

# L'ORDONNANCE n° 2015-899 du 23 juillet 2015 ET LES ASSOCIATIONS SOCIALES, MEDICO-SOCIALES et SOCIO-EDUCATIVES



**MediAssoc**  
LA CENTRALE ASSOCIATIVE

**DELSOL** AVOCATS  
LA QUALITÉ LE MEILLEUR

## DOSSIER PRATIQUE POUR LES DIRIGEANTS ASSOCIATIFS

réalisé en collaboration par :

**Frédéric ANDRIEUX**  
Délégué général de MEDIASSOC

**Me Renaud-Jean CHAUSSADE**  
Avocat associé au cabinet DELSOL

## IMPACT DE L'ORDONNANCE n° 2015-899 du 23 juillet 2015 SUR LE FONCTIONNEMENT DES ASSOCIATIONS

L'ordonnance de 2015 ne crée pas un état de droit nouveau. Elle précise et renforce la définition des pouvoirs adjudicateurs qui était en vigueur depuis 2005<sup>1</sup>. Il s'agit d'encadrer la passation de marchés par les organismes publics ou certains organismes privés poursuivant un objectif d'intérêt général non économique. Elle précise les procédures à suivre sans révolutionner les fondements de la gestion administrative des associations.

1. Ord. n° 2005-649 du 6 juin 2005, art. 3

## QU'EST-CE QU'UN POUVOIR ADJUDICATEUR ?

Pas de changement dans la définition :

1. *Les personnes morales de droit public ;*

2. *Les personnes morales de droit privé qui ont été créées pour satisfaire spécifiquement des besoins d'intérêt général ayant un caractère autre qu'industriel ou commercial, dont :*

a) *Soit l'activité est financée majoritairement par un pouvoir adjudicateur*

Il s'agit de financements publics versés sans contrepartie spécifique : essentiellement des subventions définies par la loi<sup>2</sup> et la Jurisprudence<sup>3</sup>.

Les prix de journée et les dotations globales réglant la contrepartie financière de services spécifiques rendus par une association ne constituent pas des subventions mais un système de tarification de prestations de santé ou sociale en contrepartie d'un service rendu<sup>4</sup>.

Les associations du secteur social et médico-social ne sont pas, dans la quasi-totalité des cas, subventionnées. Elles ne sont pas concernées par ce critère de soumission à l'ordonnance.

b) *Soit la gestion est soumise à un contrôle par un pouvoir adjudicateur*

Le contrôle doit être en mesure d'influencer directement les décisions de l'association. Si elle jouit d'une autonomie organisationnelle et budgétaire et que le contrôle ne s'effectue qu'a posteriori, la jurisprudence considère qu'il y a absence de tutelle ou de contrôle de cette entité<sup>5</sup>.

Le contrôle a posteriori des associations du secteur ne peut être assimilé à une tutelle et ne fait pas de l'association un « pouvoir adjudicateur » (cette situation est sans changement depuis la précédente ordonnance de 2005).

2. Loi n° 2014-856 du 13 juillet 2014 relative à l'économie sociale et solidaire, art. 59

3. CJUE 12 sept. 2013 Aff. C-526/11 : « la notion de financement vise un transfert de moyens financiers opéré sans contrepartie spécifique, dans le but des soutenir les activités de l'entité concernée »

4. en particulier C.E. 6 juillet 1994 CMSEA n° 110494 et C.E. 29 décembre 1997 Ass. Les Nids, n° 160139). Voir aussi la note du 24 oct. 2008 de la D.G.A.S. et l'avis n° 2007-05 du Conseil National de la Comptabilité.

5. CJUE 12 septembre 2013 déjà cité

c) **Soit l'organe d'administration, de direction ou de surveillance est composé de membres dont plus de la moitié sont désignés par un pouvoir adjudicateur**

Les associations du « secteur privé » n'entrent pas dans cette catégorie.

3. **Les organismes de droit privé dotés de la personnalité juridique constitués par des pouvoirs adjudicateurs en vue de réaliser certaines activités en commun.**

Ce critère ne concerne que les organismes créés en commun par des pouvoirs adjudicateurs, ce qui n'est pas le cas des associations du secteur.

## QUELLES SONT LES OBLIGATIONS DES ASSOCIATIONS ?

Les associations du secteur social, médico-social et socio-éducatif reçoivent des financements publics en contrepartie de services rendus spécifiques. Leurs modalités de création, d'organisation interne, de dissolution ne sont pas soumises à une tutelle des pouvoirs publics mais à un contrôle a posteriori. Leurs organes dirigeants ne sont pas désignés par les pouvoirs publics. **Elles ne constituent pas des pouvoirs adjudicateurs** dont les achats devraient être soumis aux règles définies par l'Ordonnance du 23 juillet.

En revanche, elles doivent à leurs financeurs comme aux personnes auxquelles elles se consacrent **la garantie d'une bonne gestion des ressources dont elles disposent**. Les organismes publics avec lesquels elles contractent ne peuvent pas leur imposer unilatéralement de se soumettre aux règles de la commande publique (lourdes et budgétivores) mais, comme le font aujourd'hui les responsables des programmes européens, ils sont en droit d'attendre que **les associations apportent des éléments d'information concrets et transparents sur la méthode adoptée pour effectuer leurs achats les plus importants**.

## QUELLES TECHNIQUES EMPLOYER POUR ASSURER LA TRANSPARENCE ?

Ce qui compte est d'obtenir le meilleur rapport qualité/prix : pas obligatoirement le prix le plus bas si les conditions de garantie, de service, de reprise d'un bien ne sont pas les meilleures. Il s'agit de négocier un ensemble d'avantages par rapport au « prix public », le plus souvent en fonction du volume de la transaction.

Les petites associations sont de ce point de vue moins bien « armées » que les grands organismes pour obtenir les meilleures conditions d'achat négocié lorsqu'elles agissent individuellement. La solidarité entre grandes et plus petites structures est importante pour faire valoir un « effet de masse » auprès des fournisseurs. Plusieurs techniques sont utilisables, à condition d'en connaître les caractéristiques.

### L'APPEL D'OFFRES ASSOCIATIF

C'est une démarche qui peut être ouverte (publication, ouverture à tous) ou restreinte (limitée à des fournisseurs choisis mais attention aux critères de sélection : ils doivent être indiscutables et justifiés par rapport à l'objet du marché). L'association doit proposer le *cahier des charges*, qui sera le juge de paix des éventuelles interprétations du marché. Elle doit définir les critères de choix et désigner l'organe chargé de la décision finale.

Attention cependant de ne pas faire référence au régime de la commande publique dans le dossier de consultation rédigé par l'association pour rester dans une procédure purement privée (éviter la confusion des régimes) et ne pas se soumettre à un niveau de contrainte inutile. C'est en cela que se distingue l'appel d'offres « associatif » de l'appel d'offres applicable en marché public.

Compte tenu des risques encourus si les termes de l'appel d'offres associatif n'ont pas été « pesés » avec expérience et précision, il est préférable de s'entourer de compétences professionnelles spécifiques. Même s'il est souple et adaptable, l'appel d'offres associatif a donc un coût financier et

temporel qui en fait un outil adapté pour des marchés importants : construction d'un établissement, gros travaux, marchés d'achats portant sur des montants importants (par exemple plus d'un million d'euros).

## GROUPEMENT OU CENTRALE D'ACHATS ASSOCIATIFS

A ne pas confondre, malgré la proximité d'appellation. La **centrale d'achats** est une entité indépendante qui se substitue aux associations adhérentes pour passer les commandes et effectuer les achats en leur nom et pour leur compte. Elle est rémunérée par les associations adhérentes qui utilisent le service en prélevant une commission ou marge sur les ventes. Elle est l'intermédiaire obligatoire des achats (normalement, c'est elle qui passe la commande, qui règle le fournisseur et qui facture l'association mais il est possible de recourir à une formule plus souple ne comprenant que la passation des marchés associatifs).

Là aussi, attention de ne pas faire référence au régime de la centrale d'achats prévu dans l'ordonnance de 2015 si les associations membres ne sont pas pouvoirs adjudicateurs. C'est inutile et source d'insécurité juridique sur la nature publique ou associative des marchés passés par la centrale d'achats.

**Avantages** : il suffit d'adhérer et de cotiser pour profiter du service - **Contraintes** : pas de rapport direct avec le fournisseur - choix des produits à l'initiative de la centrale et parfois limité (marques, versions, options), pas de garantie de suivi des produits dans le temps (selon les choix de la centrale).

Le **groupement d'achats** est une initiative inter-associative qui peut se traduire par une coopération fonctionnelle (convention de groupement d'achats avec désignation d'un coordinateur) ou institutionnelle (création d'une structure dédiée). En cas de création d'une structure, l'entité est composée des seules associations membres (elles sont associées au capital s'il y en a un), dont elles assurent le financement et qu'elles vont utiliser pour effectuer en commun des achats de produits ou de services.

Là encore et pour les mêmes raisons, attention de ne pas faire référence au régime du groupement de commandes prévu dans l'ordonnance de 2015 si les associations membres ne sont pas pouvoirs adjudicateurs.

**Contraintes** : a priori seuls les membres bénéficient des services du groupement (recommandation d'un mode de fonctionnement fermé pour maîtriser l'activité ainsi que son régime juridique et fiscal) - les moyens à consacrer aux achats peuvent être conséquents (contenu, gestion et contentieux des appels d'offres associatifs, gestion des conflits) - exigence d'un partage de responsabilité entre les membres : nécessité de se mettre d'accord sur les achats . **Avantages** : maîtrise complète du processus d'achat (avec les limites éventuelles de l'effet de masse nécessaire).

## CENTRALES DE REFERENCEMENT

La **centrale de référencement** est une entité indépendante, comme la centrale d'achats. La différence est qu'elle négocie avec les fournisseurs des « remises plancher » dont vont bénéficier automatiquement les associations, sans s'immiscer dans le processus final d'achat : elle assure le contact direct entre l'association et le fournisseur et garantit que ce dernier accordera la remise négociée. En cas de difficulté, elle fait le lien entre l'association et le fournisseur. Son fonctionnement est assuré par la rémunération qu'elle obtient éventuellement des fournisseurs en fonction des ventes qu'ils ont effectuées (en principe, elle ne devrait pas avoir de coût pour l'association).

**Contraintes** : certaines centrales demandent (à tort) une cotisation qui peut être élevée; la mise en concurrence des fournisseurs n'est pas systématique : il faut rester vigilant sur le rapport remise/prix final - **Avantages** : l'association garde l'indépendance et la maîtrise finale de ses choix et du contact avec le fournisseur ou son antenne régionale; le tarif négocié par la centrale est garanti et elle peut obtenir un « bonus » local supplémentaire en fonction des circonstances; il n'y a pas d'obligation minimale d'achat ni d'exclusivité.

## LES PRÉCAUTIONS À PRENDRE

Dans tous les cas, il faut passer de la sélection théorique à l'examen des avantages pratiques : un tarif accordé par un fournisseur national sans la coopération de ses revendeurs locaux risque de vous réserver de bien mauvaises surprises lors du service après vente. Dans le domaine automobile, on peut profiter des offres de déstockage en fin d'année, à condition de vérifier que le millésime du véhicule ne soit pas N-1, que les tarifs des révisions et réparations sont prévus, etc.

Acheter mieux n'est pas toujours acheter le moins cher. Les associations ont à assurer un service permanent en cherchant l'excellence de la prestation : elles doivent s'appuyer sur des achats maîtrisés, dont le processus est transparent et dont la finalité est d'obtenir le meilleur rendement final.

Toutes les combinaisons ou presque sont possibles. L'association peut être associée, sans exclusivité aucune sauf clause contraire de tel ou tel accord, à un groupement d'achats (par exemple pour les achats de proximité) et avoir recours à une centrale d'achats ou une centrale de référencement pour d'autres acquisitions. Le tout est de pouvoir démontrer, en particulier aux financeurs publics, comment a été prise la décision d'achat et quels ont été les critères de choix qui ont été déterminants : le prix, la fiabilité du service après-vente, le coût de la location-vente, le niveau de confiance de la relation avec le concessionnaire local, etc.

## MEDIASSOC

### La centrale de référencement partenaire historique de la CNAPE

MEDIASSOC est l'association créée par des administrateurs de l'UNASEA en 2004 pour élargir à l'ensemble des associations du secteur les avantages des négociations tarifaires réservées jusque là aux « Sauvegardes ». La CNAPE est représentée au conseil d'administration de MEDIASSOC par un administrateur : Jacques FESSEMAZ jusqu'en 2016 puis Alain BOUCHON.

Centrale de Référencement, MEDIASSOC négocie auprès des grands fournisseurs **des tarifs spécifiques pour les associations du secteur social, médico-social et socio-éducatif**. Les associations ont alors **une relation directe, sans intermédiaire** avec le fournisseur.

**Les plus petites associations bénéficient des mêmes taux de remise que les « grandes »**. Et ce dès leur premier achat, en gardant la totale liberté de leurs choix. **Il n'y a pas de « chiffre minimum » à réaliser** pour obtenir les tarifs négociés. C'est la solidarité entre grandes et plus petites associations qui garantit « l'effet de masse » nécessaire pour obtenir les meilleurs tarifs.

MEDIASSOC a choisi **la gratuité de ses services pour les associations : pas d'adhésion, pas de cotisation**. Comme toute centrale de référencement, l'association est rémunérée par les accords de financement qu'elle peut conclure avec certains fournisseurs. Ces accords ne sont pas obligatoires et n'affectent pas les choix proposés.

#### LES ACCORDS TARIFAIRES DISPONIBLES :

- RENAULT : véhicules particuliers, utilitaires. Remises jusqu'à 38%.
- BRUNEAU : fournitures de bureau. Remises jusqu'à 25%.

#### LES APPELS D'OFFRES EN COURS en 2016 :

- REPROGRAPHIE/IMPRIMANTES
- ASSURANCES : AUTOMOBILE, RESPONSABILITE CIVILE, BÂTIMENTS, DEFENSE JURIDIQUE
- MOBILIER DE COLLECTIVITES

#### COMMENT UTILISER LES ACCORDS MEDIASSOC ?

- 1 - rendez-vous sur le site [www.mediassoc.org](http://www.mediassoc.org)
- 2 - authentifiez votre association (étape nécessaire pour limiter l'accès aux seules associations du secteur)
- 3 - vous avez alors accès aux infos sur les tarifs « grands comptes » dont vous bénéficiez. Vous disposez d'une assistance téléphonique en cas de besoin.
- 4 - vous éditez vous-même votre attestation MEDIASSOC qui garantira au fournisseur que votre association a droit aux tarifs MEDIASSOC.