

## **RÉPUBLIQUE FRANÇAISE**

Ministère de l'environnement, de l'énergie et de  
la mer, en charge des relations internationales  
sur le climat

Ministère du logement et de l'habitat durable

Secrétariat général

Service des politiques support et des systèmes  
d'informations

Département des politiques ministérielles de  
fonctionnement et d'achat durables

Bureau de la politique ministérielle d'achats  
durables

A00

**Note du 7 juillet 2016**

**relative à la diffusion de la stratégie d'achat applicable au segment « abonnements-presse »**

NOR : DEVK1618682N

(Texte non paru au journal officiel)

**La ministre de l'environnement, de l'énergie et de la mer, chargée des relations  
internationales sur le climat,**

**La ministre du logement et de l'habitat durable,**

à

**Pour exécution :**

### **Préfets de région**

- Direction régionale de l'environnement, de l'aménagement et du logement (DREAL)
- Direction de l'environnement, de l'aménagement et du logement (DEAL)
- Direction régionale et interdépartementale de l'équipement et de l'aménagement d'Île-de-France (DRIEA)
- Direction régionale et interdépartementale de l'hébergement et du logement d'Île-de-France (DRIHL)
- Direction régionale et interdépartementale de l'environnement et de l'énergie d'Île-de-France (DRIEE)
- Direction interrégionale de la mer (DIRM)
- Direction de la mer (DM)
- Direction interdépartementale des routes (DIR)

### **Administration centrale**

Conseil général de l'environnement et du développement durable  
Commissariat général au développement durable  
Direction générale de l'énergie et du climat  
Direction générale des infrastructures, des transports et de la mer

Direction générale de l'aviation civile  
 Direction générale de l'aménagement, du logement et de la nature  
 Direction générale de la prévention des risques  
 Direction des pêches maritimes et de l'aquaculture

### Services techniques à compétence nationale

Centre d'études des tunnels (CETU)  
 Centre national des ponts de secours (CNPS)  
 Service central d'hydrométéorologie et d'appui à la prévision des inondations (SHAPI)  
 Service technique des remontées mécaniques et des transports guidés (STRMTG)  
 Service de l'armement des phares et balises (APB).

### Établissements d'enseignement

École nationale des techniciens de l'équipement (Aix-en-Provence, Valenciennes)  
 École nationale de la sécurité et de l'administration de la mer (ENSAM)

### Centre ministériel de valorisation des ressources humaines

Centres de valorisation des ressources humaines d'Aix-en-Provence, Arras, Clermont-Ferrand, Mâcon, Nancy, Nantes, Paris, Rouen, Toulouse, Tours et Centre d'évaluation, de documentation et d'innovation pédagogiques (CEDIP)

### Pour information :

Secrétariat général du Gouvernement  
 Secrétariat général du MEEM et du MLHD

|   |   |   |                                     |
|---|---|---|-------------------------------------|
| Résumé : Diffusion de la stratégie d'achat applicable au segment « abonnements-presse »   |   |   |                                     |
| Catégorie : Mesure d'organisation des services retenues par les ministres pour la mise en œuvre des dispositions dont il s'agit                     |   | Domaine : Administration  |                                     |
| Type : Instruction du gouvernement<br><input type="checkbox"/>  | et /ou<br><input checked="" type="checkbox"/> | Instruction aux services déconcentrés<br><input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> |                                     |
| Mots clés liste fermée : Rubriques Ministérielles   |   | Mots clés libres : stratégie achat  |                                     |
| Texte (s) de référence : Décret n°2016-247 du 3 mars 2016 créant la direction des achats de l'État et relatif à la gouvernance des achats de l'État |   |   |                                     |
| Circulaire(s) abrogée(s) :  |   |   |                                     |
| Date de mise en application : Immédiate   |   |   |                                     |
| Pièce(s) annexe(s) :<br>note du 21 juin 2016 relative à la stratégie d'achat applicable au segment « abonnements-presse »                           |   |   |                                     |
| N° d'homologation Cerfa :   |   |   |                                     |
| Publication   | BO <input checked="" type="checkbox"/>        | Site circulaires legifrance <input checked="" type="checkbox"/>                                       | Non publié <input type="checkbox"/> |

Par note du 21 juin 2016, la direction des achats de l'État a arrêté une nouvelle stratégie relative au segment « abonnements-presse ».

Ce segment recouvre l'ensemble des achats de presse et revues généralistes et spécialisées (hors juridique) destinées aux services de l'État.

Cette stratégie s'applique à l'ensemble des services de l'État et s'appuie sur les principes de la charte de politique de consommation en matière d'abonnements et de presse définie en mars 2016.

Elle repose sur le respect d'un dispositif contractuel qui comprend :

- un support services d'agences d'abonnements interministériel qui sera déployé en octobre 2016 ;
- un support kiosque numérique interministériel qui sera déployé à compter de décembre 2016 ;
- des accords tarifaires avec Le Monde, les Échos, Le Figaro, Le Monde et La Société générale de presse qui seront déployés à compter d'avril 2017.

Je vous remercie de veiller à l'application de ces dispositions dans vos services.

Le bureau de la politique ministérielle d'achats durables du service des politiques support et des systèmes d'information se tient à votre disposition pour tout renseignement complémentaire.

La présente note sera publiée au bulletin officiel du ministère de l'environnement, de l'énergie et de la mer, en charge des relations internationales sur le climat, et sur le site [circulaires.gouv.fr](http://circulaires.gouv.fr).

Fait le 7 juillet 2016

Pour les ministres et par délégation,  
le Secrétaire général

Francis ROL-TANGUY



Direction des Achats de l'État

59, boulevard Vincent Auriol  
Télédéc 033  
75703 Paris cedex 13  
Téléphone : 01 44 97 34 61  
Télécopie : 01 44 97 07 32

Paris, le 21 JUIN 2016



Le directeur

Note pour

Destinataires *in fine*

Affaire suivie par : Noémie Toulemonde  
[noemie.toulemonde@finances.gouv.fr](mailto:noemie.toulemonde@finances.gouv.fr)  
Tél : 01 44 97 29 99

Réf. : SAE-2016-03-1250

**Objet : Stratégie d'achat de l'État applicable au segment « Abonnements - presse ».**

**Réf. : Décret n°2016-247 du 3 mars 2016 créant la direction des achats de l'État et relatif à la gouvernance des achats de l'État.**

**P.j. : Fiche de communication synthétique de la stratégie ;  
Charte de politique de consommation.**

La présente note décrit la stratégie à appliquer par l'ensemble des services de l'État concernant les achats du segment « abonnements-presse ».

Ses dispositions sont applicables dès réception de la présente note.

#### Définition du périmètre

Le segment « abonnements-presse » recouvre l'ensemble des achats de presse et revues généralistes et spécialisées (hors juridique) destinés aux services de l'État.

Il ne comprend pas :

- Les revues juridiques (objet d'une prochaine stratégie)
- Les bases de données de presse
- Les dépêches d'agences de presse.

La dépense récurrente de l'État sur ce segment représente un montant de plus de 16 millions d'€ annuels répartis sur l'ensemble des ministères, et dont la moitié est effectuée auprès des agences d'abonnements.

#### Exposé général de la stratégie

La stratégie retenue vise à mieux répondre aux besoins des ministères tout en garantissant la sécurité des approvisionnements et une performance accrue des achats.

Suite à une analyse détaillée des besoins de l'État et une analyse approfondie du marché fournisseur, elle s'appuie notamment sur :

- La mutualisation des achats de services d'agences d'abonnements au sein d'un marché interministériel ;
- La négociation d'accords tarifaires avec plusieurs éditeurs majeurs ;
- La mise en place d'un accès « extranet » (disponible sur l'intranet ministériel) aux quotidiens nationaux ;
- Le recours au kiosque numérique comme alternative au distributeur de journaux ;
- La rédaction d'un guide des bonnes pratiques de lecture en ligne ;
- La mise en place d'une politique de consommation fondée sur le juste besoin ;
- Le recours au dispositif d'insertion « jeunes décrochés ».

#### **Bénéfices attendus**

La mise en œuvre des premières actions permettra de :

- Réduire le coût des abonnements aux titres les plus commandés ;
- Développer le recours au support numérique ;
- Parer au risque de défaillance des agences d'abonnements ;
- Réduire le sur-besoin ;
- Intégrer des clauses sociales dans les supports mutualisés.

#### **Application**

L'atteinte des objectifs attendus, et notamment l'atteinte des économies budgétaires, repose dès aujourd'hui sur le respect des principes énoncés dans la charte de politique de consommation ci-jointe, principes qui pourront éventuellement être renforcés au niveau ministériel par des mesures complémentaires.

Elle repose également sur le respect du dispositif contractuel qui sera mis en place dans le cadre de cette stratégie et qui comprend :

- Un support services d'agences d'abonnements interministériel qui sera déployé à compter de début octobre 2016 ;
- Un support kiosque numérique interministériel qui sera déployé à compter de décembre 2016 ;
- Des accords tarifaires avec Le Monde, les Échos, Le Figaro, Le Monde et La Société générale de presse qui seront déployés à compter d'avril 2017.

Le recours à ces supports sera obligatoire.

Le directeur des achats de l'État

Michel GRÉVOUL

#### **Destinataires :**

Monsieur le secrétaire général du Gouvernement

Mesdames et messieurs les secrétaires généraux

Monsieur le directeur des services administratifs et financiers du Premier ministre



Direction des Achats de l'Etat

## Abonnements et presse

### Stratégie achat de l'Etat 2015-2019

#### Chiffre clé

**16,7 millions d'euros de dépenses  
annuelles en abonnements-presse  
(moyenne 2013-2014)**



#### Les achats d'abonnements et presse aujourd'hui

La dépense annuelle interministérielle s'élève en moyenne, en 2013-2014, à 16,7 millions d'€ TTC, dont la moitié s'effectue auprès des agences d'abonnements.

Elle couvre 2 500 à 3 000 titres de presse différents, toute périodicité confondue, format numérique ou papier.



#### Les pratiques actuelles de l'Etat

Chaque ministère passe ses propres marchés et une faible centralisation des achats est constatée au niveau national (administration centrale et services déconcentrés).

Certains ministères ont d'ores et déjà déterminé des règles concernant l'accès aux abonnements et à la presse pour leurs services. Quelques uns ont également développé le recours à des supports numériques via un intranet ou une expérimentation du recours à un kiosque numérique.



#### Le marché fournisseurs

Les circuits d'approvisionnements en revues et journaux sont multiples. Il est possible de se fournir directement auprès des éditeurs ou auprès d'intermédiaires tels que :

- les agences d'abonnements ;
- les distributeurs de journaux et kiosquiers ;
- les kiosquiers numériques.

Le marché des agences d'abonnements se caractérise par sa fragilité économique et son hétérogénéité liée à la coexistence de grands groupes et de PME.

#### Les objectifs de l'Etat

- Réduire le coût des abonnements pour les titres les plus commandés.
- Développer le recours aux supports numériques.
- Diffuser aux services des règles d'accès aux abonnements et à la presse.



## La stratégie achat 2015-2019

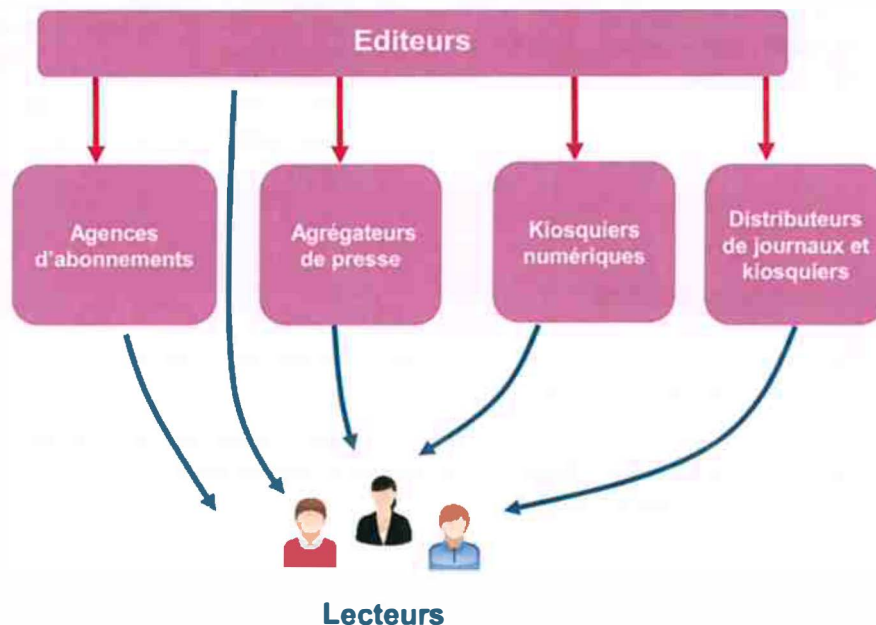


### Le périmètre

Le segment « abonnements-presse » recouvre l'ensemble des achats de presse et revues généralistes et spécialisées destinés aux services de l'État. Il ne comprend pas :

- les revues juridiques (objet d'une prochaine stratégie) ;
- les bases de données de presse, fournies par les agrégateurs de presse ;
- les dépêches d'agences de presse.

### Principaux fournisseurs de l'Etat sur le segment abonnements-presse



### 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, documentalistes, juristes) désignés par les missions achat des ministères.

Elle a été validée le 15 octobre 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 d'abonnements-presse s'applique à l'ensemble des services de l'Etat (administration centrale et services déconcentrés) en France métropolitaine et en DOM-COM.

Le ministère de la Défense est cependant exclu du champ du support contractuel interministériel « agences d'abonnements » car il dispose déjà d'un marché mutualisé national.

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





## Les axes de la stratégie

### La réduction des coûts des titres les plus commandés



Des accords tarifaires seront négociés avec les cinq principaux éditeurs regroupant les plus gros volumes d'achat de l'Etat.

### Le développement des supports numériques



Des supports contractuels interministériels seront élaborés pour la mise en place :

- d'un accès aux quotidiens nationaux depuis les intranets ministériels ;
- d'un kiosque numérique permettant de consulter différents journaux au format numérique « feuilleteable » à partir d'une plate-forme unique. Ce recours au kiosque numérique interviendra de manière progressive, comme alternative partielle au portage de la presse.

Un guide des bonnes pratiques de lecture sera diffusé aux utilisateurs. Il comprendra des conseils sur un usage « écoresponsable » de ces supports.

### Une sécurisation des achats aux agences d'abonnements



Afin de parer aux risques de défaillance des agences d'abonnements, un marché interministériel alloté sera disponible à l'automne 2016 .

### La mise en place d'une politique de consommation interministérielle



Un ensemble de règles interministérielles d'accès aux abonnements et à la presse fondées sur la recherche du juste besoin sera diffusé à l'ensemble des ministères, pour leurs administrations centrales mais aussi déconcentrées.

Sa mise en œuvre constitue un levier majeur de la performance économique.

### Une performance sociale de l'achat



Les supports contractuels concernant les services d'agences d'abonnements et le recours au kiosque numérique intégreront des clauses sociales telles que le recours au dispositif « jeunes décrochés » porté par le ministère de l'Education nationale.

## Les bénéfices pour les services

- Un accès aux grands quotidiens nationaux ouvert à tous les agents depuis les intranets ministériels.
- Un accès au kiosque numérique pour les cabinets ministériels, les directeurs, les services communication, etc.
- Une réduction du coût des abonnements des titres les plus commandés.
- Un dispositif sécurisant l'approvisionnement auprès des agences d'abonnements.



## 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://sae.alize> (ministères financiers) ou  
<http://www.sae.finances.ader.gouv.fr> (autres ministères).

Contact : [pg.sae@finances.gouv.fr](mailto:pg.sae@finances.gouv.fr)

---

**Charte de politique de consommation  
en matière d'abonnements et de presse**  
*mars 2016*

---

---

## **Préambule**

---

Les principes composant la politique de consommation de l'Etat en matière d'abonnements et de presse sont issus des travaux menés, de mars à juillet 2015, par un groupe de travail interministériel.

Ils participent à la mise en œuvre de la stratégie d'achat de l'Etat validée par le Comité des achats de l'Etat du 15 octobre 2015.

L'objectif pour l'Etat est de mettre en œuvre une gestion raisonnée et harmonisée des abonnements et de la presse.

Leur application concerne tous les achats de périodiques, journaux et revues généralistes ou spécialisés, effectués au bénéfice de l'ensemble des administrations centrales (y compris des cabinets ministériels), comme des services déconcentrés.

---

## **1. L'acquisition de ressources en lien avec l'activité professionnelle**

Il est rappelé que seules les ressources à usage professionnel peuvent être acquises. Ainsi, l'achat de périodiques concernant une activité de l'agent exercée en dehors de son administration n'est pas pris en charge sur le budget de celle-ci.

---

## **2. La compensation d'un nouvel abonnement par un désabonnement d'un montant équivalent**

Afin de répondre à l'objectif de maîtrise des dépenses de fonctionnement, tout nouvel abonnement ne peut être souscrit qu'après résiliation par le service ou l'agent concerné d'un ou plusieurs abonnements pour un montant tarifaire au moins équivalent.

---

## **3. La mutualisation des ressources**

Tout périodique acquis par un centre de documentation est réputé disponible pour l'ensemble des services du réseau documentaire, soit en accès direct, soit en accès indirect <sup>(1)</sup>.

De la même manière, tout périodique acquis au bénéfice d'un service est réputé disponible pour l'ensemble des agents du service.

La mutualisation des ressources respecte le droit de propriété intellectuelle et le droit de copie.

*(1) par exemple par l'intermédiaire d'un documentaliste*

---

## **4. La mise à disposition de produits documentaires de substitution**

La diffusion de produits documentaires <sup>(1)</sup> réalisés par les services documentaires ou par un prestataire spécialisé permet de répondre aux demandes d'accès à l'information sans augmenter le nombre d'abonnements.

Les services documentaires peuvent donc mettre à disposition de l'ensemble des services de leur réseau, des produits documentaires traitant de l'actualité immédiate. Ces produits viennent en complément d'autres ressources d'usage pérenne, comme les bases de données, les collections de revues et/ou les fonds d'ouvrages, papier et électroniques.

La diffusion des produits documentaires de substitution s'effectue dans le respect du droit de propriété intellectuelle et du droit de copie.

La mise à disposition de ces produits est soumise une évaluation préalable de leur coût global prenant notamment en compte l'acquittement des droits de copie et démontrant son caractère économiquement avantageux.

*(1) : revues de presse, bulletin récapitulatif des nominations,...*

---

## **5. Le développement du support numérique**

Le recours au support numérique est privilégié lorsqu'il n'entraîne pas de surcoût et répond de manière satisfaisante au type d'usage visé. Le choix opéré entre support papier et numérique tient compte de critères tels que la qualité de l'offre numérique, la simplicité d'accès ou la conservation des archives.

Pour un même périodique, un seul support par utilisateur est autorisé.

Quand l'offre de l'éditeur le permet, les abonnements combinés papier-numérique sont évités au profit d'un seul des deux supports. En revanche, si l'abonnement n'est proposé qu'en version combinée papier-numérique, deux utilisateurs différents en bénéficient.

Pour la presse généraliste, des alternatives à l'utilisation du support papier sont mises en œuvre via un service de kiosque numérique et un accès à plusieurs quotidiens nationaux depuis les intranets ministériels.

---

## **6. L'évaluation de l'utilisation**

Les renouvellements d'abonnements ne sont pas automatiques et dépendent du besoin réel.

Ainsi, l'utilisation des périodiques fait l'objet d'une évaluation, fondée notamment sur l'exploitation des statistiques de consultation. Les abonnements non utilisés ne sont pas renouvelés.