

Délibération n°2023-58

**Le Conseil d'Administration, en sa séance du 7 juillet 2023,
sous la présidence de Madame Nathalie DOMPNIER, Présidente**

Vu le Code de l'éducation, et notamment les articles L712-2 et L712-3 ;

Vu le Code de la commande publique,

Vu les statuts de l'Université Lyon 2, adoptés par le Conseil d'Administration en sa séance du 27 avril 2018, modifiés ;

Vu la délibération n°2022-15 du 14 mars 2022 portant délégation de pouvoir du Conseil d'administration à la Présidente de l'Université Lumière Lyon 2 ;

Prend la délibération suivante :

Objet : Approbation du lancement et de la signature de marchés publics

Par la délibération n°2022-15, le Conseil d'Administration a délégué à la Présidente de l'Université le pouvoir d'approuver les marchés publics et leurs avenants d'un montant n'excédant pas 500 000 € HT pour les marchés de fournitures courantes et services et 2 000 000,00 € HT pour les travaux.

I- Marché de fourniture de services de prestation pour diffusion de campagnes de communication

Le Conseil d'administration approuve le lancement d'une nouvelle consultation pour couvrir les besoins liés aux campagnes de communication. En effet, avec l'évolution des supports de communication, les pratiques évoluent et les besoins en termes de communication augmentent, qu'il s'agisse du recours à des campagnes ciblées sur les réseaux sociaux, des campagnes de communication Web et print, ou encore de l'usage des supports proposés dans l'espace public lyonnais notamment sur les différents réseaux de transport du Sytral.

Les caractéristiques essentielles de ce marché sont fixées ainsi :

- Accord-cadre de fournitures courantes et services ;
- Procédure : accord cadre mono-attributaire à bon de commandes lancé sous la forme d'une procédure en appel d'offres ouvert ;
- Variante : pas de variante exigée ni de variante libre ;
- Prestation supplémentaire éventuelle : aucune ;
- Durée du marché : 1 an reconductible 3 fois 12 mois
- Montants des marchés
 - Lot n°1 : Prestation de service pour la diffusion de campagne de communication via les réseaux sociaux : 60 000 € HT max/an
 - Création de campagne d'image et/ou textes et/ ou vidéo sur les réseaux sociaux (publications sponsorisées) ;
 - Capacité à cibler l'usage des réseaux selon différents publics et éventuellement à le rediriger vers une url spécifique ;
 - Campagne longue (1 mois ou plus) ou courtes (1 semaine) ;
 - Capacité à conseiller sur les différents réseaux à viser selon la cible ;
 - Répondre à des enjeux de notoriété et de visibilité face à la concurrence pour accroître la visibilité de l'ensemble des activités de l'Université et de ses structures ;
 - Permettre l'ajustement du déroulé de la campagne en fonction des objectifs et des résultats par rapport aux cibles ;

- Rendre compte à l'issue d'une campagne avec des statistiques détaillées pour toutes les régies utilisées ;
 - Contenu « de base » fourni par l'établissement et ses structures : capacité du titulaire à compléter les éléments donnés, à proposer de nouveaux contenus qui pourraient permettre la réalisation des objectifs.
- Lot n°2 : Prestation de service d'insertion presse dans la presse locale, nationale, spécialisée pour des campagnes de communication ciblées print et web (display) : 150 000 € HT max/an
- Création d'insertion publicitaire ou de publireportage dans les médias pour accroître la visibilité de l'établissement, de ses activités, de ses formations et de sa recherche ;
 - Campagne longue (1 mois ou plus) ou courtes (1 semaine) ;
 - Proposer un panel de médias possibles aussi bien en Presse Quotidienne Régionale (PQR), nationale, et en presse spécialisée Enseignement supérieur et recherche et Education nationale ;
 - Conseiller et accompagner en fonction des objectifs de la campagne sur les médias à cibler ;
 - Conseiller l'usage de format papier et / ou numériques dans les insertions presse ;
 - Permettre la publication éventuelle dans des numéros hors-série dédiés à la formation ;
 - Rendre compte à l'issue d'une campagne avec des statistiques détaillées pour toutes les régies utilisées
- Lot n°3 : Service d'insertion publicitaire dans l'espace public lyonnais : 50 000 € HT max/an
- Proposer des supports de communication dans l'espace public (mobilier urbain, panneaux publicitaires...) et sur le réseau TCI (station de bus, tram et métro, véhicule du réseau...);
 - Cibler les usages en fonction du besoin : métro et/ou bus et/ou arrêts de bus et/ou panneaux déroulants.

Pour chaque lot, les critères relatifs à l'attribution des accords-cadres sont fixés conformément au tableau ci-dessous :

Critères de choix des offres	Pondération
Critère n°1 : prix des prestations	50 %
Critère n°2 : valeur technique Sous-critères • <u>2.1 : Conseil et adaptation 30%</u> • Méthodologie de conseils pour répondre aux objectifs de notoriété et de visibilité de l'Université, de ses structures et de ses activités ; 10% • Méthodologie proposée pour définir le support le plus adapté aux campagnes demandées, web, RS ou print ; 10% • Plan d'ajustement en cours de campagne pour cibler les meilleurs résultats ; 10% • <u>2.2 : Panel des médias proposés en presse spécialisée, presse quotidienne régionale, nationale et adapté à l'ESR 20 %</u>	50%

II – Marché de petites fournitures de bureau et petites fournitures de classement, diverses chemises et sous chemises, parapheurs.

Le conseil d'administration approuve le lancement et la signature de ce marché public selon les caractéristiques essentielles ci-dessous :

Lot 1 : Petites fournitures de bureau (exclusion des papiers de reprographie et papiers spéciaux, consommables d'impression, mobilier classique, mobilier conférence, accessoires informatiques, emballage, expédition et enveloppes, hygiène et entretien, équipement de protection individuelle).

Lot 2 : Petites fournitures de classement, diverses chemises et sous chemises, parapheur. Nous précisons qu'en vertu des articles L. 2113-12 du code de la commande publique et L. 5213-13-1 du code du travail, ce lot 2 est réservé à des entreprises adaptées qui emploient des travailleurs handicapés qui, en raison de la nature ou de la gravité de leurs déficiences, ne peuvent exercer une activité professionnelle dans des conditions normales.

- Marchés de fournitures courantes.
- Procédure : procédure d'appel d'offres ouvert en application des articles L.2120-1 3°, L.2124-2, R.2124-2 1° et R.2161-2 à R.2161-5 du Code de la commande publique
- Technique d'achat : : accord-cadre mono-attributaire à bons de commande en application des articles R.2162-7 à R.2162-14 du code de la commande publique.
- Variante : pas de variante exigée ni de variante libre autorisée.
- Prestation supplémentaire éventuelle : aucune.
- Clauses de réexamens prévues au contrat :

- Chaque année avant la date anniversaire du contrat, une révision du BPU pourra être mise en œuvre par les parties à la demande de l'acheteur dans l'objectif unique de renforcer le caractère écologique et responsable des produits listés, notamment dans l'objectif de supprimer les produits en matière plastique. À ce titre des références pourront être ajoutées et/ou substituées au BPU. Dans tous les cas, les modifications ne pourront intervenir que sur les familles de produits identifiés au BPU.
- Chaque année avant la date anniversaire du contrat une révision du BPU pourra être mise en œuvre par les parties à la demande de l'acheteur dans l'objectif unique de transférer tout ou partie des références des notes repositionnables du lot n°1 "Petites fournitures de bureau" vers le lot n°2 " Petites fournitures de classement, diverses chemises et sous chemises, parapheur ", permettant ainsi d'augmenter et/ou de diversifier la part des achats en réservation. Dans ce contexte, le titulaire du lot n°1 renoncera obligatoirement à toute exclusivité sur les références susmentionnées au profit du titulaire du lot n°2. De même dans la perspective de la mise en œuvre de cette clause les parties au lot n°2 pourront convenir d'augmenter le montant maximum annuel en valeur de l'accord-cadre après quantification et valorisation du besoin à satisfaire.
- Chaque année avant la date anniversaire du contrat une révision du BPU pourra être mise en œuvre par les parties à la demande de l'acheteur dans l'objectif unique d'identifier de nouveaux besoins récurrents non listés au BPU. À ce titre des familles et/ou des références pourront être ajoutées au BPU. Dans tous les cas, les modifications ne pourront intervenir que sur des produits en lien direct avec l'objet de l'accord-cadre.
 - En cas d'évolution technique et technologique de certaines références identifiées au BPU, les parties pourront s'accorder à tout moment sur le principe d'une substitution des produits venant en remplacement de ceux prévus au BPU. Le prix de ces nouveaux matériels, dont les performances doivent être au moins équivalentes, sera au plus égal à celui des produits auxquels ils se substituent.

- Montant des contrats:

- Lot n°1 « Petites fournitures de bureau » : sans minimum annuel en valeur et avec un maximum annuel en valeur de 100 000 € HT ;
- Lot n°2 « Petites fournitures de classement » : sans minimum annuel en valeur et avec un maximum annuel en valeur de 12 000 € HT max/an ;

• Lieux de l'exécution :

- Campus Porte des Alpes et ses sites extérieurs ;
- Campus Berges du Rhône et ses sites extérieurs

• Durée de l'accord-cadre :

Les présents accords-cadres sont passés à compter de leurs notifications pour une durée d'un an et seront reconduits tacitement par période successive de 1 an dans la limite de 3 reconductions sauf dénonciation par le pouvoir adjudicateur.

Pour chaque lot, les critères relatifs à l'attribution des accords-cadres sont les suivants :

Critères de choix des offres	Pondération
Critère n°1 : prix (commande masquée représentative des consommations annuelles et permettant de mettre en lumière les prix du BPU par rapport aux besoins à satisfaire)	40 %
Critère n°2 : valeur technique Sous-critères • <u>Performance et qualité des produits 15 %</u> ○ Qualité technique des produits sur la base des fiches techniques : 12 % - La traçabilité : lieu de fabrication, confection : la méthodologie mise en place pour permettre à l'Université de s'assurer de la traçabilité des produits et prestations prévues au BPU : 3% • <u>Gestion des commandes et suivi des stocks, site internet 10 %</u> ○ Méthodologie mise en place pour assurer le service après-vente, protocole et délais de reprise et d'échange des fournitures livrées en cas d'erreur : 3 % ○ Reporting financier des consommations : 3 % ○ Ergonomie et accessibilité du site en ligne jugées sur la base d'un banc d'essai : 4 %	25 %
Critère n°3 : performances environnementales ○ Capacité et méthodologie du titulaire pour effectuer des livraisons en mobilité durable sur les sites de Lyon, Bron (triporteur, vélo) : 10 % ○ Qualités environnementales des produits et matériaux utilisés dans les gammes dites vertes (Proportion de références confectionnées à partir de matière recyclée et produits rechargeables) : 20 %	35 %

- | | |
|--|--|
| ○ Méthodologie prévue par le soumissionnaire pour limiter l’empreinte
environnementale des emballages : 5 % | |
|--|--|

Membres en exercice : 36
Quorum : 18
Présents et représentés : 24
Dont
Pour : 23
Contre : 0
Abstention : 1

Fait à Lyon, le 10 juillet 2023,
La Présidente de l’Université

Nathalie DOMPNIER

La présente délibération sera publiée au recueil des délibérations et sur le site internet de l’Université au plus tard le 13 juillet 2023

La présente délibération peut faire l’objet :

- D’un recours gracieux devant l’auteur de l’acte. Ce recours doit être introduit dans un délai de deux mois à compter de sa publication si vous souhaitez pouvoir former un recours contentieux contre une décision de rejet de votre recours gracieux.
- D’un recours contentieux devant le tribunal administratif de Lyon dans un délai de deux mois à compter de sa publication

Date de transmission au Recteur, chancelier des universités : 13 juillet 2023