

CHARTRE DÉONTOLOGIQUE DES ACHATS DE L'ANFR

Maisons-Alfort, le 9 décembre 2010.

Objet de la Charte

La Charte a pour objet de définir les règles de déontologie s'appliquant aux achats effectués par les agents de l'Agence nationale des fréquences.

Ces règles ne sont pas exhaustives, il appartient donc à chacun de faire preuve de responsabilité et d'honnêteté en toutes circonstances et, le cas échéant, d'en référer à sa hiérarchie lorsqu'il fait face à une situation nouvelle ou complexe.

Sont concernées les agents du département Marchés ainsi que tout agent intervenant dans le processus décisionnel conduisant à l'achat (participation à l'analyse des offres et/ou à la rédaction du dossier de consultation, présence en réunion de présentation de l'analyse des offres, signataire du marché, etc.). Ils sont dénommés les Agents dans la présente Charte.

Opposabilité

Les Agents sont réputés avoir pris connaissance des termes de la présente Charte et les accepter sans réserve.

Chaque directeur ou chef de service doit veiller à la connaissance, à la bonne compréhension et à l'application de cette charte par ses collaborateurs impliqués dans le processus de passation des marchés et notamment lors de l'arrivée de nouveaux collaborateurs.

L'ANFR s'engage à prendre les mesures adéquates en cas de manquement aux règles ainsi énoncées qui viendraient porter atteinte à son image et à celle des ses Agents.

1. Ethique des achats

La déontologie des Agents est fondée sur le respect du cadre législatif et réglementaire applicable à l'ANFR, établissement public de l'Etat à caractère administratif.

Elle est fondée également sur le respect des dispositions spécifiques aux marchés publics prévues dans le code pénal (notamment ses articles 432-11 à 432-14) et celles du code des marchés publics issu du décret n°2006-975 du 1^{er} août 2006 modifié, dont l'article 1^{er} qui dispose : « les marchés publics et les accords-cadres soumis au présent code respectent les principes de liberté d'accès à la commande publique, d'égalité de traitement des candidats et de transparence des procédures. Ces principes permettent d'assurer l'efficacité de la commande publique et la bonne utilisation des deniers publics (...) ».

De plus, les Agents mettent en œuvre la politique d'achat de l'Agence validée dans le cadre de sa démarche qualité.

2. Contacts avec les entreprises

La fonction achat bénéficie utilement d'une bonne connaissance de l'offre capable de répondre, dans un secteur donné, aux besoins de l'Agence. Au-delà des informations collectées à travers l'ensemble des sources disponibles, elle passe aussi par des contacts directs avec les fournisseurs, actifs ou potentiels.

En conséquence, les agents du département Marchés acceptent les demandes de rendez-vous de la part des fournisseurs, quand cela leur paraît pertinent. Ils sollicitent également les rendez-vous qu'ils jugent utiles pour améliorer leur connaissance de l'offre disponible ou améliorer les relations fournisseurs.

Cependant, dès lors qu'est engagée une procédure de consultation, et cela durant toute la durée de cette procédure, ils s'abstiennent de contacts portant sur ce sujet avec les candidats, en dehors de ceux autorisés par le code des marchés publics.

3. Invitations

La participation des Agents à des manifestations promotionnelles, à des séminaires, à des repas d'affaires ou à des visites de sites professionnels, à l'initiative de ces entreprises, titulaires ou non de marchés de l'Agence, peuvent représenter une occasion de contacts et d'échanges professionnels.

Les Agents peuvent y répondre positivement, avec l'accord préalable de leur hiérarchie.

Toutefois, en période de consultation, et ce jusqu'à la notification du marché, quelque soit le type de procédure retenue, les Agents s'abstiendront d'accepter tout repas ou visite de sites professionnels de la part d'un quelconque soumissionnaire.

Les Agents ne peuvent solliciter de telles invitations.

4. Cadeaux d'affaires et avantages

Les relations entre l'ANFR et ses titulaires de marchés sont fondés sur la clarté et sur l'honnêteté. L'achat de fournitures, services ou travaux pour le compte de l'Agence ne doit valoir aux Agents ou à leurs proches aucune ristourne ni remise à titre personnel ou avantage quelconque ;

Les cadeaux de toute nature, bien ou service, offerts par une entreprise aux Agents sont proscrits. S'ils leur ont été adressés directement, ils doivent être retournés à l'expéditeur. Lorsqu'ils sont volumineux, le bénéficiaire demande qu'ils soient repris.

Par dérogation au principe qui précède, les cadeaux de faible valeur marchande, offerts par exemple à l'occasion des fêtes de fin d'année, peuvent être acceptés, et partagés quand c'est possible au sein du personnel, mais ne doivent en aucun cas placer les Agents dans une situation de dépendance vis-à-vis du soumissionnaire ou du titulaire d'un marché.

5. Conflits d'intérêt

Les Agents doivent éviter toute situation de conflit d'intérêt entre les intérêts de l'Agence et leur intérêt personnel ou celui de leurs proches.

Ainsi les Agents doivent s'abstenir de traiter des dossiers dans lesquels leur pouvoir d'appréciation ou de décision est susceptible d'être influencé par la prise en considération d'intérêts nés de l'existence de liens directs ou indirects avec un soumissionnaire ou titulaire de marché à titre personnel.

Si une telle situation se produit, les Agents doivent en avvertir leur hiérarchie qui appréciera la situation particulière et arrêtera les dispositions pour garantir la neutralité de l'opération, ce qui peut conduire, le cas échéant, à en confier le suivi à un autre agent.

6. Négociation avec des fournisseurs

La négociation, en procédure adaptée ou formalisée, est strictement encadrée par le code des marchés publics. Quand un agent du département Marchés mène une négociation, dans les seuls cas autorisés par le dit code, il veille à assurer une stricte égalité de traitement entre chaque candidat. En règle générale, il fait participer aux négociations au moins un de ses collègues, de son département ou du service prescripteur, et assure la traçabilité de ces échanges.

7. Règles de confidentialité

Les Agents qui, à l'occasion d'un marché ou d'échanges professionnels, ont reçu communication d'informations ou de documents de nature confidentielle de la part des soumissionnaires ou titulaires de marchés, sont tenus de maintenir secrète et confidentielle cette communication. Cette obligation ne s'applique pas lorsque le contenu de cette communication est tombé dans le domaine public ou s'ils ont, au préalable, reçu l'autorisation, écrite et explicite de son émetteur, d'en disposer librement.