

QUI SONT LES ACHETEURS PUBLICS ?

LE TERME « ACHETEUR PUBLIC » EST UTILISÉ À LA FOIS POUR REPRÉSENTER LA PERSONNE PHYSIQUE ET LA PERSONNE MORALE



L'ACHETEUR EN TANT QU'INSTITUTION

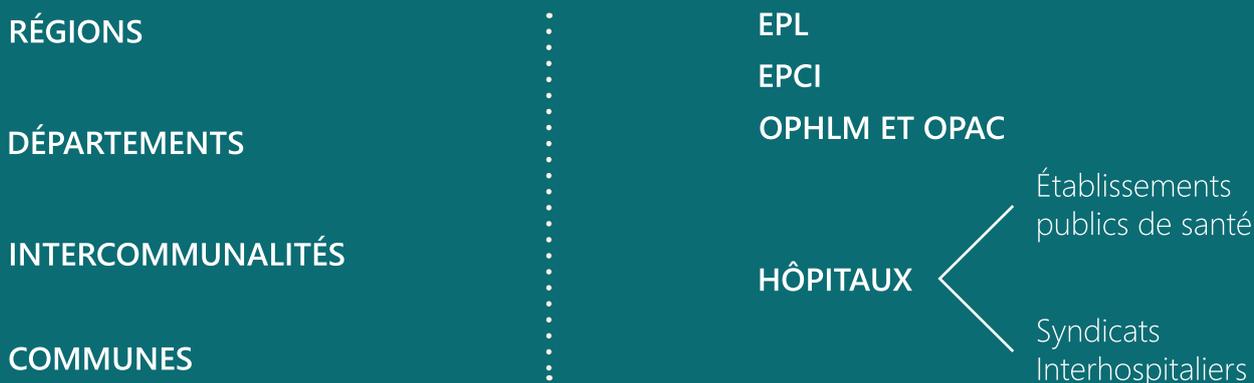
Ils portent les noms barbares de **Pouvoir adjudicateur** ou **Entité adjudicatrice**.

• LES POUVOIRS ADJUDICATEURS

L'ÉTAT ET SES ÉTABLISSEMENTS PUBLICS



LES COLLECTIVITÉS TERRITORIALES ET LEURS ÉTABLISSEMENTS PUBLICS LOCAUX



LES STRUCTURES DE PARTENARIAT ET LE « PARA » PUBLIC

GIP (Groupement d'Interêt Public)
ASSOCIATIONS
(financement et instances publiques)

SPL (Société Publique Locale)
dont
SEM (Société d'Économie Mixte)

• LES ENTITÉS ADJUDICATRICES

Les opérateurs de réseaux :



L'ACHETEUR EN TANT QUE PERSONNE

L'acheteur public a pour mission principale de contribuer à l'efficacité de la commande publique et d'assurer la sécurité juridique des procédures de passation des contrats publics.

L'acheteur public est donc très différent de l'acheteur privé.



	ACHETEUR PUBLIC	ACHETEUR PRIVÉ
UN REGARD ESSENTIELLEMENT	JURIDIQUE	ÉCONOMIQUE
UNE CONNAISSANCE DE L'OBJET DE L'ACHAT	GÉNÉRALISTE	POINTUE
UNE FINALITÉ	SERVICE PUBLIC	RENTABILITÉ

Aujourd'hui, le métier d'acheteur public évolue vers le management des achats qui s'étend de la définition des besoins à la programmation, jusqu'à la négociation et l'exécution des contrats.

En effet, pour réaliser de bons « achats », les seules compétences juridiques et la mise en œuvre « technique » des procédures ne suffisent plus.

L'ACHETEUR PUBLIC FANTÔME

De nombreuses structures, soumises aux règles de l'achat public, n'ont pas une taille suffisante pour recruter une personne dédiée à cette fonction.

Elles ont néanmoins l'obligation de mettre en œuvre ces procédures...



QUELS SONT LES TEXTES QUI S'IMPOSENT AUX ACHETEURS PUBLICS ?

Deux textes principaux s'imposent à eux : L'ordonnance n°2015_899 du 23 juillet 2015 et le décret n°2016_360 du 25 mars 2016 relatifs aux marchés publics.

QUELQUES CONSEILS

- Vos potentiels clients « publics » sont nombreux et présentent des profils variés, apprenez à les connaître.
- N'hésitez pas à communiquer avec eux, en amont des procédures, afin qu'ils aient connaissance de toute la valeur ajoutée de votre entreprise.
- Ne cherchez pas à toucher tous les acheteurs, définissez votre cible, votre action sera plus efficace.

Agence Déclik
TERRITOIRES DE DEMAIN

CONTACT :

Julie Massieu – 06 81 61 11 69
contact@agence-declik.fr
www.agence-declik.fr