

Services et équipements réseau-télécoms

Stratégie achat de l'Etat 2016-2019



Les achats de services et équipements télécoms aujourd'hui

Chiffre clé

520 millions d'euros TTC de dépenses annuelles en achat de services et équipements réseau-télécoms
(Données 2013)

Les achats réseau-télécoms de l'État représentent 520 M€ TTC dont 87 % pour la téléphonie fixe et les réseaux de données. Ils représentent environ 5 % du marché entreprises.

Malgré les gains obtenus, cette dépense est restée stable traduisant une réutilisation des marges dégagées pour développer les usages.

Les fournisseurs sont principalement de grandes entreprises. 86 % de la dépense est concentrée sur 15 fournisseurs.



Les pratiques actuelles de l'Etat

En 2015, les achats de l'État en matière de services et équipements réseau-télécoms sont réalisés via dix-neuf supports contractuels (5 ministériels, 9 interministériels, 5 UGAP).

Le degré de massification est d'environ 75 %. La taille atteinte sur les différents supports rend difficile une massification supérieure sans augmenter les risques opérationnels (notamment lors du déploiement) et dégrader, en conséquence, la satisfaction de l'utilisateur et la performance économique globale.

L'utilisation d'outils de suivi et d'optimisation de la dépense (TEM) et de gestion de parc, notamment pour les sous-segments de téléphonie fixe et mobile, doit encore être développée.



Le marché fournisseurs

Le marché fournisseur est fortement concentré avec deux opérateurs pour la téléphonie fixe et les réseaux de données, trois opérateurs pour la téléphonie mobile et cinq intégrateurs principaux pour la mise en œuvre de solutions.

Les acteurs du marché sont nationaux avec une couverture de l'ensemble de la métropole. Pour les DROM-COM, il existe un opérateur national et quelques opérateurs locaux.

Les opérateurs interviennent sur les marchés entreprises et grand public. Le premier représente 30 % de l'ensemble du marché. Les intégrateurs n'interviennent que sur le marché entreprises.

Le marché évolue vers la convergence des technologies, fixe-mobile, voix-données, informatique-télécoms vers le tout IP accompagné de la disparition progressive d'anciennes technologies (téléphonie commutée, réseau cuivre) conduisant à la refonte nécessaire des services de téléphonie fixe.

Les objectifs de l'Etat

- Optimiser et rationaliser les supports d'achat
- Proposer aux services des solutions innovantes
- Améliorer le pilotage et l'exécution des marchés

La stratégie achat 2016-2019



Le périmètre

Le segment « services et équipements réseau-télécoms » recouvre l'ensemble des achats de services et équipements de téléphonie fixe, téléphonie mobile (terrestre et satellite), réseau de données étendu pour l'accès aux sites de l'administration, réseau local pour l'accès aux postes de travail et visio-conférence.



Comment et par qui a-t-elle été élaborée et validée ?

La stratégie achat a été élaborée par une équipe interministérielle composée de représentants de tous profils (acheteurs, prescripteurs techniques) désignés par les missions achat des ministères.

Elle a été validée le **3 décembre 2015** en comité des achats de l'Etat réunissant les responsables ministériels des achats de chaque ministère sous la présidence du directeur des achats de l'Etat.

A qui s'applique-t-elle ?



La stratégie d'achat de services et équipements réseau-télécoms s'applique, sauf exception, à l'ensemble des services de l'Etat (administration centrale et services déconcentrés) en France métropolitaine et dans les DROM-TOM (en fonction des périmètres ministériels et des besoins).

Elle est présentée aux établissements publics sous tutelle de l'Etat qui peuvent y adhérer s'ils le souhaitent.



Les axes de la stratégie

Une harmonisation et une optimisation des supports d'achat



Un grand nombre d'achats dans ce segment s'apparente à des achats « standards » communs à l'ensemble des ministères : téléphonie fixe (services et équipements), mobile, visioconférence, réseaux locaux.

Pour ceux-ci, des supports d'achat seront construits en collaboration avec l'UGAP, sauf exceptions justifiées.

Une optimisation des usages et des processus



Le niveau de massification optimal ayant été atteint, la performance achat nécessite de travailler sur les usages et les processus

La mise en œuvre de solutions de gestion de parc et d'optimisation des usages (Telecom Expense Management) permettra de faciliter les déploiements, de piloter la dépense et de préparer la migration de la téléphonie fixe vers de nouvelles solutions.

La proposition de solutions innovantes



Pour les achats innovants ou à enjeux, nécessitant un pilotage fort de l'achat, des supports dédiés, ministériels ou interministériels associés à une démarche achat spécifique seront mis en œuvre.

Une performance environnementale et sociale de l'achat



Le cycle de vie des équipements sera pris en compte :

- systématisation d'une clause de recyclage des emballages et des produits électroniques en veillant à la traçabilité, le recours aux éco-organismes agréés et aux ESA ;
- lutte contre l'obsolescence programmée ;
- veille aux aspects logistiques de CO2,

Pour les marchés comportant une partie importante de services, une clause sociale sera également systématisée en quantifiant le volume d'heures allouables,

Les bénéfices pour les services

- *Le maintien de bonnes conditions économiques en matière de téléphonie (fixe et mobile) et de réseau de données.*
- *La mise à disposition d'outils de suivi (parcs et dépenses) permettant de mieux piloter les usages.*
- *Une offre de solutions innovantes offrant de nouveaux services .*

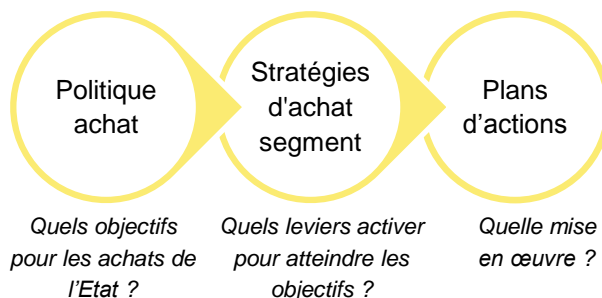
Mémo sur les achats de l'Etat

La politique achat de l'Etat

Elle est au service des politiques publiques et se décline autour de **5 axes** :

- contribuer à la **réduction des dépenses** de fonctionnement ;
- prendre en compte les **objectifs environnementaux** ;
- promouvoir la mise en œuvre des **clauses sociales** dans les marchés ;
- favoriser l'accès des **PME** à la commande publique ;
- inciter à l'**innovation**.
- **16 domaines** d'achat (ex. informatique et télécommunication)
- **65 segments** d'achat (ex. matériel informatique ; prestations informatiques ; etc.)
- **378 sous-segments** d'achat (ex. micro-ordinateurs ; serveurs ; etc.)

La nomenclature achat



Les leviers achat

Les leviers les plus couramment utilisés par l'acheteur sont notamment :

- l'**allotissement** ;
- la **mutualisation** des achats ;
- la **standardisation** des besoins ;
- la **négociation** dès que le code des marchés publics le permet ;
- l'**intégration de clauses** sociales et environnementales
- elle **définit les leviers et les objectifs de performance** attendus sur un segment ;
- elle est élaborée sur la base d'une **analyse exhaustive des besoins** comme du **potentiel du marché** ;
- elle peut proposer, dans certains cas, des **leviers différents** selon les périmètres ministériels ;
- elle **précise le plan d'actions** et la structure contractuelle pour les années à venir ;
- elle est **appliquée par l'ensemble des services**.

La stratégie achat segment

Pour en savoir plus

Rendez-vous sur le site internet de la direction des achats de l'Etat <http://www.economie.gouv.fr/dae> ou sur le Portail interministériel des achats, via cette adresse <http://dae.alize> (ministères financiers) ou <http://www.dae.finances.ader.gouv.fr> (autres ministères).

Contact : itai.dae@finances.gouv.fr