

## 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

RÉGIONS

DÉPARTEMENTS

INTERCOMMUNALITÉS

COMMUNES



EPL

EPCI

OPHLM ET OPAC

HÔPITAUX

Établissements  
publics de santé

Syndicats  
Interhospitaliers

#### LES STRUCTURES DE PARTENARIAT ET LE « PARA » PUBLIC

**GIP** (Groupement d'Interêt Public)

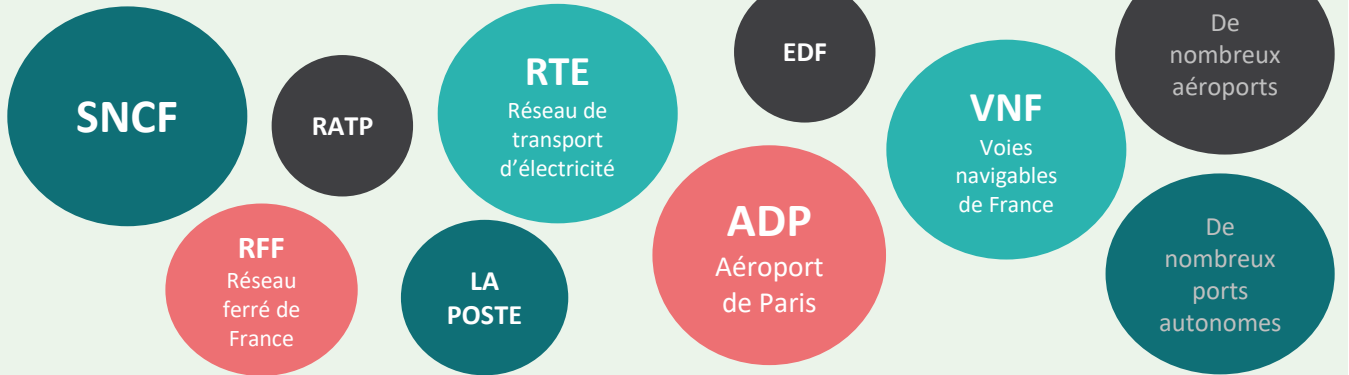
**ASSOCIATIONS**  
(financement et instances publiques)

**SPL** (Société Publique Locale)  
dont

**SEM** (Société d'Économie Mixte)

# 5<sup>MIN</sup> POUR COMPRENDRE

## • LES ENTITÉS ADJUDICATRICES (les opérateurs de réseaux)



## L'ACHETEUR EN TANT QUE PERSONNE

L'acheteur a pour mission 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	Economique
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 des 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.

## 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.

### CONTACT :

09 71 37 26 34

[contact@agence-declic.fr](mailto:contact@agence-declic.fr)

[www.agence-declic.fr](http://www.agence-declic.fr)