sur la base des bordereaux de prix de 3 organismes

Nombre de marchés notifiés par titulaire au sein de la Sécurité Sociale (2013 à 2015)					
Titulaires	Taille / CA	Nombre de marchés	Titulaires	Taille / CA	Nombre de marchés
MAJENCIA	GE (113M€)	49	EQUIP BURO	TPE (1,1M€)	5
STEELCASE	GE (325M€)	44	OUEST BUREAU	PME (14M€)	5
A4	TPE (0,5M€)	16	YVES OLLIVIER	PME (5M€)	4
BUREAU CONCEPT	TPE (4,4M€)	10	BURODIFF	TPE (0,6M€)	4
KINNARPS	PME (26 M€)	9	SIGNATURE	TPE (1,2M€)	4
Antilles Bureau Distribution (ABD)	TPE (1,6M€)	8	PGDIS	PME (12M€)	4
SDIB	PME (3,5M€)	7	CHOUETT BUREAU	PME (3,7M€)	4
ATRIUM SA	PME (5M€)	7	LA BUREAUTHEQUE	TPE (2,8M€)	3
UGAP	Centrale	6	BUROMAT	PME (6M€)	3
EUROSIT SA	PME (30M€)	6	BLANCHET D'HUISMES	PME (12M€)	3

*Données recensement de l'observatoire de l'achat
CA France : 2015 ou 2016

D'autres faits relevés :

- Les clauses sociales sont utilisées dans 19% des marchés de mobilier de bureau.
- La procédure la plus courante pour la passation d'un marché de mobilier de bureau est le MAPA.
- Plus de 70% des contrats de mobilier de bureau sont à bons de commande.

2.2 Benchmark externe

Le benchmark de prix a été réalisé suite aux interviews réalisées avec deux des plus gros fabricants de mobilier de bureau présents en France.

Coût moyen du mobilier de bureau	Gamme	Benchmark TTC
<i>Poste de travail : Bureau, caisson, fauteuil et armoire</i>	<i>Entrée de gamme</i>	<i>Entre 700 et 1200€</i>
<i>Poste de travail : Bureau, caisson, fauteuil et armoire</i>	<i>Moyenne gamme</i>	<i>Entre 1200 et 3000€</i>
<i>Poste de direction : Bureau, caisson, fauteuil, armoire, table de réunion</i>	<i>Haut de gamme</i>	<i>Entre 4000 et 10 000€</i>

Source interne BravoSolution & Entretien fabricants

3. Les Achats responsables

3.1 Les piliers des achats responsables :

Les achats responsables reposent sur l'intégration dans les pratiques achats des 3 piliers du Développement Durable, à savoir :

Pilier	Décision des Achats *	Exemple d'application au domaine du mobilier de bureau *
Environnemental	Prise en compte de l'impact des décisions Achats sur l'environnement	<ul style="list-style-type: none"> - Privilégier le mobilier produit dans le respect de l'environnement (Matériaux utilisés, consommation d'énergie,...) - Mobilier recyclable et/ou fabriqué avec des matériaux recyclés - Achat local : favoriser un sourcing local
	Exploiter les ressources naturelles de manière durable	<ul style="list-style-type: none"> - Programme de protection des ressources naturelles entre le fournisseur et ses sous-traitants: exploitation durable des forêts, consommation en eau,...
Social	Prise en compte des aspects sociaux	<ul style="list-style-type: none"> - Lutte contre le travail dissimulé - Insertion professionnelle - Intervention d'EA ou d'ESAT pour le montage - Utilisation de matériels respectant les normes de sécurité et de santé au travail
Economique	Prise en compte de l'impact économique des décisions Achats	<ul style="list-style-type: none"> - Vision du fournisseur comme partenaire et non plus comme sous-traitant - Délai de paiement

*Liste non exhaustive

3.2 L'allotissement dans les achats responsables :

L'allotissement est un des moyens permettant à l'acheteur public de promouvoir les achats responsables :

- En divisant le marché en lots géographiques, l'acheteur peut permettre aux entreprises locales ou de taille modérée n'ayant pas les ressources nécessaires pour gérer plusieurs sites de participer à la consultation.
- De même, il peut créer des lots par famille de mobilier, permettant ainsi aux acteurs spécialisés et non généralistes de remporter une partie du marché.
 - ⇒ Exemple : allotir le mobilier de bureau en quatre lots :
 - Bureaux, caissons et armoires

- Sièges
- Salles de réunion
- Mobilier informel

3.3 Les clauses sociales :

Des clauses sociales peuvent être mises en place par l'acheteur dans le cadre d'un contrat de mobilier de bureau. L'acheteur public indique dans la consultation que l'entreprise qui remportera le marché devra réserver un volume d'heures de travail aux personnes en difficulté d'insertion (art. 37 de l'ordonnance n°2015-899 du 23 juillet 2015).

S'inscrire dans une démarche d'insertion sociale passe soit par la recherche de fabricants engagés socialement (A) soit directement auprès des ESAT /EA en leur réservant un lot (B).

(A) Certains fabricants de meubles se sont déjà engagés dans cette démarche socialement responsable en créant des partenariats avec des associations / entreprises favorisant l'insertion professionnelle par l'activité économique.

Pour aider l'acheteur dans la mise en place de ces clauses, il est possible de contacter le facilitateur des clauses sociales. Il peut notamment aider dans la rédaction de la clause sociale, servir d'intermédiaire entre l'organisme et les établissements de type ESAT mais aussi suivre l'exécution de la clause. Pour plus d'information, le site internet est : ville-emploi.asso.fr

(B) Un lot peut être réservé à un ESAT/EA pour une fabrication spécifique ou de petite série. De même, la consultation peut prévoir un lot réservé à un ESAT/EA pour une prestation de montage du mobilier.

Une autre façon d'adopter une approche socialement responsable est de consulter le SEP-RIEP lors de lancement de marchés de mobilier de bureau.

Le SEP-RIEP est un service de l'emploi pénitentiaire, qui participe aux missions de formation, de réinsertion, de préparation à la sortie et de lutte contre la récidive. Il gère le compte de commerce Régie Industrielle des Etablissements Pénitentiaire (RIEP) qui lui permet d'organiser la production de biens et de services par des personnes détenues et d'en assurer la commercialisation. Il emploie 1.200 opérateurs en moyenne dans ses 47 ateliers de production répartis sur l'ensemble du territoire.

Le SEP-RIEP est capable de répondre à l'ensemble des contraintes liées à la mise en place de mobilier (hors sièges) pour des projets allant de 20 à plus de 1.000 postes de travail et peut proposer à partir de ses gammes standards des adaptations permettant de répondre à des exigences spatiales ou de prise en compte de besoins spécifiques. Ils sont capables de fournir des solutions clé en main (gestion de projet d'aménagement, livraison, montage, installation, déménagement,...)

Catalogue disponible ici 

3.4 Les labels et certifications :

Il existe des normes et labels qui définissent des exigences en termes de qualité et de développement durable pour la fabrication de mobilier de bureau.

Les normes, labels et certifications

	<ul style="list-style-type: none"> - Les labels « FSC » (Forest Stewardship Council) et « PEFC » (Programme de reconnaissance des certifications forestières) constituent la référence pour les professionnels du bois. Ces deux écolabels garantissent la gestion durable des forêts d'où provient le bois utilisé pour la fabrication du mobilier de bureau. Le label FSC peut avoir 3 niveaux différents : <ul style="list-style-type: none"> ⇒ « FSC Pur » : produit composé de 100% de matériels certifiés FSC ⇒ « FSC Mixte » : produit composé de matériaux certifiés FSC, de matériaux recyclés ou de source contrôlée ⇒ « FSC Recyclé » : produit fait à 100% de matériaux recyclés
	<ul style="list-style-type: none"> - « OEKO-TEX® Standard 100 » est une norme internationale qui garantit que les textiles testés et certifiés ne dépassent pas les seuils réglementaires de certaines substances nocives.
	<ul style="list-style-type: none"> - « NF environnement » et « Ecolabel » sont la référence respectivement en France et en Europe en termes de certification écologique. Elles sont apposées sur les produits ayant un impact environnemental réduit.
	<ul style="list-style-type: none"> - « NF OEC » (Office Excellence Certifié) : cette norme dépasse le cadre du développement durable et prend aussi en compte des critères sociétaux. Elle intègre, les critères NF environnement auxquels s'ajoutent des prérequis sociétaux tels que : l'équité au sein de l'entreprise, la santé et la sécurité au travail,...
	<ul style="list-style-type: none"> - Le logo « recyclage » est apposé sur l'ensemble des pièces plastiques recyclables de plus de 50 grammes.
	<ul style="list-style-type: none"> - La certification « ISO 14 001 » est le référentiel international qui garantit l'engagement des fournisseurs quant à leur performance environnementale.
	<ul style="list-style-type: none"> - Le label « Origine France Garantie » certifie l'origine française du produit.

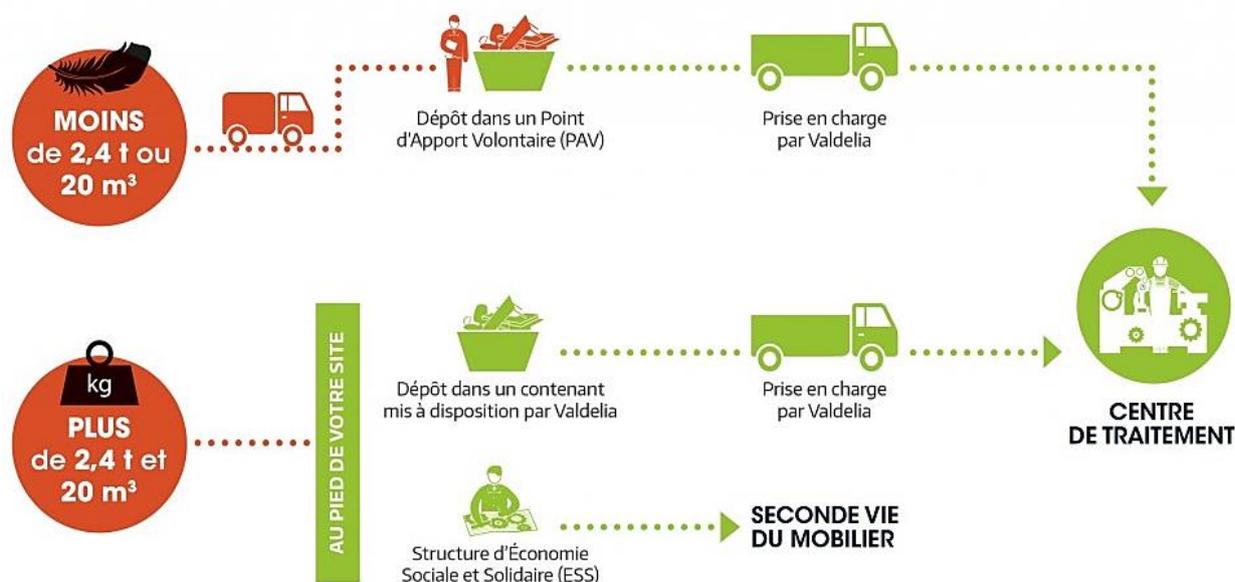
3.5 Le recyclage du mobilier en fin de vie :

S'inscrire dans une démarche éco-responsable passe aussi par la maîtrise des déchets, et dans ce cas précis, par la gestion de la fin de vie des mobiliers de bureau. Les Eco-organismes agréés par l'Etat, tels que Valdélia, Eco-mobilier,... sont chargés de la collecte, du tri et du recyclage des déchets d'ameublement professionnel. Ils sont financés par l'éco-contribution payée directement par le consommateur final et reversée par les fabricants et revendeurs de mobilier. Les mobiliers collectés sont valorisés, soit avec l'aide de structures de l'économie sociale et solidaire de type Emmaüs, soit recyclés dans des centres de traitement ou encore en les utilisant comme source d'énergie.

Valdélia est l'Eco-organisme chargé de l'organisation de la filière de collecte, de recyclage et de valorisation des déchets de mobilier pour les professionnels et collectivités.

Il est à noter que le service est totalement gratuit et disponible partout en France.

2 options s'offrent aux organismes :



Source : Valdélia.org

Valdélia met également à disposition un simulateur afin d'estimer le volume de meubles à céder. 

4. L'innovation sur le marché

Les innovations du marché du mobilier de bureau accompagnent la mutation du besoin lié au produit. Les mots d'ordre sont mobilité, flexibilité et espaces connectés. Pour répondre à ces nouvelles tendances et à ces nouvelles manières d'appréhender le travail, les fabricants de

meubles de bureau rivalisent d'imagination. Nous pouvons d'ailleurs citer parmi les évolutions les plus intéressantes :

- Des box de travail pouvant être configurés entièrement fermés ou simplement séparés de cloisons. Ce produit est dédié aux salariés travaillant en open-space et désireux de s'isoler ponctuellement et de se concentrer
- 
- Le bureau tapis de course, bureau doté d'un vélo ou encore bureau debout, trois nouvelles formules de bureau ayant toutes pour objet d'améliorer la santé du salarié au travail. En effet, des études ont prouvé que la position assise pouvait favoriser l'obésité, les problèmes cardiovasculaires et la baisse de réactivité. De plus, l'énergie produite peut être utilisée pour alimenter les batteries de smartphones.
 - La cloison modulable et légère, qui permet d'adapter les espaces ouverts en fonction des besoins de l'activité.
 - Du mobilier de bureau flexible et modulable, dont la hauteur du plateau variable permet de changer les postures au travail et dont le cloisonnement entre bureaux est réglable au besoin.

Plus généralement, la tendance est maintenant à la flexibilité des espaces et des bureaux par le Flex-office par exemple, au co-working à travers la multiplication de lieux informels d'échange, le tout dans un esprit « cocooning ».

II. Définition du besoin et de la stratégie Achat :

1. Collecte et analyse d'informations

L'étape préliminaire de collecte de l'information est une phase stratégique dans le processus Achat. En effet, celle-ci est indispensable pour définir correctement les produits et services qui répondent aux besoins des prescripteurs.

Le choix judicieux du mobilier de bureau dépend de paramètres que l'acheteur doit déterminer ou apprécier avec l'utilisateur final. Il faut donc veiller à impliquer les prescripteurs dans ce processus décisionnel.

Avant de lancer la phase de collecte des données, l'acheteur définira ses axes de recherche (ancien(s) marché(s), volumes, fournisseurs actuels, retour utilisateurs etc.), ses sources d'informations et ses questions.

Les sources d'informations sont les suivantes :

Les documents internes :

- Plans des locaux : surface globale en m², nombre d'étages, existence ou pas de monte-charge/ ascenseurs, conditions d'accès au site
- Types d'espaces : forme, dimensions, surfaces, fonction, privatifs ou collectifs ?
- Nombre de salariés, embauches prévues ?
- Type de travail réalisé dans les bureaux ? Quel matériel est utilisé par les salariés ?
- Utilisation qui sera faite du mobilier de bureau par le collaborateur : réunion, travail, collaboratif, accueil,...
- Les équipements nécessaires : rangements, cloisons, tables de réunion...
- Existence de contraintes spécifiques en matière de confidentialité ou de sécurité ?
- Accueil d'interlocuteurs extérieurs ?
- Ancien mobilier à garder ou à évacuer
- Niveau de gamme recherché
- Budget global
- Schémas directeurs

Les fournisseurs :

- Principaux acteurs, spécialités fournisseurs, compétences clés, innovations, normes et labels
- Visite de showrooms

Les associations professionnelles :

- UNIFA : tendances du secteur, nouveautés, innovations..

Les autres organismes :

- Réseau social acheteur, benchmark interne

Les clients internes :

- Enquête interne sur la satisfaction, les attentes, les réclamations...

Internet :

- Presse généraliste et spécialisée en ligne, sites internet des fournisseurs

Les manifestations :

- Colloques, salons spécialisés

2. Questionnement du besoin

Questionner le besoin, c'est s'interroger, en binôme avec le prescripteur, sur tous les moyens permettant de répondre au besoin attendu (même si cela doit conduire parfois à remettre en cause des habitudes enracinées).

Evaluer le besoin pousse l'acheteur accompagné des prescripteurs à se poser des questions de fond tel que :

- **Le besoin est-il juste nécessaire ?**
- **Y-a-t-il un risque de sur-qualité ?**
- **Existe-t-il des fournisseurs capables de répondre à mon besoin ?**

Il est important à cette étape de s'interroger sur les points suivants : qualité attendue, durée de vie des produits*, volumes nécessaires, budget alloué, type de mobilier, délai, spécifications techniques, allotissement, normes à respecter, impact environnemental et social (cf. annexe 1).

*La durée de vie du mobilier de bureau professionnel (siège, table, armoire,...) est en moyenne de 10 ans.

La durée d'amortissement généralement utilisée pour le mobilier de bureau est également de 10 ans.

Il est essentiel de s'interroger sur les besoins spécifiques, par exemple pour les structures accueillant le public. Les exigences applicables au mobilier ainsi qu'à l'aménagement intérieur d'un ERP (Etablissement Recevant du Public) sont définies dans le Règlement de sécurité contre les risques d'incendie et de panique dans les ERP (Arrêté du 25 juin 1980 modifié). En fonction des activités qui s'y déroulent et du nombre de personnes susceptibles d'être présentes, un ERP est soumis à des contraintes différentes. Il faut donc identifier le classement de l'ERP et sa catégorie (cf. annexe 2).

Plus d'informations : 

A retenir :

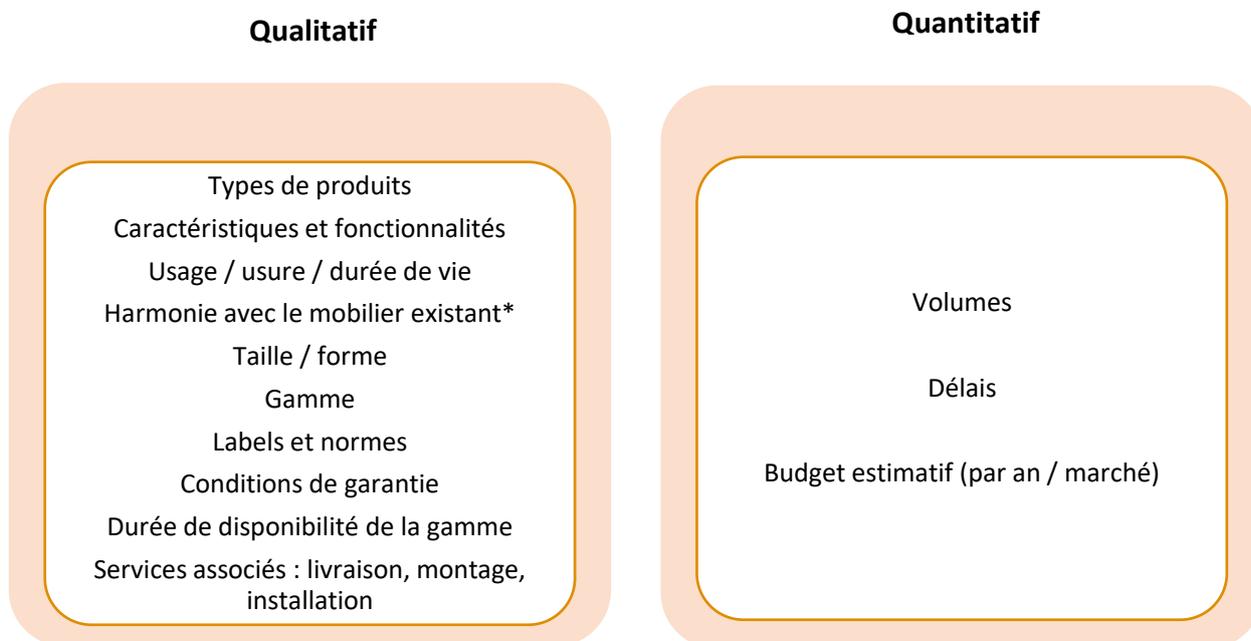


Il est conseillé à cette étape que l'acheteur :

- *Consulte le service des Ressources Humaines et les autres services transverses*
- *Organise des tables rondes, pour s'entourer d'avis et de conseils des prescripteurs en utilisant leurs compétences d'utilisation ou d'usage*

3. Expression du besoin

L'acheteur associé aux prescripteurs doivent définir l'objet du marché (généralement : la fourniture, la livraison, le montage ainsi que la garantie). Ils formalisent le besoin à travers des critères à la fois quantitatifs et qualitatifs :



* dans le cas où une partie de l'ancien mobilier est gardée

D'autres aspects doivent être pris en compte dans la définition du besoin :

Aspect concurrentiel :	<ul style="list-style-type: none"> - Permettre à toutes les entreprises de répondre au marché sans discrimination : taille, statut, positionnement - Encourager la diversité des offres : en laissant une certaine flexibilité pour les tailles choisies
Aspect environnemental :	<ul style="list-style-type: none"> - Promouvoir les labels et normes : tant au niveau du produit que pour l'entreprise elle-même - Inclure la prestation de récupération et de recyclage des anciens mobiliers - Favoriser la production locale (réduction de l'empreinte CO2)
Aspect réglementaire :	<ul style="list-style-type: none"> - Promouvoir les normes relatives à la santé et à la sécurité des usagers

Il est très important d'indiquer les caractéristiques techniques souhaitées pour le mobilier. Ces indications doivent être complètes et précises sans être trop détaillées.

- ⇒ Bien cadrer le besoin, ce qui évite la multitude d'offres avec options et variantes qui rendent l'analyse et la comparaison des offres impossibles
- ⇒ Tout en laissant une latitude aux fournisseurs, leur permettant par exemple, de proposer du mobilier de dimension standard à des prix compétitifs.

Des **fiches fonctionnelles** devront être établies. Elles devront définir pour chaque type de mobilier, les spécifications et fonctions essentielles auxquelles le mobilier devra répondre. Ces fiches seront reprises dans le CCTP. Un exemple d'analyse fonctionnelle est représenté en annexe 3.

4. Définition du budget et de l'objectif d'économie d'achat

A cette étape du processus l'acheteur connaît pour chaque type de mobilier, les quantités à acheter, les fonctionnalités et le niveau de gamme souhaité. En croisant ces informations avec les tarifs moyens du benchmark, l'acheteur est en mesure d'évaluer le coût complet d'achat du mobilier de bureau.

Le coût global d'acquisition de mobilier de bureau comprend :



Options possibles :

- Agencement : aménagement de l'espace
- Déménagement : transport, installation du mobilier existant à garder sur un nouveau site
- Gestion de la fin de vie : enlèvement et valorisation du mobilier en fin de vie

Partant du principe que la plupart des fabricants de bureau fournissent des tarifs où le transport, le montage, l'installation et la garantie sont inclus, le calcul du coût global d'acquisition du mobilier de bureau est alors simplifié.

Pour les revendeurs et distributeurs, ces postes de coûts peuvent être optionnels : le mobilier est livré en kit, accompagné d'une notice de montage. L'acheteur devra demander aux fournisseurs de coter ces options ou alors consulter un tiers.

L'acheteur veillera à prendre en compte ces coûts additionnels dans son calcul de coût global.

Le coût global d'un poste de travail entrée/milieu de gamme peut être chiffré à 1.200 € TTC (Incluant : bureau, siège, caisson, armoire 80 x 120 cm).

5. Définition de l'allotissement le plus adapté

L'allotissement est le fractionnement d'un marché en plusieurs sous-ensembles appelés « lots » susceptibles d'être attribués séparément.

Les typologies d'allotissement :



L'allotissement le plus courant est le « Technique », le marché peut alors être réparti différemment :

<u>Possibilité 1 :</u>	<u>Possibilité 2 :</u>
<ul style="list-style-type: none"> - Sièges : réunion, bureau, visiteur - Poste de travail hors sièges : bureau, caissons, et armoires - Salles de réunions - Mobilier destiné aux espaces informels 	<ul style="list-style-type: none"> - Sièges : réunion, bureau, visiteur - Les plans de travail : bureaux et tables de réunion - Les rangements comprenant : casiers et armoires - Mobilier destiné aux espaces informels

Il est aussi possible de mixer plusieurs types d'allotissement (Exemple : technique et fonctionnel).

Il est réglementé par l'article 32 de l'ordonnance n°2015-899 du 23 juillet 2015 qui dispose que « sous réserve des marchés publics globaux (...), les marchés publics autres que les marchés publics de défense ou de sécurité sont passés en lots séparés, sauf si leur objet ne permet pas l'identification de prestations distinctes. A cette fin, les acheteurs déterminent le nombre, la taille et l'objet des lots ».

Les prestations sont considérées comme distinctes lorsque celles-ci sont :

- soit d'une nature différente et répondant à des besoins dissociables,
- soit de natures identiques, mais distinctes géographiquement.

Enfin, l'allotissement du marché doit être étudié avec rigueur. En dépit de toutes ses qualités favorisant la concurrence, l'allotissement peut complexifier la passation du marché. Multiplier les lots signifie multiplier les candidatures et les offres.

III. Préparation de la consultation - DCE :

1. Le Règlement de la Consultation

Le règlement de la consultation détaillera les éléments classiques de la consultation :

- *les références du pouvoir adjudicateur,*
- *l'objet du marché, la nomenclature CPV applicable,*
- *l'allotissement du marché selon les choix faits lors de la définition de la stratégie achat (cf. page 19),*
- *la durée du marché,*
- *le lieu d'exécution de la prestation,*
- *les renseignements relatifs à la candidature,*
- *le type de procédure utilisé en fonction du montant du budget estimé (cf. page 18),*
- *la forme juridique que doit ou non revêtir le groupement,*
- *Les critères d'attribution de l'offre,*
- *La date limite et les modalités de remise des plis,*
- *Le délai de validité des offres.*

- Visite des sites :

Dans le cas d'un marché de mobilier de bureau, les visites sur site(s) sont possibles et même recommandées dans le cas de renouvellement de mobilier, afin de permettre aux fournisseurs de proposer des alternatives pertinentes.

- Prototypes et échantillons :

[L'article 49](#) du code des marchés publics dispose que « Quel que soit le montant du marché, le pouvoir adjudicateur peut exiger que les offres soient accompagnées d'échantillons, de maquettes ou de prototypes concernant l'objet du marché (...). ».

Il est possible de définir dans le cadre d'un marché, les produits qui devront faire l'objet d'un échantillonnage par l'ensemble des postulants. L'acheteur devra alors préciser :

- La liste des produits à fournir : produits finis ou matériaux utilisés (tissus, bois, nuancier de couleurs,...)
- Les modalités de livraison des échantillons : adresse, date limite, identification des colis...
- Les modalités de récupération des échantillons : délais de récupération, frais de retour à la charge du fournisseur,...

L'acheteur devra aussi préciser que ces échantillons sont gratuits et ne constituent en aucun cas un début d'exécution du marché.

- **Critères d'attribution :**

Concernant les critères d'attribution, l'acheteur doit déterminer les critères pertinents pour déterminer l'offre la plus adaptée à son besoin. Bien entendu, ces critères doivent être non discriminatoires et doivent respecter les grands principes de la commande publique.

Les critères portant sur l'offre en elle-même ne doivent pas être confondus avec les critères de sélection des candidatures qui évaluent les capacités techniques, professionnelles et financières des fournisseurs.

Exemple de critères d'analyse et leur pondération :

- Critère de prix : 30 - 50%
- Critère technique : 30-40%
- Délais d'exécution : 20 - 40%
- Maintenance et service après-vente : 10 - 20%
- Performance RSE : 5 - 20%
- Critère esthétique : 5-20%

Chacun des critères ci-dessus peut contenir des sous-critères. Plus concrètement, l'acheteur doit définir au sein de chaque critère ou sous-critère les aspects qu'il compte évaluer.

Exemple de critères d'attribution :

Critère d'analyse	Sous-critères	Aspects à évaluer
Critère de prix	Prix par lot	
	Prestations en option	<ul style="list-style-type: none"> - Reprise des produits en fin de vie - Aménagement d'espace - Livraison, montage, installation si pas inclus dans le prix du lot
Critère technique	Normes	<ul style="list-style-type: none"> - Formes, tailles, dimensions, matières, matériaux exigés par les normes
	Gamme	<ul style="list-style-type: none"> - Respect du niveau de gamme demandé
	Ergonomie	<ul style="list-style-type: none"> - Modularité des produits - Réglage (siège de bureau)
	Solidité, résistance et durabilité	<ul style="list-style-type: none"> - Composants, revêtements, rembourrages - Résistance au roulement
	Entretien	<ul style="list-style-type: none"> - Entretien facile des produits - Résistance à l'entretien
	Sécurité	<ul style="list-style-type: none"> - Angles adoucis évitant tout danger - Stabilité
	Notice d'utilisation	<ul style="list-style-type: none"> - Guide d'utilisation - Clarté des notices

Critère d'analyse	Sous-critères	Aspects à évaluer
	Garantie du produit	- Etendue de la garantie : meubles et pièces - Durée de la garantie
	Disponibilité de la gamme	- Durée de disponibilité
Délais d'exécution	Délais de fabrication, livraison, installation	- Pour la première commande - Pour les commandes en cours de contrat
Maintenance et SAV	Délais d'intervention	- Délais de réponse aux réclamations - Délais d'intervention sur site - Délais de remplacement pièces défectueuses
	Interlocuteur	- Unique, multiple - Suivi de compte
	Réassorts	- Délais de fabrication - Délais de livraison
	Montage / démontage	- Possibilité de monter / démonter les meubles - Disponibilité des pièces de rechange
Performance RSE	Normes et Labels environnementaux	- Relatifs au produit type NF - Relatifs au fournisseur type ISO - Initiatives proposées pour réduire les déchets, les consommations d'énergie, etc.
	Recyclage	- Possibilité de recycler le produit - % de matières recyclées dans le produit
	Sociétale	- Respect des législations et conventions collectives - Charte diversité entreprise, formation professionnelle continue,... - Nombre d'heures d'insertion professionnelle
Critère esthétique	Valeur esthétique du produit	- Conformité avec le besoin formulé en terme de : couleur, matière, forme,...

2. Le CCTP

- Définition des caractéristiques techniques :

Dans le CCTP, l'acheteur définit les caractéristiques générales du mobilier, détaille les aspects fonctionnels et les spécifications essentielles pour tout type de mobilier.

⇒ Liste du mobilier souhaité :

Une liste exhaustive du mobilier de bureau souhaité devra être fournie dans le CCTP.

Pour chaque type de mobilier, l'acheteur détaillera les caractéristiques techniques qui constitueront la configuration de base : taille, format, matière, couleur, modularité,...

Toute la difficulté reposera ici, sur le fait de trouver le « juste » niveau de détail à donner : être assez précis pour que la consultation réponde aux besoins exprimés ; ne pas être trop précis pour que les produits proposés par les candidats correspondent à des modèles standard permettant ainsi de maîtriser le budget. Il est par exemple recommandé d'indiquer des fourchettes pour la taille des mobiliers souhaités.

⇒ Caractéristiques générales :

Les mobiliers proposés par les fournisseurs doivent répondre à l'ensemble des caractéristiques suivantes, à savoir :

- La qualité (exigence requise pour l'ensemble des éléments du mobilier, remplissage, revêtement, peintures, matériaux, accessoires)
- la robustesse
- La modularité : ajout / retrait d'éléments
- La facilité du montage / démontage
- La facilité d'entretien
- Le confort et l'ergonomie
- La conformité aux normes de sécurité et autres normes de qualité (à définir)
- La fonctionnalité
- L'harmonie avec le reste de l'environnement et du mobilier

⇒ Spécifications essentielles :

Les spécifications essentielles doivent être mises en avant dans le CCTP, l'acheteur devra avant tout veiller à ce que les fournisseurs respectent ces dernières. Quelques exemples de spécifications essentielles :

La sécurité
physique des
utilisateurs

La durabilité du
produit

L'hygiène, santé
et ergonomie

L'environnement

L'esthétique du
produit

⇒ Les aspects fonctionnels :

L'acheteur aura défini en amont les besoins fonctionnels adaptés aux conditions d'utilisation de chaque mobilier. Les caractéristiques fonctionnelles seront ici listées en précisant pour chacune, les éléments de preuve ou attestations attendues (certificats, tests, essais,...).

Un exemple d'analyse fonctionnelle est fourni en annexe 3.

Cette phase peut s'avérer compliquée, l'acheteur peut alors se référer à la norme AFNOR NF EN 16271 qui constitue un guide sur le sujet du : « Management par la valeur - Expression fonctionnelle du besoin et cahier des charges fonctionnel - Exigences pour l'expression et la validation du besoin à satisfaire dans le processus d'acquisition ou d'obtention d'un produit ».

Il est recommandé de présenter ces informations sous forme de fiches produits reprenant l'ensemble des caractéristiques générales et celles liées aux produits. De plus, il est important de préciser dans la fiche fonctionnelle l'usage fait du mobilier de bureau : multiplicité des utilisateurs, fréquence d'utilisation,... Ces notions sont importantes car elles permettent au fournisseur de présenter les produits les plus adaptés aux populations d'usagers.

- **Garanties exigées :**

La durée de garantie est l'un des critères importants. Il faudra définir dans le CCTP les modalités requises. Les durées de garanties courantes sont les suivantes :

- Mécanismes : 3 ans
- Pièces statiques : 5 ans
- Pièces de rechange et coloris : 3 ans
- Réassort à gamme équivalente : 3 ans

Source : UNIFA

S'il s'agit d'un fabricant, ces durées de garanties doivent être attestées par des résultats d'essais fournis par les fournisseurs. Elles devront être assurées par le fournisseur lui-même et non par des compagnies d'assurance.

- **Normes et certificats exigés :**

La liste de normes auxquelles le fournisseur devra se conformer sera détaillée dans le CCTP. Le fournisseur aura alors l'obligation de fournir les certifications adéquates attestant de sa conformité aux normes. Par exemple :

- Attestation de conformité aux normes applicables délivrée par un laboratoire indépendant accrédité par le COFRAC ;
- Un procès-verbal d'essai de laboratoire accrédité par le COFRAC ;
- Une certification d'entreprise et/ou de produits.

- **Preuve du respect des exigences fonctionnelles :**

Le fournisseur aura pour obligation de fournir l'ensemble des preuves attestant de sa conformité quant au cahier des charges fonctionnel du marché. L'acheteur doit donc pour chaque exigence spécifique définir les preuves requises. Toute offre ne respectant pas les exigences fonctionnelles sera considérée comme nulle.

Les preuves à fournir peuvent être de formes différentes :

- Auto-déclaration : déclaration rédigée et signée par le fabricant
- Contrôle tierce-partie :
 - o Procès-verbal ou attestation d'essais délivrée par un organisme ou laboratoire indépendant
 - o Rapport d'audit
 - o Marquage réglementaire (type CE)
- Certification :
 - o Certificat de conformité délivré par un organisme accrédité
 - o Attestation de droit d'usage d'une marque de qualité (type NF)

A retenir :



*Les produits **certifiés NF** sont présumés satisfaire à toutes les exigences réglementaires et normatives concernant les performances à l'usage du mobilier*

- **Zonage et plan :**

Le descriptif des locaux (plan du site), du zonage (zones de bureaux, zones de réunion, zones de circulation, zones de stockage,...) et de l'usage constituent des points d'attentions auxquels l'acheteur devra répondre minutieusement dans le CCTP. Ces informations permettront au fournisseur de mieux se projeter dans le site et lui seront d'une aide précieuse pour adapter son offre au besoin exprimé mais aussi pour présenter différentes variantes (qui respectent bien sur le cadre fonctionnel établi).

3. Le CCAP

Le CCAP mentionnera les clauses administratives classiques concernant la passation du marché.

- Nomination d'un responsable client et d'un responsable opérationnel
- Cadrage de la gestion des litiges éventuels
- Conditions de livraison : modalités d'accès, véhicules autorisés, protocole de sécurité du site, moyens de déchargement, disponibilité des monte-charges/ ascenseurs, possibilité d'installer un monte-meuble,...
- Date de livraison
- Conditions d'installation
- Modalités de transport et d'emballage
- Evacuation et valorisation de l'ancien mobilier
- Définition du délai et lieux de livraison
- Conditions du service Après-vente
- Durée de validité des prix contenus dans les offres
- Périodicité des commandes
- Modalités d'échantillonnage si besoin (Cf. CCTP)

S'agissant d'un marché de mobilier de bureau, la date de livraison du mobilier est essentielle pour les deux parties.

- Pour l'organisme, qui devra organiser la continuité d'activité durant la phase de montage du mobilier et prévoir le cas échéant l'intervention de service technique (électricien, informatique etc..)
- Pour le fournisseur, afin de planifier sa fabrication et organiser la livraison et limiter ses coûts de stockage

L'acheteur veillera à donc à fixer une date de livraison réaliste et précise et pourra également prévoir un système de pénalité pour que cette date soit scrupuleusement respectée par les deux parties.

A retenir :



La date de livraison retenue a des conséquences importantes pour les deux parties. Les modalités de fixation et d'application de cette date doivent faire l'objet d'une attention particulière dans le CCAP

4. Bordereau de prix

Un bordereau de prix sera défini pour chaque lot du marché. Pour chacun des lots, le bordereau de prix détaillera les produits qui le constituent avec leurs spécificités techniques de base et emplacement des meubles au sein de l'organisme.

Les prix unitaires comprendront les éléments suivants : la fourniture, les frais de livraison, les frais d'installation et de montage, la garantie et le service après-vente.

Exemple pour le lot : Sièges

Descriptif	Quantité estimative à l'année*	Prix unitaire HT en €	Taux de la TVA en %	Prix unitaire TTC en €	Prix total TTC en €	Références catalogue	Zone destinataire
Fauteuils de travail avec accoudoirs	40						Bureaux fermés et open space
Sièges visiteur	5						Salle d'accueil
Sièges réunion	20						Salles de réunion
TOTAL TTC							

* : Les quantités estimatives affichées ne sont pas contractuelles, elles sont susceptibles de varier.

Le bordereau de prix doit permettre aux candidats de chiffrer de manière non équivoque la configuration de base détaillée dans le CCTP. Il est possible de prévoir une partie du bordereau pour le chiffrage d'options.

5. Les annexes

Liste non exhaustive des informations à fournir en annexe :

- Liste et adresses des sites
- Plan de chacun des sites
- Zonage par site (type de zone, nombre de m² par zone, type de surface)
- Informations sur l'accessibilité des locaux
- Nuancier de couleur si besoin
- Fiches fonctionnelles du mobilier
- Liste des normes applicables au mobilier de bureau
- Contact sur site pour l'organisation des visites si besoin
- ...

A retenir :



Dans la phase de préparation du DCE, il peut être intéressant de consulter la « charte de relations commerciales éthiques et responsables » rédigée par l'UNIFA. 

IV. Gestion de la procédure :

1. Suivi de la consultation

Une fois la consultation lancée, l'acheteur doit être disponible pour répondre aux différentes interrogations des candidats.

Il est à noter que l'organisation d'une visite des locaux avant l'attribution du marché est possible. Ces visites doivent donc être planifiées et organisées pendant la phase de consultation.

2. Analyse des candidatures et des offres

✓ Evaluation des candidatures :

Avant l'étude approfondie des offres ou de manière concomitante, l'acheteur identifie les fournisseurs qui répondent d'abord aux capacités techniques, professionnelles et financières requises.

✓ Recevabilité des offres

Pour qu'une offre soit recevable, celle-ci ne doit être ni : irrégulière, inacceptable ou inappropriée.

- Irrégulière : offre ne respectant pas les exigences des documents de consultation. Elle peut avoir un caractère incomplet, ou méconnaissant des législations applicables en matière sociale ou environnementale. Si l'offre est jugée trop basse, celle-ci peut être considérée comme irrégulière.
- Inacceptable : offre dont le prix dépasse le budget alloué à la prestation.
- Inappropriée : offre ne répondant pas aux besoins spécifiques (techniques, administratifs) formulés dans les documents de consultation.

Toutefois, à condition que les offres ne soient pas anormalement basses, les offres irrégulières peuvent être régularisées dans un délai approprié. Si l'acheteur décide une régularisation, il doit le faire pour l'ensemble des candidats dont l'offre peut être régularisable, afin de respecter l'égalité de traitement entre les candidats. La modification de l'offre doit concerner uniquement les points pour lesquels une anomalie est détectée. En aucun cas, le fournisseur ne pourra modifier substantiellement cette dernière.

✓ Examen des offres :

L'étape d'analyse des offres consiste à analyser et comparer les offres reçues au regard des critères définis en amont, dans la publicité et dans le règlement de consultation.

L'objectif de l'analyse des offres est de définir l'offre économiquement la plus avantageuse (mieux-disante), celle-ci ne doit pas être confondue avec l'offre la moins chère (moins-disante).

Une fois les critères d'évaluation définis, l'acheteur doit procéder à l'examen des offres. Les éléments contenus dans l'offre permettent d'apprécier différents aspects. Le mémoire technique, permet d'apprécier la valeur technique de l'offre, alors que le bordereau de prix, la valeur monétaire de l'offre.

Concernant le système de notation, vous pouvez définir une note globale pour tous vos critères d'évaluation (score de 100 par exemple). Ensuite, vous répartirez cette note pour chaque critère, sous-critère et aspect à évaluer en fonction de son importance.

Exemple de grille d'analyse pour les critères techniques (poids = 60 points au total)

Critères techniques = 60 points au total			
Sous-critère	Note	Aspect à évaluer	Note
Normes	10	Respect des normes de sécurité	10
Ergonomie	5	Modularité du produit	3
		Réglages	2
Solidité	10	Tests de solidité (preuves)	10
Entretien	5	Tests de résistance à l'entretien (preuves)	5
Sécurité	15	Tests de sécurité (preuves)	10
		Utilisation de matières non dangereuses	5
Garantie	10	Etendue de la garantie	5
		Durée	5
Disponibilité de la gamme	5	Durée	5
Total des points			60

L'offre économiquement la plus avantageuse sera donc celle qui se rapprochera le plus de 100.

A retenir :



Veillez à ne présélectionner que les fournisseurs ayant les capacités techniques, professionnelles et financières requises pour l'étape d'évaluation des offres.

3. Négociation (selon la procédure) et sélection des fournisseurs

Les procédures d'appel d'offres ouverts ou restreints ne connaissent pas de phase de négociation. L'attribution du marché se fait sur la base de l'offre économiquement la plus avantageuse.

Quant à la procédure adaptée (MAPA), l'acheteur se réserve le droit de procéder ou pas à la négociation. Si tel est le cas, ce dernier doit le préciser dans les documents de la consultation tout en précisant le nombre de fournisseurs retenus pour la négociation.

La négociation en MAPA permet de favoriser la concurrence mais est aussi une occasion de faire un point sur les conditions d'exécution du cahier des charges. Afin de garantir l'égalité de traitement entre les fournisseurs, l'acheteur doit adresser les mêmes questions à l'ensemble des candidats.

Afin d'assurer un maximum d'égalité et de transparence entre les fournisseurs, il est fortement conseillé d'utiliser une grille de négociation tout au long de ce processus.

Durant cette phase, l'acheteur pourra poser librement les questions qui lui semblent les plus pertinentes. Quelques pistes possibles :

- **Qualité** : qualité et sécurité des produits, gammes proposées, incidence sur le prix, garantie, maintenance et service après-vente,...
- **Délais** : niveau de réactivité en cas de pièce défectueuse, durée de livraison et de montage, durée de disponibilité des réassorts,...
- **Prix** : prix de produit, remises possibles, prix des prestations incluses, prix des prestations annexes,...
- **Personnel et administratif** : qualification des installateurs/monteurs, gestionnaire de compte,...
- **RSE** : certifications et labels, insertion sociale, gestion des produits en fin de vie...

La négociation a pour base l'offre soumise par le fournisseur. Ce dernier ne pourra en aucun cas profiter de la négociation pour modifier de façon substantielle son offre.

A retenir :



Négocier uniquement le prix peut exposer le marché public à certains risques : Baisse de qualité du produit et de sa durée de vie, risque de sécurité des salariés, défaillance du SAV, provenance douteuses du mobilier, coûts cachés,...

✓ Finalisation de la procédure

Une fois que le choix du fournisseur est fait, le pouvoir adjudicateur doit, pour les procédures formalisées uniquement, présenter un « rapport de présentation ».

Ce rapport, permet de retracer en toute transparence les maillons les plus importants du processus achat, à savoir :

- L'objet de la consultation : marché global ou alloti
- Le contexte de la consultation et le besoin identifié
- Le budget
- Le choix de la procédure
- Déroulement de la procédure : admission des candidatures et offres, analyses, élimination d'offres et attribution
- L'économie générale réalisée

✓ Notification du marché

La notification du marché public est une procédure obligatoire.

A la suite de la notification du marché, l'acheteur doit publier un avis d'attribution ou un avis d'intention de conclure.

V. Suivi de l'exécution du marché :

Le contrat le plus utilisé pour l'achat de mobilier de bureau est l'accord cadre : exclusif ou multiple à bon de commande. Ainsi le démarrage du contrat commence à partir du moment où la commande est passée au titulaire du marché.

Tout au long du contrat, l'acheteur et les prescripteurs pourront s'assurer de la conformité du mobilier de bureau reçu, avec les conditions exigées dans le CCTP. De manière générale, les principaux points à vérifier sont : le volume et la typologie de produits commandés, la qualité des produits, la réactivité de l'interlocuteur client, le respect des prix, délais et garanties.

En cas d'anomalie constatée, l'organisme pourra prendre contact directement avec le fournisseur afin d'analyser la situation et trouver des solutions. Pour éviter toute surprise, il est fortement recommandé d'analyser et d'évaluer en phase de consultation, la couverture de la garantie offerte.

VI. Boite à outils

1. Lexique

Flex Office : ou « bureaux partagés » est une nouvelle tendance de travail en entreprise consistant à ne plus imposer de bureau physique aux salariés. Ils peuvent alors s'installer librement sur l'un des bureaux attribués à leur service.

Co-working : ou « travailler ensemble » est un nouveau mode de travail qui consiste à travailler non plus dans les bureaux de son entreprises mais dans des espaces collaboratifs où se retrouvent d'autres co-workers. Ce nouveau mode de travail encourage fortement l'échange, l'ouverture et la convivialité à travers cet espace de socialisation formel ou informel de type : café, bureaux, salles de réunion,...

2. Liens & contacts



Annexe 1

Chapitre 2 / Section 2 : questionnement du besoin :

Les questions à poser :

- ✓ A quelle fonction, quel usage est destiné le mobilier de bureau ?
- ✓ Quel est l'impact dans le futur prix de chaque exigence, de chaque contrainte ?
- ✓ Quel est le coût global actuel ? Coût d'acquisition, d'utilisation, de maintenance et de fin de vie
- ✓ Quel est le budget futur ?
- ✓ Peut-on faire mieux avec moins ? Quel impact en termes de coût complet ? (TCO)
- ✓ Quel impact environnemental et social ? Comment prendre en compte le développement durable ?
- ✓ Quel est le lieu d'utilisation ou de réalisation ?
- ✓ Quelle est la fréquence d'utilisation ? La période d'utilisation ?
- ✓ Quelle quantité prévoir ? Quel niveau de qualité ? Quel niveau de sécurité ?
- ✓ Quel délai de réalisation ?
- ✓ Quelles sont les normes et réglementations à respecter ?

Annexe 2

Chapitre 2 / Section 2 : questionnement du besoin :

Extrait de l'Arrêté : du 25 juin 1980 portant approbation des dispositions générales du règlement de sécurité contre les risques d'incendie et de panique dans les établissements recevant du public (ERP).

Les établissements sont classés en types, selon la nature de leur exploitation :

⇒ Etablissements installés dans un bâtiment :

J	Structures d'accueil pour personnes âgées et personnes handicapées
L	Salles d'auditions, de conférences, de réunions, de spectacles ou à usage multiple
M	Magasins de vente, centres commerciaux
N	Restaurants et débits de boissons
O	Hôtels et pensions de famille
P	Salles de danse et salles de jeux
R	Etablissements d'éveil, d'enseignement, de formation, centres de vacances, centres de loisirs sans hébergement
S	Bibliothèques, centres de documentation
T	Salles d'expositions
U	Etablissements sanitaires
V	Etablissements de culte
W	Administrations, banques, bureaux
X	Etablissements sportifs couverts
Y	Musées

Plus d'informations ici :

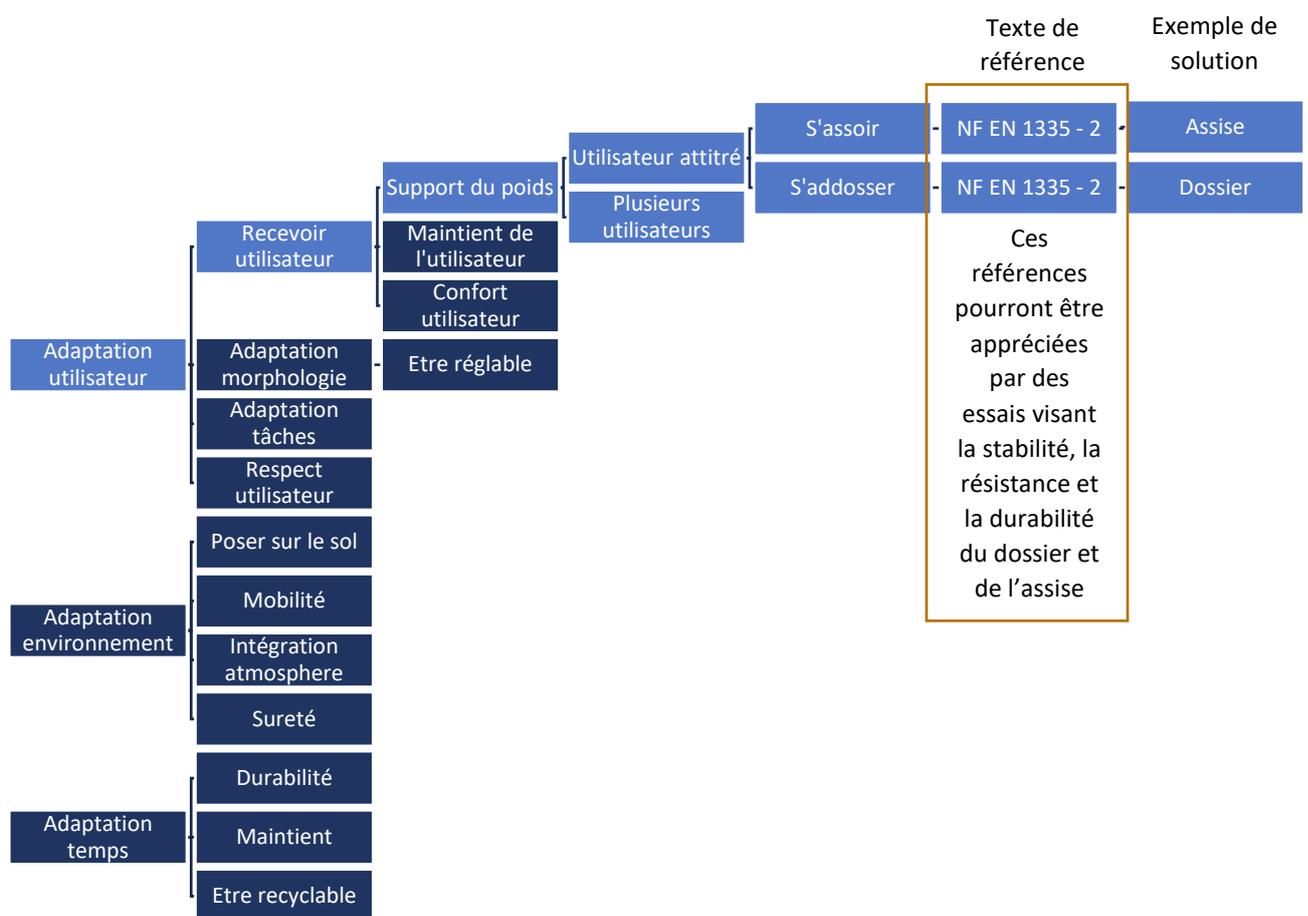


Annexe 3

Chapitre 3 / Section 2 : CCTP :

Exemple de critères fonctionnels pour un siège de bureau :

Le premier niveau des fonctionnalités d'un siège de bureau peut être: s'adapter à l'utilisateur, s'adapter à l'environnement et s'adapter dans le temps



L'idée est de partir du besoin fonctionnel de chaque mobilier et d'en définir les textes de références associés et les solutions à apporter.



N'hésitez pas à nous faire part de vos remarques et/ou points d'amélioration à l'adresse suivante: observatoire-achat@ucanss.fr