



© Liz Corman Photography / Fédération Française Natation

# GUIDE INTERNE DES PROCÉDURES D'ACHATS

Edition 2026

Fédération Française de Natation



# SOMMAIRE

<b>1. Introduction</b>	<b>04</b>	<b>4. La sélection du candidat</b>	<b>24</b>
1.1 Les grands principes de la commande publique			
2.2 Les catégories de contrats de la commande publique		<b>5. Attribution et exécution</b>	<b>26</b>
<b>2. Définition du besoin</b>	<b>07</b>	<b>6. Clôture</b>	<b>27</b>
2.1 La nature et l'étendue du besoin		<b>7. Synthèse : les étapes essentielles des achats</b>	<b>28</b>
2.2 La valeur du besoin			
2.3 Les outils		<b>8. Logigramme</b>	<b>29</b>
2.4 En cas d'incertitude		<b>9. Annexes</b>	<b>30</b>
<b>3. Le choix de la procédure</b>	<b>18</b>		

# GUIDE INTERNE DES PROCEDURES D'ACHATS

---

## 1. Introduction

L'objet de ce guide est de préciser les règles applicables aux achats effectués par la Fédération Française de Natation (FFN), en conformité avec les dispositions du Code de la commande publique.

Ce document a été élaboré dans une démarche d'amélioration de l'efficacité des achats réalisés au sein de la Fédération. Il vise à prévenir toute pratique non conforme à la réglementation en vigueur et à renforcer la maîtrise des risques liés à l'atteinte à la probité dans le cadre du processus d'achat.

La FFN ayant la qualité de pouvoir adjudicateur, tout achat, dès le premier euro, doit respecter les règles de la commande publique.

L'objectif de ce guide est également de permettre la formalisation des procédures et bonnes pratiques applicables en interne pour des achats dont le montant est inférieur à 40 000 € HT.

En fixant un cadre clair et partagé, ce guide a pour ambition de garantir la transparence, l'équité et la rigueur dans les procédures d'achat, tout en répondant aux besoins fonctionnels et stratégiques de la Fédération.

D'éventuelles dérogations, pouvant être justifiées par les spécificités propres à un marché, pourront être accordées par le Président ou le Directeur Général de la Fédération (c'est par exemple le cas lorsque le recours à un prestataire est imposé par la Fédération Européenne ou Internationale).







## 1.1 Les grands principes de la commande publique

---

### **Libre accès à la commande**

Tout prestataire a le droit de postuler à l'attribution d'un marché.

L'objectif est de garantir une mise en concurrence équitable. Il se traduit par une obligation de publicité, assurant à l'ensemble des prestataires un libre accès aux marchés publics. L'interdiction de soumissionner constitue une exception à ce principe.

Au titre de ce principe on trouve notamment la règle suivante : pour ne pas pénaliser les entreprises nouvellement créées et les petites et moyennes entreprises, l'absence de références relatives à l'exécution de marchés de même nature ne peut justifier, à elle seule, l'élimination d'un candidat.

Ce principe implique également de choisir une durée de marché raisonnable de manière à relancer régulièrement la mise en concurrence entre les candidats.

### **Egalité de traitement**

Tous les candidats à une commande publique disposent des mêmes chances pour la formulation de leurs offres, qui doivent être soumises aux mêmes conditions d'analyse. Il assure une concurrence saine et effective. Il reste qu'il existe des exceptions au principe, comme avec les marchés réservés et le droit de préférence.

En cas de discussion préalable à la procédure de marché public, il est nécessaire de transmettre les informations qui ont pu être discutées à cette occasion à l'ensemble des candidats.

### **Transparence**

Corollaire des principes de liberté d'accès aux contrats et d'égalité, il a pour but de garantir l'absence de favoritisme et d'arbitraire de la part du pouvoir adjudicateur et implique la publicité des marchés, la conservation des documents et la justification du choix du titulaire.



## 1.2 Les catégories de contrats de la commande publique

L'article L.2 du Code de la Commande Publique (CCP) indique que « *Les contrats de la commande publique sont les marchés publics et les concessions* ».

Outre ces deux catégories, le CCP identifie un troisième type de contrat : les contrats mixtes (art.L.1300-1 CCP).

### Les marchés publics

Les marchés publics sont les contrats conclus, en contrepartie d'une prix ou de tout équivalent, pour répondre à un besoin de :

- travaux : exécution, conception, réalisation de travaux ou d'ouvrage
- fournitures : l'achat, la prise en crédit-bail, la location ou la location-vente de produits
- services : réalisation de prestation de services

(Article L.1111-2 et suiv. CCP)

### Les contrats mixtes

Les contrats mixtes sont les contrats destinés à satisfaire des besoins qui relèvent du droit commun des marchés et d'autres qui n'en relèvent pas. Ces contrats nous intéressent particulièrement dans le cas des partenariats.

Focus sur l'application ou non des règles de la commande publique aux contrats de partenariats.



## 1.2 Les catégories de contrats de la commande publique

Focus sur l'application ou non des règles de la commande publique aux contrats de partenariats

Les contrats de sponsoring peuvent être des contrats « à deux faces » où le sponsor exécute son obligation de prix, en totalité ou en partie, sous forme de contreparties en nature.

Si le contrat de sponsoring passé par la Fédération lui permet de répondre à ses besoins de manière indirecte (le contrat lui permet d'obtenir les moyens financiers susceptibles d'être mobilisés pour répondre aux besoins matériels de la FFN) alors il s'agit d'un contrat de droit commun auquel les règles de commande publique ne sont pas applicables.

En revanche, si le contrat de sponsoring implique du sponsor, qu'il fournisse une prestation en nature considérée comme satisfaisant directement un besoin de la Fédération alors les règles de la commande publique sont applicables.

Il faut néanmoins que soient réunies deux conditions :

1. que ce besoin soit effectivement déterminé lors de la conclusion du contrat de sponsoring et,
2. qu'il ne puisse être matériellement satisfait autrement que par ce contrat de sponsoring.

Le contrat de sponsoring, lorsqu'il constitue un contrat mixte peut échapper aux règles de la commande publique lorsque la prestation en nature satisfait certes un besoin direct de la Fédération mais elle n'existe qu'indirectement et accessoirement, l'intérêt principal du contrat résidant dans le parrainage et non pas dans la réalisation du besoin.

### Application concrète sur les contrats de partenariats de la FFN

Contrat de droit commun dans lesquels le sponsor ne recherche que l'image associée à la FFN, ses EDF et/ou ses événements :

- Partenaire majeur
- Partenaires officiels
- Partenaires techniques

Contrat soumis au droit de la commande publique car la Fédération cherche à répondre à un besoin :

- Equipementiers
- Fournisseurs

## 2. La définition du besoin

Une détermination précise des besoins permet d'évaluer le montant et les caractéristiques des prestations à réaliser. En effet, cette description est essentielle dans le choix de la procédure applicable qui est déterminée en fonction du montant et des caractéristiques des prestations à réaliser. Ainsi, la régularité et la performance de la procédure d'achat mise en œuvre est également conditionnée par une phase d'analyse des besoins. La méthodologie d'identification du besoin se fait en plusieurs étapes :



### 2.1 LA NATURE ET L'ETENDUE DU BESOIN

« La nature et l'étendue des besoins à satisfaire sont déterminées avec précision avant le lancement de la consultation en prenant en compte des objectifs de développement durable dans leurs dimensions économique, sociale et environnementale » (article L.2111-1 CCP)



### 2.2 LA VALEUR DU BESOIN

« L'acheteur procède au calcul de la valeur estimée du besoin sur la base du montant total hors taxes du ou des marchés envisagés.

Il tient compte des options, des reconductions ainsi que de l'ensemble des lots et, le cas échéant, des primes prévues au profit des candidats ou soumissionnaires. » (article R.2121-1 CCP)



### 2.3 LES OUTILS

Le service acheteur peut s'appuyer sur différents outils pour définir précisément son besoin, tant sur sa nature, son étendue que sa valeur.



### 2.4 EN CAS D'INCERTITUDE

Les procédés de la commande publique pour répondre aux difficultés ou impossibilités de définir précisément les besoins ou les moyens d'y satisfaire.



## 2.1 La nature et l'étendue du besoin

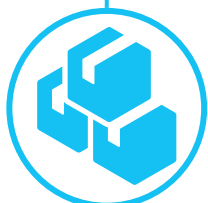
Pour une bonne évaluation des besoins, chaque collaborateur est invité à s'interroger sur les points suivants :



**La nature du besoin** : identifier précisément ce qui doit être acquis ou réalisé.



**Temporalité** : déterminer le moment et la durée pour lesquels le besoin doit être satisfait



**Quantité** : Evaluer le volume nécessaire pour répondre au besoin, ni plus, ni moins



**Qualité** : Définir le niveau d'exigence attendu

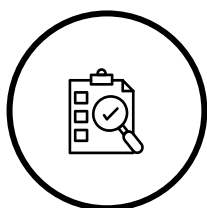


**Budget** : S'assurer que les besoins exprimés sont compatibles avec les moyens financiers disponibles



**Objectifs de développement durable** : intégrer des ODD dans leur dimension environnemental, économique et social.

## 2.1 La nature et l'étendue du besoin

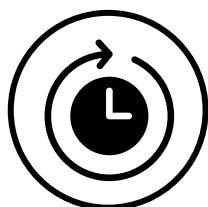


### La nature du besoin :

Le besoin correspond à tout achat destiné à alimenter l'activité générale de la fédération.



- Que veut-on acheter ?
- Est-ce un service ou des fournitures ? Quel est-ce service ou quelles sont ces fournitures ?
- Quels sont les livrables attendus ?



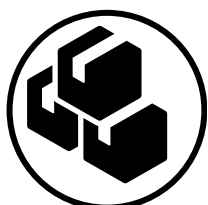
### Temporalité :

Il convient de distinguer deux notions :

- La durée du marché correspond à la durée totale de vie du marché. Un marché peut être reconductible.
- Le délai d'exécution du marché correspond au temps d'exécution accordé par rapport à une prestation précise.



- Pendant combien de temps ai-je besoin de ce service ?
- Dans quel délai les livrables, la prestation, les fournitures doivent-ils être livrés ?
- Quand la prestation doit-elle débuter ? Pour combien de temps
- A quelle fréquence le besoin se présente-t-il à moi ?
- Le besoin est-il récurrent ou ponctuel ? Une reconduction est-elle à prévoir ?



- **Quantité** : En marchés publics, il convient de raisonner dans une logique inter-services en appliquant la notion de "famille homogène" de fournitures et de services ou "d'opération" de travaux. De plus, le besoin pourra être évalué sur une ou plusieurs années s'il s'agit d'un besoin récurrent.

La notion de quantité diffère selon qu'il s'agisse d'un marché de service, dans ce cas elle se rapproche de la notion de valeur du besoin, et dans les marchés de fournitures, ou elle retrouve son sens le plus commun

## 2.1 La nature et l'étendue du besoin



### La qualité

Le besoin doit être défini par des spécifications techniques formulées :

- Soit par des références à des normes ou d'autres documents équivalents accessibles aux candidats (agréments techniques, éco labels...) approuvés par des organismes reconnus, notamment par des instances professionnelles en concertation avec les autorités publiques nationales ou européennes ;
- Soit en termes de performances ou d'exigences fonctionnelles ;
- Soit en combinant les deux catégories.

*NB : En l'absence de référence technique et fonctionnel, il conviendra de retenir le candidat proposant le produit ou le service le moins cher).*



- Quelles sont les caractéristiques incontournables du produits ou du service ?
- Quels sont mes attendus en termes performanciels ou en références à des spécifications techniques données ?
- Quel est le niveau de qualité exigé de l'achat ?



### Le budget

Le budget disponible pour l'achat doit être cohérent avec la valeur du besoin objet du marché, tel que défini au point 2.2.



- Quel est le budget dont le collaborateur dispose pour mener à bien son projet ?
- Existe t'il déjà un marché en cours d'exécution pouvant satisfaire le besoin défini ?
- Plusieurs directions sont elles susceptibles d'avoir le même besoin ? Auquel cas l'étendue du besoin doit globaliser les besoins de chaque direction.



## 2.1 La nature et l'étendue du besoin



### Objectifs de développement durable

« La nature et l'étendue des besoins à satisfaire sont déterminées avec précision [...] **en prenant en compte des objectifs de développement durable dans leurs dimensions économique, sociale et environnementale** » (article L.2111-1 CCP)

Le sport français s'est progressivement doté d'une charte des 15 engagements écoresponsables (annexe) qui s'applique au fonctionnement quotidien de la fédération ainsi que dans le cadre de l'organisation d'événement sportif. Ces 15 engagements répondent aux nécessités suivantes : limiter notre impact environnemental, lutter contre les discriminations, sensibiliser, mobiliser et former. Cette charte découle des 17 objectifs de développement durable définis par l'ONU dans son agenda 2030.

Dans les faits, il s'agit :

- d'insérer dans le cahier des charges des exigences ambitieuses et réalistes en matière d'achats responsables ;
- lorsque c'est possible, définir des critères d'évaluations environnementaux et sociaux adaptés à la nature de l'achat
- d'assurer un contrôle et un suivi des engagements des fournisseurs



- Ai-je connaissance de certains enjeux ou impacts environnementaux, sociaux, économiques de ce besoin ?
- Puis-je améliorer l'impact environnemental de cet achat ? Ex : labels, spécifications techniques, normes, objectifs fonctionnels.
- Puis-je améliorer l'impact social de cet achat ? Ex : accessibilité, insertion des personnes éloignées de l'emploi, respect des droits fondamentaux, égalité femmes-hommes ...
- Puis-je améliorer l'impact économique de cet achat ? Ex : favoriser l'accès des TPE-PME, des structures de l'ESS, sécuriser les approvisionnements.
- Existe-t-il des freins pour l'atteinte des objectifs environnementaux, sociaux et économiques identifiés ?



## 2.1 La nature et l'étendue du besoin

### Focus sur l'allotissement

#### Principe

L'article L.213-10 CCP dispose que «les marchés sont passés en lots séparés, sauf si leur objet ne permet pas l'identification de prestations distinctes. L'acheteur détermine le nombre, la taille et l'objet des lots ». L'allotissement constitue donc le principe dans le cadre des passations de marchés publics.

L'allotissement garantit le libre accès à la commande publique en favorisant la concurrence et en permettant à des entreprises de toutes tailles d'y participer.

Les lots sont déterminés en fonctions de considérations techniques.

Il est possible de limiter le nombre de lots auxquels un opérateur peut candidater ou même le nombre de lots pouvant être attribués à un même opérateur. En revanche, il est interdit d'imposer aux candidats de répondre à l'ensemble des lots, ou d'indiquer que l'ensemble des lots seront attribués au même opérateur économique. Le tout doit être indiqué dans les documents de consultations.

#### Exception

Il est possible de ne pas allotir dans les cas suivants :

- Absence de prestation distincte
- Impossibilité pour la Fédération d'assurer les missions d'organisation, de pilotage et de coordination ;
- L'allotissement restreindrait la concurrence ou risquerait de rendre techniquement difficile ou plus coûteuse l'exécution des prestations.

La décision de ne pas allotir doit être motivée en droit et en fait.

#### Exemples :

- Marché d'accompagnement et coordination du programme de présentation sportive :
  - Lot 1 - Accompagnement et coordination : programme de présentation sportive
  - Lot 2 - accompagnement et coordination : parcours et accueil spectateurs sur site
- Marché de production des magazine:
  - Lot 1 - Edition
  - Lot 2 - Maquette
  - Lot 3 - Impression
  - Lot 4 - Correction
- Marché de fourniture d'équipements sportifs:
  - Lot 1 : équipements pour les compétitions des Equipes de France et organisées par la FFN
  - Lot 2 : équipements pour les besoins des autres activités et manifestations sportives





## 2.2 La valeur du besoin

Après avoir déterminé la nature et l'étendue du besoin, chaque collaborateur doit estimer le montant de celui-ci sur toute sa durée.

Cette estimation de la valeur du besoin se fait sur la base du montant total HT du ou des marché(s) envisagé(s) en prenant en compte les périodes de reconduction, les options et éventuelles primes au candidat :

- Constitue un seul et même besoin l'ensemble de fournitures ou de services susceptibles d'être regardé comme homogène en raison de leur caractéristique ou constituant une unité fonctionnelle ;
- L'ensemble des prestations nécessaires à la réalisation d'un projet et faisant partie d'un ensemble cohérent est à prendre en compte de manière globale ;
- De manière générale, l'estimation de la valeur d'un besoin doit se faire de façon globale au niveau fédéral (des exceptions peuvent être admises sous conditions, tel est le cas notamment de la cellule CEN 2026).

En matière de marchés publics de services et de fournitures, l'acheteur, pour déterminer la valeur estimée de son besoin, doit prendre en compte la valeur totale des services susceptibles d'être regardés comme homogènes soit en raison de leurs caractéristiques propres soit parce qu'ils constituent une unité fonctionnelle.

Lorsqu'il s'agit pour l'acheteur d'acquérir des services ou des fournitures répondant à des besoins ponctuels, il doit procéder à l'estimation de la totalité des prestations concernées sur toute la durée du marché public.

En revanche, lorsqu'il s'agit de répondre à des besoins récurrents, l'article R. 2121-7 CCP prévoit deux méthodes de calcul de la valeur estimée du besoin. Ainsi, l'acheteur peut tout d'abord se référer au montant hors taxe des prestations exécutées au cours des douze mois précédents ou en fin d'exercice budgétaire, tout en tenant compte des évolutions du besoin susceptibles d'intervenir au cours des douze mois qui suivent la conclusion du marché public.





## 2.2 La valeur du besoin

*NB : Lorsque le marché vise à satisfaire un besoin concourant à la réalisation d'un même projet : l'ensemble des prestations de services ou de fournitures nécessaires à la réalisation du projet et faisant partie d'un ensemble cohérent doit être pris en compte de manière globale.*

Le « saucissonnage » est une pratique illégale qui consiste à découper une ou plusieurs opérations de moins de 40 000€ HT d'un achat qui devrait faire l'objet d'une seule procédure (MAPA ou formalisée) afin de se soustraire aux obligations de publicité et de mise en concurrence.

Afin d'éviter cet écueil, il est donc primordial de penser l'achat de manière globale. Toutefois, cela peut également permettre de mettre en avant les lots qui pourront composer le marché.

A titre d'exemple

- L'achat de lits de camps pliables et de tapis de sols destinées à équiper la même école maternelle constitue une unité fonctionnelle (CAA Bordeaux, 20 juin 2013, SARL FD2F contre Commune de Case-Pilote n° 11BX02368).
- si deux missions portent , l'une sur le contexte et la faisabilité d'une opération d'aménagement de site et l'autre sur la programmation de l'opération elle-même, elles constituent toutefois, compte tenu de leur objet, un ensemble homogène représentant une unité fonctionnelle. (CAA de Marseille, 26 février 2018, Société PR'OPTIM contre Syndicat mixte d'Arbois, n° 17MA00088)

En ce qui concerne les partenariats d'innovation, l'acheteur doit prendre en compte la valeur totale estimée des activités de recherche et de développement, que le financement soit pris en charge par l'opérateur économique ou par l'acheteur, ainsi que la valeur totale estimée des fournitures, services ou travaux innovants qui en sont le résultat, et dont l'acquisition est envisagée.



## 2.3 Les outils

Différents outils existent pour aider le collaborateur en cas de difficulté à évaluer son besoin.

1

### **Le benchmark**

Consiste à se comparer à d'autres structures similaires au regard de leur taille, de leurs compétences, de leur territoire, à analyser leurs pratiques, leur organisation, leurs stratégies, afin de s'en inspirer ou au contraire ne pas répéter les erreurs commises.

2

### **Le sourcing**

Pour préparer le marché, le collaborateur consulte les opérateurs économique, analyse le marché, sollicite des avis ou informe ces derniers des projet et exigences.

3

### **L'assistance à maîtrise d'ouvrage**

Externalisation de l'accompagnement sur un projet. Cette prestation peut être technique, financière, ou juridique.

## 2.4 En cas d'incertitude sur le besoin



### LES PRESTATIONS SUPPLEMENTAIRES EVENTUELLES (PSE)

L'acheteur peut demander aux soumissionnaires de proposer, dans leur offre, des prestations supplémentaires, qu'il se réserve le droit de commander ou non lors de la signature du contrat. Ces prestations doivent être en rapport direct avec l'objet du marché et le cahier des charges doit définir leurs spécifications techniques avec précision.

La définition des PSE appartient au seul acheteur et doivent apparaître dans le document de consultation.

La PSE ne se substitue pas à la solution de base décrite dans les documents de la consultation mais vient s'ajouter à ce qu'il sera possible d'exécuter dans le cadre du marché public.



### VARIANTES

Les variantes sont « des modifications, à l'initiative des candidats, de spécifications prévues dans la solution de base décrite dans les documents de la consultation ».

Si elle est retenue, la variante se substitue à la solution de base décrite dans les documents de la consultation, dans ses éléments qui en diffèrent.

Le choix de retenir une variante ne découle que de l'application des critères d'attribution qui permette de considérer qu'elle est économiquement la plus avantageuse parmi l'ensemble des offres de base et des variantes présentées.



## 2.4 En cas d'incertitude sur le besoin



### LES ACCORDS-CADRES

Ces contrats permettent de «présélectionner un ou plusieurs opérateurs économiques en vue de conclure un contrat établissant tout ou partie des règles relatives aux commandes à passer au cours d'une période donnée ».

Il existe deux types d'accord-cadre :

- à marché subséquent lorsque l'ensemble des stipulations contractuelles ne sont pas fixés et nécessite une nouvelle passation de marché
- à bon de commande lorsque l'ensemble de ces modalités sont fixés.

Dans un accord-cadre un ou plusieurs prestataires sont sélectionnés, c'est ensuite à lui ou eux que sont passés les marchés subséquents ou émis les bons de commande.



### OPTIONS

Les options sont des prestations susceptibles de s'ajouter, sans remise en concurrence, aux prestations commandées de manières fermes, elle doivent toutefois être prévues dans le contrat initial sous forme :

- de marché public similaire ;
- de tranche optionnelle ;
- de reconduction du marché ;
- ou de clauses de réexamen.



### LES TRANCHES

Un marché peut être fractionné en tranche ferme et optionnelle. Le titulaire s'engage sur l'ensemble des tranches, l'acheteur lui a le pouvoir d'affermir ou non les tranches optionnelles.

Dans quel cas ? Lorsque vous réussissez à définir le besoin mais que vous n'êtes pas sûr qu'il se réalisera.



### 3. LE CHOIX DE LA PROCEDURE

D'une part, la FFN ayant la qualité de pouvoir adjudicateur se doit de respecter les seuils de la commande publique applicables. Ces seuils sont déterminés tous les deux ans par la Commission Européenne. D'autre part, la FFN a déterminé des procédures internes simplifiées dans un objectif de transparence.

*Remarque : l'obligation de vigilance est une exigence légale qui impose à la FFN de contracter avec des fournisseurs/prestataires à jour de leurs cotisations sociales et fiscales au-dessus de 5 000 € HT. Il est donc impératif d'obtenir du ou des fournisseurs les attestations sociales et fiscales (année N-1) et un KBIS de moins de 3 mois.*



#### LES SEUILS DE LA COMMANDE PUBLIQUES

MONTANT DES ACHATS	OBJET DE L'ACHAT	PROCEDURE
< 40 000€ HT	Marchés de travaux, services ou fournitures	Procédure simplifiée (détaillée ci-après)
< 80 000€ HT	Lot dans le cadre d'une procédure formalisée ( à condition qu'il n'excède pas 20% de la valeur total du marché)	Procédure adaptée
< 221 000€ HT	Marchés de fournitures et de services	Procédure adaptée
∞	Marchés de services récréatifs, culturels et sportifs ; services prestés par les organisations associatives ; services d'hôtellerie et de restauration	Procédure adaptée
> 216 000€ HT	Marchés de travaux, services et fournitures	Procédure formalisée



### 3. LE CHOIX DE LA PROCÉDURE



#### PROCEDURE SIMPLIFIÉE POUR LES ACHATS INFÉRIEURS A 40 000€ HT

##### ACHATS DE MOINS DE 10 000€ HT

- ✓ Le choix de l'offre technique et financière la plus avantageuse est effectué par le collaborateur concerné qui complète un bon de commande (le cas échéant veillez à ne pas dépasser les plafonds définis au règlement financier). Ce bon de commande est notamment soumis au responsable de la ligne budgétaire sur laquelle sera imputée la dépense, avant que celle-ci ne soit engagée.
- 📢 Pas de publicité obligatoire, il est toutefois recommandé d'avoir des éléments de comparaison de prix.
- 👍 *Bonne pratique : Pensez à ne pas toujours recourir aux mêmes opérateurs économiques sans questionner les tarifs applicables.*

##### ACHATS ENTRE 10 000 ET 20 000 € HT





- 📄 Obtention de deux devis (minimum) auprès de prestataires/fournisseurs potentiels. Les devis doivent être facilement comparables quant à la prestation à acheter.
- ✓ Choix effectué par le collaborateur concerné qui complète un bon de commande pour validation, notamment par le responsable de la ligne budgétaire sur laquelle sera imputée la dépense, avant que celle-ci ne soit engagée.
- 👍 *Bonne pratique : Il est vivement recommandé de formaliser les besoins par écrit (mail). En outre, pour donner de la visibilité à son besoin, le collaborateur peut publier son cahier des charges sur le site de la fédération et/ou LinkedIn.*

### 3. LE CHOIX DE LA PROCÉDURE



#### PROCEDURE SIMPLIFIÉE POUR LES ACHATS INFÉRIEURS A 40 000€ HT

ACHATS ENTRE 20 000 ET 40 000€ HT

-  Formalisation par écrit des besoins (cf : document d'aide annexe 2).
-  Recueil de l'accord de principe de : DG, DGA, DAF, Directeur du service (directeur des opérations s'agissant des CEN 2026).
-  Envoi du cahier des charges aux opérateurs identifiés (3 minimum) et publication sur le site internet de la fédération tout en prévoyant un délai de réponse suffisant : 15 jours minimum.
-  Choix effectué par le collaborateur concerné qui complète un bon de commande pour validation avant que la dépense ne soit engagée.









### 3. LE CHOIX DE LA PROCÉDURE



#### MARCHÉS A PROCEDURE ADAPTÉE (MAPA) POUR LES ACHATS COMPRIS ENTRE 40 000€ ET 221 000€ HT

ACHATS ENTRE 40 000 ET  
220 999€ HT

-  Formalisation par écrit des besoins (cf : document d'aide annexe 2).
-  Recueil de l'accord de principe d'engagement des dépenses de : DG, DGA, DAF, Directeur.ice du service (directeur des opérations s'agissant des CEN 2026).
-  Rédaction d'un règlement de consultation, d'un cahier des clauses particulières et tout document permettant la compréhension du marché.
-  Publicité : profil acheteur (e-marchépublic) et, le cas échéant, BOAMP, notamment pour les achats supérieurs à 90 000€ HT.
-  Délai de remise des offres : 30 jours.
-  Analyse des offres (administrative et technique) avant décision par le Cercle de Compétences Appels d'Offres de la FFN.



### 3. LE CHOIX DE LA PROCÉDURE

#### MARCHÉS A PROCEDURE ADAPTÉE (MAPA) POUR LES ACHATS COMPRIS ENTRE 40 000€ ET 221 000€ HT

##### La négociation

La négociation est possible à condition d'être prévu dans les documents de consultations. Trois alternatives sont possibles en matière de négociation :

- la négociation est prévue sans réserve, c'est donc une obligation ;
- la négociation n'est pas prévue, elle n'est alors pas possible ;
- la négociation est prévue avec une réserve quant à la possibilité d'attribuer le marché sur la base des offres initiales sans négociation, dans ce cas, la Fédération a le libre choix de négocier ou non.

Dans l'hypothèse où les documents de consultation prévoient le recours, obligatoire ou facultatif, à la négociation, ils doivent préciser le nombre de candidats admis à la phase de négociations ainsi que les critères de sélection. En l'absence de telles précisions, l'ensemble des candidats ayant remis une offre devront être admis à la table des négociations.

Le nombre de candidat admis aux négociations est d'au minimum 3, le nombre maximum doit permettre une mise en concurrence effective sans perte de temps, être adapté à la réalité du marché économique objet de la procédure.





### 3. LE CHOIX DE LA PROCÉDURE



#### PROCÉDURES FORMALISÉES POUR LES ACHATS SUPÉRIEURS À 221 000€ HT

APPEL D'OFFRE

Formalisation par écrit des besoins (cf : document d'aide annexe 2).

Recueil de l'accord de principe sur l'engagement des dépenses de : DG, DGA, DAF, Directeur.ice du service (directeur des opérations s'agissant des CEN 2026).

Rédaction d'un règlement de consultation, d'un cahier des clauses particulières et tout document permettant la compréhension du marché.

Publicité : profil acheteur (e-marchépublic), BOAMP et JOUE

Délai de remise des offres : 30 jours à compter de l'avis de mise en concurrence

Analyse des offres (administrative et technique) avant décision par le Cercle de Compétences Appels d'Offres de la FFN.





## 4. SELECTION DES CANDIATS

### 4.1 ANALYSE DES CANDIDATURES

S'agissant des marchés à procédure adaptée ou à procédure formalisée, l'examen de la recevabilité des candidatures est obligatoire et porte notamment sur la vérification des capacités professionnelles, techniques et financières des candidats (en lien avec l'objet du marché et à la nature des prestations à réaliser).

Le collaborateur doit vérifier la complétude des pièces ou informations demandées. S'il constate que certaines sont absentes ou incomplètes, il peut demander à tous les candidats concernés de compléter leur dossier de candidature dans un délai approprié et identique pour tous. Les candidatures peuvent être déclarées irrecevables et être éliminées :

- Si le dossier de candidature est incomplet
- Si les candidats n'atteignent pas les niveaux minimaux de capacités préalables fixées et publiés par la FFN
- S'il n'a pas été fixé de niveaux minimaux de capacité, la FFN ne peut éliminer que les candidats ne disposant manifestement pas des capacités suffisantes pour exécuter le marché.

Le rapport d'analyse indique la décision d'admission ou de rejet de la candidature.

Le marché ne pourra être attribué que si le candidat retenu a fourni l'ensemble des attestations et certificats exigés dans le courrier l'informant de l'attribution du marché.



## 4.2 ANALYSE & EVALUATION DES OFFRES

Les critères de choix des offres sont au centre des enjeux de la mise en concurrence car de la clarté et de la précision de leur rédaction dépendra la qualité des réponses et donc la bonne satisfaction du besoin. Pour attribuer le marché au soumissionnaire ou, le cas échéant, aux soumissionnaires qui ont présenté l'offre économiquement la plus avantageuse, l'acheteur se fonde sur les critères identifiés au préalable et énumérés dans les documents de consultation.

- ☐= Les critères doivent être :
- objectifs
  - précis
  - liés à l'objet du marchés
  - connu des candidats, tout comme la méthode d'évaluation

- ☐= Le critère unique<sup>1</sup> : le prix ou le coût
- seulement pour les services ou fournitures standardisée dont la qualité est insusceptible de varier d'un opérateur à l'autre
  - le coût est déterminé selon une approche globale qui peut être fondée sur le coût du cycle de vie.

- ☐= Les critères multiples : le prix ou le coût et d'autres critères liés à des aspects qualitatifs, environnementaux ou sociaux. Par exemple, la qualité, les performances RSE, les délais d'exécution, les qualifications et l'expérience du personnel assigné, etc.

- ☐= Information des candidats
- Outre les critères et leur méthode d'évaluation, les documents de consultations doivent également contenir la pondération des critères, voire des sous-critères. Plus le produit est standard normalisé, plus le poids du critère prix/coût est important.

*1 Les conditions de recours au critères uniques évoluent au 21 août 2026, consulter l'article R2152-7 CCP*



## 5. Attribution et exécution

Le Cercle de Compétences Appels d'Offres est l'organe chargé d'examiner les candidatures et les offres des soumissionnaires dans le cadre des MAPA et des marchés issus des procédures formalisées. Il se prononce sur l'attribution des marchés publics.

La composition du CC AO est validée par le Comité Directeur de la FFN. Il se compose d'au moins 6 personnes dont :

- Deux personnes ayant voix délibérative issues du Comité Directeur ;
- Président.e du CC Juridique ayant voix délibérative ;
- DG, DGA et DAF de la fédération.

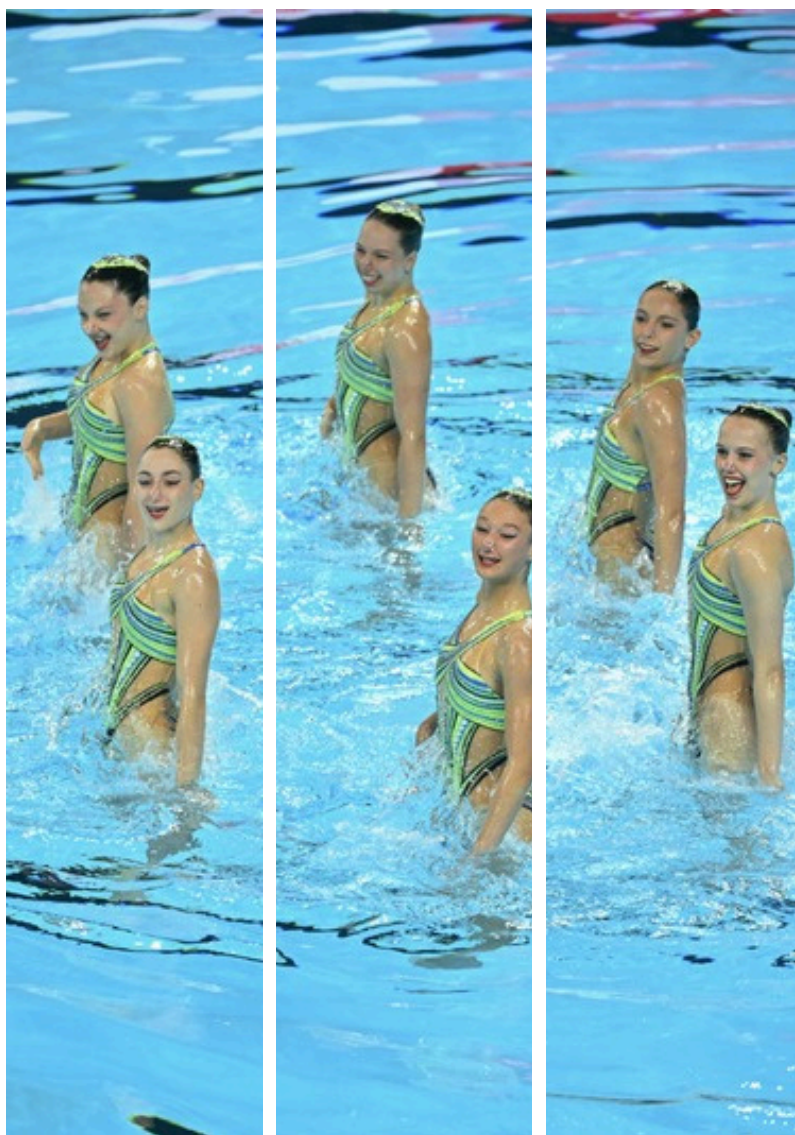
Le collaborateur à l'initiative de la procédure de commande publique ainsi que le responsable budgétaire concerné présentent leurs observations techniques au CC AO.

Après délibération du CC AO, notification de l'attribution est faite aux soumissionnaires.

Pour tout achat d'un montant supérieur à 20 000 €, un contrat signé entre la fédération et le prestataire/fournisseur est obligatoire (en cas de procédure formalisée ou adaptée, la signature de l'acte d'engagement peut suffire).

L'exécution du marché est ensuite contrôlée et suivie par le collaborateur concerné.

C'est également ce collaborateur qui réceptionne et transmet les factures au service comptabilité, selon les processus internes applicables.





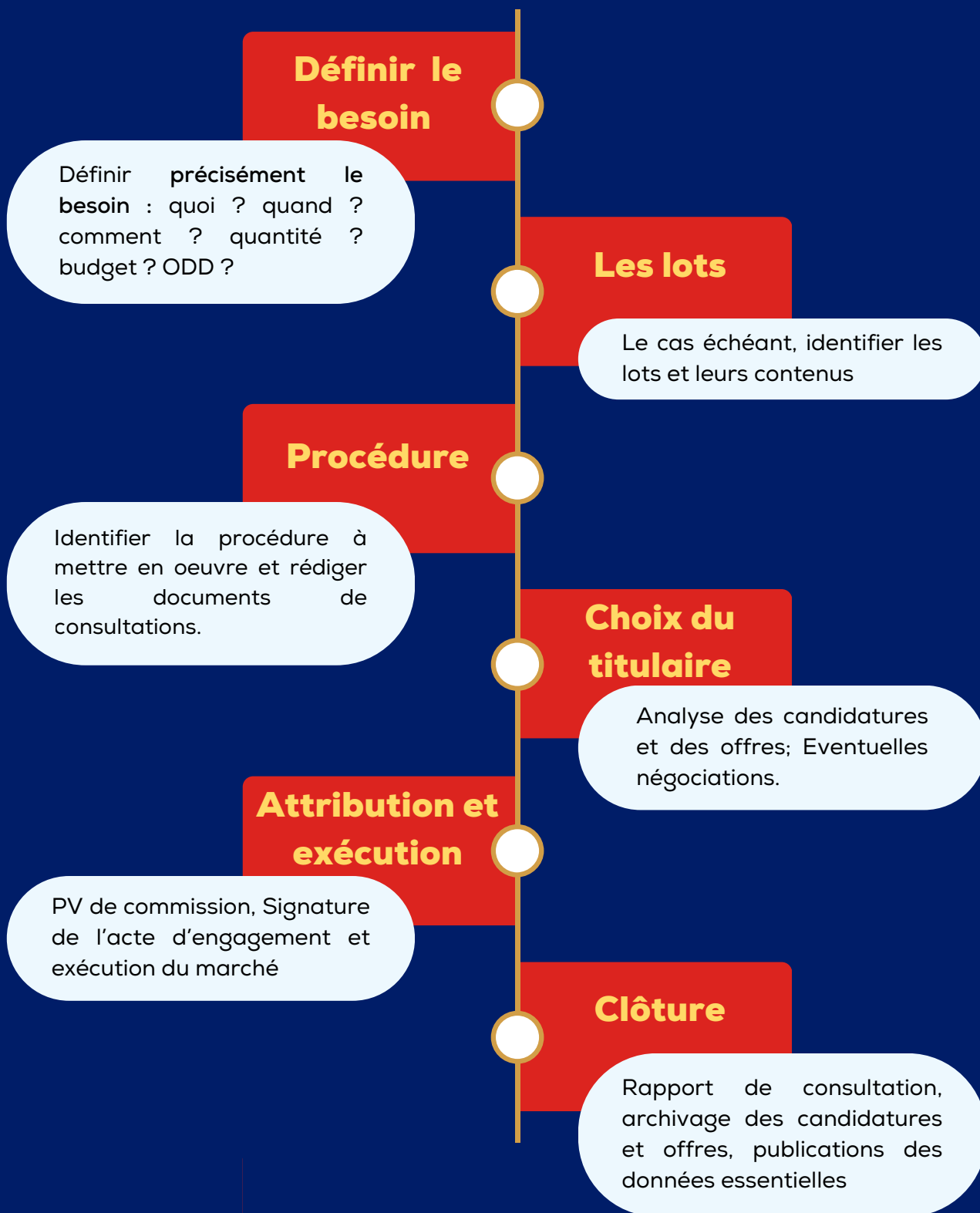


## 6. Clôture

Chaque collaborateur veille à l'archivage des consultations réalisées ainsi que des contrats conclus. A la demande de la direction générale, chaque collaborateur peut également être amené à assurer l'évaluation qualitative et quantitative des actions réalisées et en référer à la direction générale.

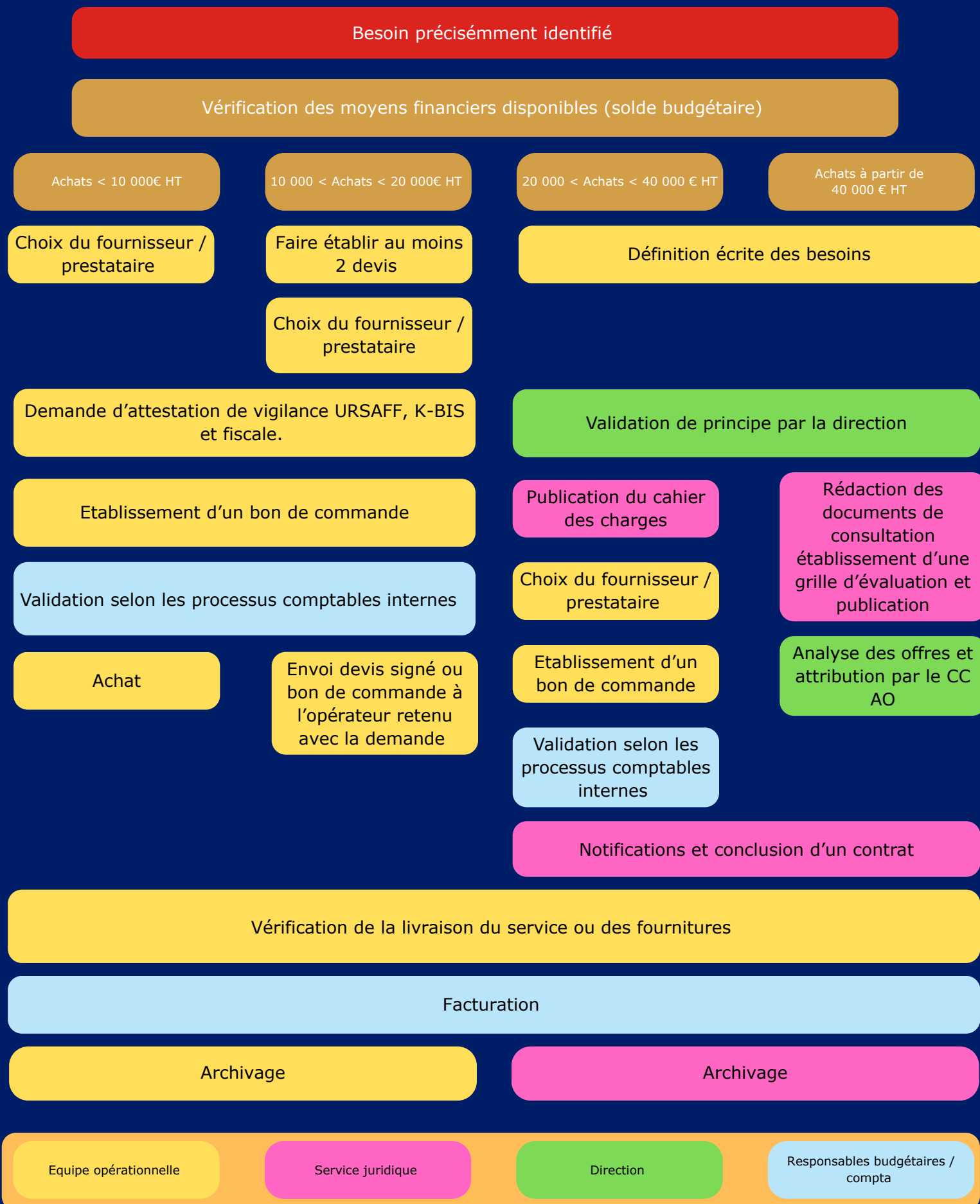


## 7. SYNHESE : LES ETAPES ESSENTIELLES DES ACHATS





## 8. LOGIGRAMME



## 9. Annexes

---

**Annexe 1** - Charte des 15 engagements éco-responsables

**Annexe 2** - Tableau d'aide à la détermination du besoin et à la rédaction d'un cahier des charges

**Annexe 3** - Politique RSE des Championnats d'Europe 2026

**Annexe 4** - Annexes financières

UN BON ACHAT COMMENCE TOUJOURS PAR UNE  
BONNE MÉTHODE.

**GUIDE RÉALISÉ PAR LE SERVICE JURIDIQUE DE LA FFN**

Pour toute question : [juridique@ffnatation.fr](mailto:juridique@ffnatation.fr)