

MAPA

*Kit de survie  
pour élaborer un marché  
d'études ou de conseils*



Réunissant intercommunalités, collectivités de tous niveaux, associations d'élus et réseaux nationaux, Etd constitue un lieu ouvert d'échanges et de débats entre tous les acteurs du développement territorial. L'observation des modalités de coopération entre collectivités est un axe majeur des travaux d'Etd, qu'il s'agisse de coopération entre collectivités de même rang à l'échelle de territoires plus vastes ou entre des collectivités de niveau différent.

Centre de ressources national, Etd réalise des études dans les différents champs du développement territorial qui associent systématiquement des collectivités et, selon les thématiques, des partenaires spécialisés (ministères, centres de ressources, têtes de réseaux, etc.). Elle peut ainsi identifier les attentes et les difficultés des acteurs de terrain et interpeller les pouvoirs publics sur des sujets émergents.

Grâce à un travail de décryptage des politiques publiques, Etd favorise l'appropriation et la mise en œuvre de ces politiques par les décideurs locaux et leurs collaborateurs. Son expertise et ses préconisations méthodologiques sont diffusées via des publications et un ensemble de services.

Les résultats de ses travaux ont vocation à être rendus publics. Les missions d'Etd bénéficient du soutien du Commissariat général à l'égalité des territoires et de la Caisse des dépôts.



**Delphine Vincent**

Directrice d'Etd



Etd bénéficie du soutien du Commissariat général à l'égalité des territoires et de la Caisse des dépôts.

## SOMMAIRE

### 5 AVANT-PROPOS

### 7 Le MAPA : de quoi s'agit-il ?

### 9 Les principes généraux de la commande publique : quelles conséquences ?

9 La liberté d'accès à la commande publique

10 L'égalité de traitement entre les candidats

10 La transparence des procédures

11 Et finalement un 4<sup>e</sup> principe : le développement durable

### 12 Avant de se lancer : les questions à se poser

12 Quel texte appliquer ?

12 Comment organiser la maîtrise d'ouvrage ?

13 Ma convention constitue-t-elle un marché public ?

### 15 Bien penser son marché

15 La définition des besoins : un moment essentiel

16 Pour optimiser son marché : l'accord-cadre

17 Pour répondre à ses hésitations : l'option

17 Pour favoriser l'innovation : la variante

17 Si l'étude est complexe : ne pas hésiter à allotir

18 MAPA restreint : un moyen d'améliorer la qualité de l'offre

## **19 Choisir le formalisme adéquat**

**19** Quel formalisme ?

**21** Quel contenu pour les documents du dossier de consultation ?

**25** Assurer une publicité adaptée

## **29 Veiller à la légalité de la consultation tout au long de la procédure**

**30** Définition du seuil de passation : MAPA ou appel d'offres ?

**31** Réception des plis

**31** Sélection des candidatures et des offres

**34** Négociation : c'est oui ou non !

**35** Les règles à respecter avant l'achèvement de la procédure

## **40 ANNEXES**

**40** Les sigles de la commande publique

**41** Pour compléter vos connaissances

## Avant-propos

Ce guide s'adresse à tous les acteurs locaux amenés, au gré de leurs missions, à lancer ce que l'on appelle des « petits » marchés publics, les fameux marchés à procédure adaptée (MAPA). Du fait des champs de compétences d'Etd, ce guide, qui va sans doute devenir un kit de survie pour certains d'entre vous, s'intéresse tout particulièrement aux marchés d'étude ou de conseil.

L'objectif n'est pas de vous donner un cadre précis ou d'établir une liste à la Prévert des différentes situations possibles mais bien de vous faire comprendre ce que l'on peut appeler la « philosophie des MAPA » afin d'appréhender au mieux les différentes étapes d'une telle procédure.

Avec en toile de fond les principes de la commande publique, vous allez très vite comprendre que la recette d'un MAPA réussi tient à peu de chose : le bon sens !

La version électronique de ce guide est sur le site d'Etd. Cette version donne directement accès aux documents nécessaires à l'élaboration d'un marché (règlement de consultation, cahier des clauses administratives particulières, convention de groupement de commandes...).



## Le MAPA : de quoi s'agit-il ?

Le premier réflexe pour définir les MAPA est de partir d'une définition a contrario par rapport aux appels d'offres : lorsque le montant du marché est estimé au-delà de 207 000 euros HT, l'acheteur public applique la procédure de l'appel d'offres (ou du moins l'une des procédures formalisées), en-deçà, il suit celle de la procédure adaptée.

Sauf que le MAPA va au-delà de cette simple question de seuil. L'article 28 du Code des marchés publics définit la procédure adaptée comme une procédure « dont les modalités sont librement fixées par le pouvoir adjudicateur en fonction de la nature et des caractéristiques du besoin à satisfaire, du nombre ou de la localisation des opérateurs économiques susceptibles d'y répondre ainsi que des circonstances de l'achat ». Toute sa particularité réside ainsi dans ses modalités d'application qui sont laissées à l'appréciation de l'acheteur public, à la condition toutefois que les modalités qu'il retient ne portent pas atteinte aux principes de l'article 1er du Code des marchés publics (ou de l'article 6 de l'ordonnance du 6 juin 2005) que sont la liberté d'accès à la commande publique, l'égalité de traitement des candidats et la transparence des procédures.

Même s'il est voulu, ce clair-obscur dérouta beaucoup d'acheteurs qui sont alors tentés d'appliquer le cadre très rigide des procédures formalisées. Et ceci est bien dommage car ils perdent non seulement le bénéfice des avantages qu'offre la procédure adaptée mais s'inscrivent par ailleurs dans une logique contradictoire avec les deux objectifs fondamentaux de la commande publique, à savoir : l'efficacité et la bonne utilisation des deniers publics. En effet, le cadre des procédures formalisées nécessite plus de temps du fait du respect de différentes étapes mais aussi plus d'argent du fait d'une publicité plus coûteuse.

### > Le MAPA présente différents avantages

- gestion des délais selon les contraintes
- attractivité concurrentielle à travers notamment un formalisme contractuel flexible
- possibilité de négocier : gains sur la qualité et le coût
- dépenses réduites grâce aux gains sur la publicité.

Les modalités du MAPA laissées à l'appréciation du pouvoir adjudicateur ne doivent pas pour autant porter atteinte aux principes de la commande publique.

> **Quelque soit leur montant (en principe dès le 1<sup>er</sup> euro), les MAPA doivent respecter les trois principes suivants :**

- la liberté d'accès à la commande publique ;
- l'égalité de traitement des candidats ;
- la transparence des procédures.

> **Ces principes permettent d'assurer :**

- l'efficacité ;
- la bonne utilisation des deniers publics.

> **La bonne application de ces principes implique :**

- une définition préalable des besoins ;
- le respect des obligations de publicité et de mise en concurrence ;
- le choix de l'offre économiquement la plus avantageuse.

> **Leur non-respect entraîne des sanctions :**

- par le juge administratif : annulation de la procédure et donc du contrat ;
- par le juge pénal si une infraction pénale est commise : prise illégale d'intérêt, délit de favoritisme.

# Les principes généraux de la commande publique : quelles conséquences ?

L'acheteur est invité à définir lui-même les modalités de passation du MAPA qui reste (et surtout ne l'oublions pas !) un marché public devant respecter les principes du Code des marchés publics.

À chaque étape de la procédure, l'acheteur doit ainsi se demander s'il respecte bien les trois principes que sont la liberté d'accès à la commande publique, l'égalité de traitement entre les candidats et la transparence des procédures.

Il en découle tout un ensemble d'obligations.

## La liberté d'accès à la commande publique

Quelles que soient leur taille et leur statut, les entreprises doivent pouvoir accéder librement à la commande publique sous réserve qu'elles ne se trouvent pas dans une situation d'exclusion et qu'elles remplissent les conditions d'accès. Dès lors, l'acheteur public doit notamment :

- mettre en concurrence systématiquement.
- ne pas prévoir des délais trop courts pour la remise des plis.
- ne pas favoriser les entreprises locales par l'application de délais très courts d'intervention qui ne se justifient pas.
- la collectivité ne peut exiger des candidats que des renseignements permettant d'évaluer leurs capacités professionnelles, techniques et financières. Ne pas exiger des candidats qu'ils fournissent des agréments mais simplement les inviter à le faire.
- ne pas retenir une entreprise au motif qu'elle travaille avec la collectivité depuis plusieurs années, même si elle donne satisfaction (puisque d'autres le pourraient également).
- ne pas rejeter des nouvelles entreprises au stade de la candidature : l'absence de références équivalentes n'est pas un motif d'élimination.

## L'égalité de traitement entre les candidats

Tous les candidats à un marché doivent être traités de la même façon. Les candidats doivent ainsi bénéficier des mêmes informations et des mêmes règles de compétition ; ce qui implique notamment de :

- traiter les candidats de la même manière : les mêmes informations doivent être adressées à tous (dossier de consultation) ;
- si des informations complémentaires sont à communiquer en cours de consultation, il faut les adresser par écrit (courrier, e-mail) à l'ensemble des candidats ;
- si des informations sont à demander à un candidat afin qu'il précise son offre : il faut le demander à tous les candidats se trouvant dans la même situation ;
- en cas de prolongation du délai de consultation, il faut en informer l'ensemble des candidats au moins quelques jours avant le jour de la remise des offres (ne pas le prolonger le jour de la remise des offres).

## La transparence des procédures

L'acheteur doit garantir à tous les candidats un degré de publicité adéquat permettant une libre-concurrence et un contrôle de l'impartialité de la procédure. Ce principe se traduit notamment par le fait de :

- mettre en œuvre une publicité des procédures ;
- garder une trace des négociations ;
- communiquer les pièces du marché aux candidats évincés qui le demandent et ce, seulement après la signature du marché ;
- informer dans les plus brefs délais, les candidats des motifs de sa décision de ne pas attribuer le marché ou de recommencer la procédure ;
- motiver le choix du titulaire ;
- publier au cours du premier trimestre de chaque année une liste des marchés conclus l'année précédente ainsi que le nom des attributaires.

## Et finalement un 4<sup>e</sup> principe : le développement durable

L'article 5 du Code impose à l'acheteur public de définir avec précision la nature et l'étendue de ses besoins en prenant en compte des objectifs de développement durable. Même si l'application de cette obligation n'est pas évidente pour un marché d'études ou de conseils, l'acheteur doit s'interroger dès que cela est possible sur les possibilités d'intégrer des exigences en termes environnementaux et sociaux.

D'autres articles prennent en compte la notion de développement durable :

- l'article 14 permet d'intégrer des modalités d'exécution comportant des éléments à caractère environnemental et social ;
- l'article 15 permet de réserver certains marchés à des structures accueillant majoritairement des personnes handicapées ;
- l'article 53 permet d'évaluer les offres des candidats selon des critères de jugement parmi lesquels figurent les performances en matière de protection de l'environnement et en matière d'insertion professionnelle des publics en difficulté.

À ce titre, il convient de distinguer les critères d'attribution des modalités d'exécution prévues par l'article 14, les premiers permettant le choix du titulaire du marché alors que les seconds fixent les conditions du marché qui s'imposeront au titulaire.

Au final, pour acheter durable, il ne suffit pas d'intégrer des clauses environnementales et sociales. Pour aboutir à l'objectif fixé, il faut en effet mettre en place une véritable stratégie d'achat qui passe non seulement par une bonne définition des besoins mais aussi un suivi de l'exécution du marché pour aboutir à l'objectif fixé.

# Avant de se lancer : les questions à se poser

## Quel texte appliquer ?

La commande publique, c'est avant tout deux textes : le code des marchés publics et l'ordonnance du 6 juin 2005.

Si vous êtes une collectivité ou un établissement local tel qu'un EPCI, un syndicat de communes, un syndicat mixte (Pays, PETR, PNR, pôles métropolitains...) : le Code des marchés publics s'applique.

Si vous êtes une association financée ou contrôlée par des fonds publics : l'ordonnance du 6 juin 2005 s'applique.

C'est le cas d'un grand nombre d'organismes dépendant de la sphère publique comme les sociétés d'économie mixte, les sociétés publiques locales, les associations financées ou contrôlées par des collectivités publiques telles que les Pays... Les dispositions de l'ordonnance du 6 juin 2005 sont relativement similaires. Il existe seulement quelques différences : le seuil de dispense de 15 000 euros HT et le seuil de publicité de 90 000 euros qui n'existent pas, les procédures formalisées qui donnent seulement lieu à la publication d'un avis de marché dans le JOUE, le BOAMP n'étant pas obligatoire.

## Comment organiser la maîtrise d'ouvrage ?

La maîtrise d'ouvrage d'une étude peut être unique ou multiple. En effet, plusieurs structures peuvent acheter en commun en passant par un groupement de commandes (article 8 du Code).

Un groupement de commandes est une mutualisation qui apporte beaucoup d'avantages : moins de personnes mobilisées pour lancer une consultation, moins de risques d'infructuosité, des prix plus intéressants... et du côté des entreprises : un gain de temps ! Certains prestataires peuvent en effet passer jusqu'à 60 jours par an à répondre aux consultations.

Au préalable, les différents acheteurs devront signer une convention constitutive de ce groupement. Cette convention désigne un coordon-

nateur parmi les membres du groupement. Les missions de ce coordonnateur doivent y être précisées. Au minimum, il organise l'ensemble des opérations de sélection mais il peut aller plus loin en signant, en notifiant le marché et en l'exécutant au nom de l'ensemble des membres du groupement (signature des avenants...). Il est aussi important de préciser les engagements de chacun ainsi que la clef de répartition financière.

Notez par ailleurs qu'il n'est pas possible d'adhérer à un groupement momentané en cours de passation ou d'exécution.

## Ma convention constitue-t-elle un marché public ?

L'article 1<sup>er</sup> du Code des marchés publics définit les marchés publics ainsi : ce « sont les contrats conclus à titre onéreux entre les pouvoirs adjudicateurs et des opérateurs économiques publics ou privés pour répondre à leurs besoins en matière de travaux, de fournitures ou de services ».

### > Marché public et subvention

La subvention se distingue du marché public selon deux critères : l'initiative du projet doit venir de la structure bénéficiaire (en principe, une association) et l'absence de contrepartie directe. La subvention est destinée à soutenir financièrement une action initiée et menée par un tiers contrairement au marché public, où le prestataire agit à la demande de la collectivité publique pour répondre aux besoins qu'elle a elle-même définis. Dans le cadre de la subvention, la collectivité n'attend aucune contrepartie directe du bénéficiaire. Si la collectivité est à l'initiative du projet, les règles de la commande publique s'appliquent.

### > Marché public et convention de partenariat

Même si cette formulation est assez courante, une « convention de partenariat » n'a pas de traduction juridique. Si son objet est la réalisation d'une prestation, la « convention de partenariat » est alors ni plus ni moins qu'une convention de prestation soumise aux règles de concurrence, même si la personne réalisant la prestation est une personne publique. Dans la commande publique, que la personne co-contratante soit de nature privée ou publique, les règles de la concurrence s'appliquent.

### > **Marché public et contrat « in house »**

Un contrat « in house » déroge aux règles de la commande publique s'il remplit deux conditions (CJCE, 18 novembre 1999, Teckal) :

- 1 - l'autorité publique doit exercer sur la structure en cause un contrôle analogue à celui qu'elle exerce sur ses propres services, ce qui se traduit notamment par le fait que les membres de la structure soient tous publics et qu'ils exercent un contrôle préalable sur la délégation et les missions confiées.
- 2 - la structure réalise l'essentiel de ses activités avec le ou les membre(s) qui la détienne(nt).



#### *À noter*



*Ne pas interpréter trop largement la condition du contrôle analogue.*

---

### > **Les exceptions**

L'article 3 du Code exclut certains marchés de son application comme par exemple les marchés de services de recherche et développement...

# Bien penser son marché

## La définition des besoins : un moment essentiel

La définition des besoins, imposée par le Code des marchés publics, est un élément essentiel. Elle a pour but d'évaluer au plus juste les besoins et les moyens pour les satisfaire. L'acheteur ne doit pas hésiter à prendre du temps pour la définition des besoins qui, rappelons-le, est un élément fondamental ; le temps ainsi passé permet d'éviter bien des aléas.

Une fois son besoin défini, l'acheteur adapte le montage de son marché en fonction de ses différentes contraintes : objet du marché, délais, incertitudes sur les quantités...

Un marché bien pensé, c'est la garantie :

- d'éviter une incompréhension de la part des candidats ;
- d'éviter une adaptation de la procédure en cours de consultation ;
- de respecter les règles budgétaires et les enveloppes de crédits votées ;
- d'éviter les avenants qui peuvent très vite poser problème dans un contexte de diminution budgétaire et avoir des conséquences sur l'exécution des travaux (plafond de 15% sauf sujétions techniques imprévues) ;
- d'écarter la responsabilité éventuelle de l'acheteur public.

Pour connaître les prix pratiqués, l'acheteur ne doit pas hésiter à échanger avec les bureaux d'études et les autres acheteurs.

## S'il existe des incertitudes

### > Sur la quantité : prévoir un marché à bons de commandes

Le marché à bons de commande est une solution lorsque l'acheteur public n'est pas en mesure de définir avec exactitude la quantité de ses besoins. Il est aussi le moyen de tenir compte de l'évolution des besoins.

Pour l'accord-cadre comme pour le marché à bons de commandes, il est nécessaire de préciser un montant maximum afin de rester sous les seuils et ne pas tomber dans la procédure formalisée ainsi qu'un montant minimum pour rendre le marché attractif auprès des entreprises. À cet égard, la mutualisation permet de proposer un minimum attractif et ainsi d'éviter aux petites collectivités d'avoir des marchés infructueux.

---

### À noter

- *La durée de ce marché est limitée à quatre ans (comme pour l'accord-cadre).*
- 

#### > **Sur l'étendue du besoin : opter pour le marché à tranches conditionnelles**

Lorsque l'étendue du besoin n'est pas certaine pour des raisons budgétaires ou techniques, la collectivité peut alors passer un marché à tranches conditionnelles.

Le marché à tranches conditionnelles comporte ainsi une tranche ferme et une ou plusieurs tranches conditionnelles. L'acheteur n'est engagé que sur la tranche ferme ; le prestataire sur l'ensemble des tranches du marché. L'exécution de chaque tranche conditionnelle est soumise à une décision de la collectivité, notifiée au titulaire dans les conditions du marché : on dit alors que la tranche a été affermie.

#### > **Sur le déroulement du marché : le phasage est alors la solution**

Pour les marchés scindés en phases, il est possible de ne pas poursuivre l'exécution au terme de chacune de ces phases. Cette possibilité est prévue par l'article 20 du Cahier des clauses administratives générales applicables aux marchés publics de prestations intellectuelles. Pour en bénéficier, deux conditions doivent être remplies :

- les documents du marché doivent expressément prévoir cette possibilité ;
- chacune des phases doit être clairement identifiée et assortie d'un montant.

## **Pour optimiser son marché : l'accord-cadre**

L'accord-cadre est un véritable instrument d'optimisation de l'achat en permettant de sélectionner plusieurs prestataires (au moins trois) qui seront ultérieurement remis en concurrence sur la présentation, en général, d'un simple devis lors de la survenance d'un besoin. Sur le fondement de l'accord-cadre, des marchés sont ainsi passés ultérieurement : on parle alors de marchés subséquents.

## Pour répondre à ses hésitations : l'option

Il est possible pour un acheteur de demander une ou des options. Les options sont des prestations susceptibles de s'ajouter au marché. Elles doivent être limitées de façon à ne pas fausser le jeu de la concurrence.

Sous peine de rejet, l'option devra être renseignée et chiffrée dans l'offre. Lors de l'attribution, la collectivité se réserve la possibilité de retenir ou non cette option. Contrairement au marché à tranches conditionnelles, l'option doit être levée au moment de la signature du marché.

## Pour favoriser l'innovation : la variante

La variante consiste en une modification, à l'initiative du candidat, de certaines spécifications des prestations décrites dans le cahier des charges. Elle constitue ainsi un moyen pour les entreprises de proposer des solutions alternatives qui peuvent s'avérer intéressantes.

Ainsi, la distinction entre la variante et l'option ne porte pas sur le fond mais sur leur origine: l'option est une demande du pouvoir adjudicateur alors que la variante est une proposition du candidat.

Il est préférable de préciser si elles sont autorisées ou non. Si vous les autorisez, veillez à ne les autoriser que sur des points précis et à définir leur étendue (technique, financière...) et surtout n'hésitez pas à interdire la remise d'une variante sans offre d'une base, sinon cela risque de transformer l'analyse des offres en un casse-tête chinois !

## Si l'étude est complexe : ne pas hésiter à allotir

Avec l'article 10 du Code des marchés publics, l'allotissement est devenu la règle. Le lot unique est l'exception. Néanmoins, si l'articulation des lots se révèle complexe pour la réalisation du marché, n'allotissez pas et mettez en avant le fait que vous souhaitez travailler avec un groupement d'opérateurs.

Contrairement à l'allotissement, le hic est que vous n'aurez pas la possibilité de contrôler la composition du groupement.

## **MAPA restreint : un moyen d'améliorer la qualité de l'offre**

Si vous ne souhaitez pas analyser un nombre très important d'offres, il est possible, comme pour l'appel d'offres, d'organiser une pré-sélection à partir de documents fournis pour la candidature (on parle alors de MAPA restreints). Seuls les candidats pré-sélectionnés sont alors admis à présenter une offre.

L'autre avantage est de gagner en qualité. En demandant à un nombre restreint de candidats de présenter une offre, ces derniers, motivés par une chance plus grande d'emporter le marché, devraient en effet accorder un plus grand soin à la qualité de leur offre.

# Choisir le formalisme adéquat

## Quel formalisme ?

Le Code des marchés publics n'impose aucun formalisme particulier pour les MAPA. La rédaction d'un dossier de consultation des entreprises reste néanmoins nécessaire.

Les documents nécessaires à la consultation doivent être adaptés à un ensemble de paramètres comme la nature du marché, son prix ou encore le degré de connaissance des opérateurs économiques du monde de la commande publique.

Les documents composant un dossier de consultation des entreprises peuvent être :

### DCE

#### Pièces administratives

- Lettre de consultation
- RC
- CCAP

#### Pièces techniques

- CCTP
- Cahier des charges

#### Pièces financières

- AE
- DPGF
- BPU
- DQE

> Si le marché est simple

Lettre de consultation

+

Acte d'engagement avec BPU et/ou devis

+

mini-cahier des charges

> Si le marché est de moyenne difficulté ou a un caractère technique plus évolué

Lettre de consultation ou règlement de consultation

+

Acte d'engagement

+

BPU et/ou DPGF

+

cahier des clauses particulières

> Si l'achat est complexe ou de valeur importante : un dossier équivalent au dossier formalisé est conseillé

Règlement de la consultation

+

Acte d'engagement

+

BPU avec un DQE et/ou DPGF

+

cahier des clauses administratives particulières et  
cahier des clauses techniques particulières ou  
cahier des clauses particulières

Dans tous les cas, les mentions présentées comme obligatoires pour les procédures formalisées (définition de l'objet, critères de choix...) sont à prendre en considération dans les documents constitutifs d'un MAPA. En effet, elles consistent à formaliser les droits et obligations des parties (délais, pénalités de retard...) pour ainsi minimiser les problèmes d'exécution du marché en cas de différend et permettent d'obtenir le visa du comptable pour le paiement des prestations réalisées.

Le Code des marchés publics précise par ailleurs que les marchés d'un montant égal ou supérieur à 15 000 euros sont passés sous forme écrite. Néanmoins, ne serait-ce que pour des questions de traçabilité, il est préconisé que les marchés au-dessous de ce seuil soient également conclus sous forme écrite (bon de commande, fax, e-mail...).

## Quel contenu pour les documents du dossier de consultation ?

Chaque marché étant bien spécifique, il n'est pas possible de donner des modèles de documents et notamment de cahiers des charges.

Il s'agit ici de proposer quelques points d'attention sur les différentes pièces pouvant constituer un dossier de consultation des entreprises.

### > Règlement de consultation

Le règlement de consultation présente une double fonction : il doit non seulement définir les caractéristiques du marché afin que les candidats bénéficient d'une information la plus large possible, mais également les informer de l'ensemble des règles qui gouverneront l'attribution du marché et ce, conformément au principe de transparence. Le règlement de consultation précise les informations fournies dans l'avis de marché. Il précise ainsi le contenu des plis que devront fournir les candidats, les critères de sélection, l'organisation ou non d'une négociation...

A noter qu'il n'y a pas d'obligation de préciser l'estimation du marché. Le risque de le préciser est d'avoir des offres qui ont été gonflées pour s'approcher de cette estimation (vous n'avez alors pas de prix sincères). En revanche, si votre budget est très restreint, n'hésitez surtout pas à le préciser afin que les bureaux d'études prennent cet élément en compte.

---

### À noter

- – Ne pas oublier de préciser sur la page de garde la date et l'heure limites de remise des offres.
  - Préciser le délai de validité des offres (60 / 90 / 120 jours). Ce délai correspond à la durée durant laquelle l'entreprise est liée par son offre.
- 

### **Petit rappel sur les documents demandés au titre de la candidature (article 44 du Code des marchés publics).**

Pour s'assurer de leur possibilité de soumissionner, l'acheteur doit demander aux candidats les pièces suivantes :

- la copie du ou des jugements prononcés en cas de redressement judiciaire ;
- pour justifier qu'il ne fait pas l'objet d'une interdiction de concourir au sens de l'article 43 du Code des marchés publics, une déclaration sur l'honneur pour attester qu'il a satisfait à ses obligations fiscales et sociales, qu'il n'entre pas dans les cas d'interdictions de soumissionner et qu'il respecte l'obligation d'emploi des travailleurs handicapés ;
- les documents et renseignements demandés par l'acheteur pour évaluer leurs capacités professionnelles, techniques et financières : chiffre d'affaires, effectifs, références... (voir sélection des candidatures).

---

 Il est utile de préciser dans le règlement de consultation que ces différents renseignements peuvent être fournis à l'aide de la déclaration du candidat (formulaire DC2) que l'on retrouve à l'adresse suivante : <http://www.economie.gouv.fr/daj/formulaires-declaration-candidat>

---

Les candidats sont admis à se présenter sous la forme de groupements conjoints ou solidaires. Le groupement est conjoint lorsque chacun des opérateurs économiques membres du groupement s'engage seulement à exécuter la ou les prestations qui sont susceptibles de lui être attribuées dans le marché. En revanche, le groupement est solidaire lorsque chacun des membres du groupement est engagé financièrement pour la totalité du marché. L'un des membres du groupement est alors désigné comme mandataire pour représenter l'ensemble des membres vis-à-vis de la

collectivité et coordonner les prestations du groupement. Le marché peut prévoir que le mandataire du groupement conjoint est solidaire, pour l'exécution du marché, de chacun des membres du groupement pour ses obligations contractuelles à l'égard de la collectivité.

Chacun des membres doit produire l'ensemble des documents exigés au titre de la candidature, à l'exception de la lettre de candidature (formulaire DC1) que seul le mandataire fournit pour l'ensemble du groupement.

La règle est la même en cas de sous-traitance. Chaque sous-traitant doit alors être accepté et ses conditions de paiement agréées par la collectivité.

---

### À noter

- *Le groupement solidaire est à envisager uniquement si l'ensemble des entreprises concernées disposent des mêmes capacités financières.*
- 

Soulignons aussi que beaucoup d'entreprises, en l'occurrence les plus petites, sont découragées par des demandes importantes de documents faites par l'acheteur pour évaluer leurs capacités.

**La règle à suivre est donc de limiter le formalisme pour attirer ces entreprises et ainsi s'inscrire dans une logique de politique concurrentielle.**

### > Cahier des Clause Administratives Particulières (CCAP)

Le CCAP fixe les dispositions administratives propres à chaque marché. S'agissant de sa rédaction, les mentions figurant à l'article 12 du Code des marchés publics peuvent servir de fil d'Ariane : identification des parties contractantes, définition de l'objet du marché, énumération des pièces du marché, prix, durée d'exécution du marché, conditions de règlement...

---

### À noter

- *Soulignons que trop de pénalités prévues dans le CCAP peuvent faire peur aux entreprises. L'acheteur doit par ailleurs s'assurer que les pénalités seront appliquées, l'action risquant sinon d'être discréditée.*
-

### > Cahiers des Clauses Administratives Générales (CCAG)

Ces documents fixent les dispositions applicables à chaque catégorie de marchés. En application de l'article 13 du Code des marchés publics, le pouvoir adjudicateur peut décider ou non de se référer au CCAG.

Si le pouvoir adjudicateur choisit d'y faire référence, il lui appartient de préciser dans le CCAP, les dérogations qu'il souhaite faire. Toutes ces dérogations doivent être récapitulées dans le dernier article du CCAP.

Si le pouvoir adjudicateur choisit de ne pas faire référence au CCAG, il devra intégrer dans le CCAP les dispositions nécessaires à la bonne exécution des prestations.

---

@ Le CCAG applicable aux marchés d'études et de conseils est le CCAG-Marchés publics de prestations intellectuelles : <http://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000021158419&dateTexte=&categorieLien=id>

---

### > Cahier des Clauses Techniques Particulières (CCTP) ou cahier des charges

Le CCTP est le document dans lequel l'acheteur formalise sa commande.

L'acheteur doit ainsi se demander s'il a bien explicité sa commande et si elle est suffisamment claire et précise afin que les entreprises puissent proposer une offre qui corresponde bien aux attentes.

Penser au CCTP en amont de la procédure. Ne pas hésiter à le faire relire à d'autres personnes et à le faire valider par le comité de pilotage.

Le CCTP est le document à partir duquel les candidats vont établir leur offre technique sous la forme d'un mémoire ou d'une note méthodologique. Dès lors, pour éviter que les candidats fournissent des mémoires « bateaux », le CCTP ne doit pas être une reprise des textes mais il doit être adapté et précis.

Pour être plus explicite, lorsqu'un cahier des charges se cantonne à reprendre les prescriptions d'un code, cela revient à commander une maison avec un toit et des murs...Un bon cahier des charges indiquera la présence d'une pente (adaptation de la commande au territoire, au contexte...) et précisera entre autres la couleur des murs (précision de la commande).

## > Acte d'engagement (AE)

Même s'il s'agit d'une pièce constitutive des marchés passés selon une procédure formalisée, l'acte d'engagement est vivement conseillé pour le MAPA. Ce document permet en effet de formaliser l'offre.

L'acte d'engagement peut avoir des annexes selon la nature du prix (article 17 du Code) :

- un bordereau des prix unitaires (BPU) lorsque les prix sont appliqués aux quantités réellement exécutées ;
- une décomposition du prix global et forfaitaire (DPGF) lorsque le prix s'applique quelles que soient les quantités.

Par ailleurs, un marché peut avoir un prix mixte avec une partie en prix unitaires et une autre en prix forfaitaire ; dans ce cas, l'acte d'engagement a pour annexes un BPU et une DPGF. Cette formule à prix mixte peut être intéressante pour un marché d'études qui nécessiterait des journées de missions supplémentaires. Au lieu de passer par un avenant, vous passeriez ainsi par un bon de commandes.

---

### À noter

- *Il est conseillé d'indiquer dans l'acte d'engagement la liste des pièces constituant le marché. Cette solution évite ainsi de demander aux candidats de fournir dans leur offre le CCAP et le CCTP signés, documents qu'ils peuvent avoir tendance à oublier de fournir.*
- 

## Assurer une publicité adaptée

Le Code des marchés publics ne donne pas d'indications particulières en ce qui concerne les modalités de publicité des MAPA. Là encore, il est fait appel à l'intelligence de l'acheteur.

Pour déterminer ses modalités de publicité, l'acheteur doit non seulement s'intéresser au montant mais aussi et surtout au contexte (objet, degré de concurrence entre les entreprises...) sans perdre de vue les principes de l'article 1 du Code des marchés publics et leurs objectifs que sont l'efficacité de la commande publique et la bonne utilisation des deniers publics.

Il serait en effet absurde de dépenser 1 000 euros en publicité pour un marché dont le montant est évalué à 20 000 euros.

Avec la jurisprudence Louvre II, le Conseil d'État a ainsi estimé qu'une publicité dans le journal *La Voix du Nord* n'était pas suffisante pour un marché de 35 000 euros. Dans le cas d'espèce, le marché avait pour objet la programmation de l'implantation d'une antenne du musée du Louvre à Lens et le Conseil d'État a considéré qu'il n'existait que trois professionnels compétents dans ce domaine dans le champ géographique du journal utilisé. En effet, compte-tenu de l'objet du marché, ces mesures ne permettaient pas d'assurer une publicité suffisante auprès des programmistes ayant vocation à y répondre de telle sorte que soient respectés les principes du libre accès à la commande publique et d'égalité de traitement des candidats.

Les dispositions du Code des marchés publics en matière de publicité permettent d'envisager 3 paliers.

#### > **MAPA inférieurs à 15 000 euros HT**

Le Code des marchés publics précise néanmoins que les marchés peuvent être passés sans publicité ni mise en concurrence préalables si le montant estimé est inférieur à 15 000 euros. L'acheteur a ainsi la possibilité de conclure un contrat de gré à gré avec le prestataire de son choix.

Sur ce point, notons que ce seuil n'existe pas dans le cadre de l'ordonnance du 6 juin 2005 et par conséquent, la mise en concurrence doit être effectuée dès le 1<sup>er</sup> euro.

Néanmoins, il semble préférable d'effectuer une consultation informelle de quelques entreprises pour ainsi respecter les principes fondamentaux de la commande publique. Et ceci est d'autant plus vrai lorsqu'il s'agit d'un marché financé par les fonds européens, les autorités gestionnaires étant assez strictes sur les règles de mise en concurrence.

#### > **MAPA entre 15 000 et 90 000 euros HT**

Au-dessus du seuil de 15 000 euros, tout marché public doit impérativement faire l'objet d'une publicité, même succincte. Il semble utile de rappeler qu'une consultation directe de plusieurs entreprises vaut certes mise en concurrence mais qu'en revanche cette mise en concurrence ne vaut pas publicité.

Les supports de publicité qui pourront être utilisés sont les suivants :

- les sites de dématérialisation (plateformes),
- le site internet de la collectivité,
- le BOAMP (il existe des avis pour les MAPA),
- un journal d'annonces légales (JAL),
- le bulletin de la collectivité,
- une revue spécialisée dans le domaine du marché

Notons que la dématérialisation constitue un moyen efficace de publicité à un coût relativement modéré.

**Quoiqu'il en soit, la vraie question est de savoir si la publicité est adaptée au contexte du marché, et plus précisément à son vivier de concurrence.**

Il conviendra :

- de privilégier le journal local s'il y a beaucoup de bureaux d'études dans le secteur ;
- d'utiliser le BOAMP si les opérateurs ont la culture de la commande publique ;
- d'utiliser des sites à forte audience (plateformes...) : le site de la collectivité peut en effet se révéler insuffisant.

En cas d'utilisation de plusieurs supports publicitaires, il convient d'être attentif à la concordance des informations délivrées aux candidats potentiels.

### > MAPA supérieurs à 90 000 euros

Entre 90 000 et 207 000 euros HT, un avis d'appel public à concurrence doit être publié soit au Bulletin Officiel d'Annonces de Marchés Publics (BOAMP) soit dans un journal d'annonces légales (JAL).

Si la collectivité utilise le BOAMP, elle sera dans l'obligation d'utiliser le modèle fixé par le gouvernement. Dans un JAL, la collectivité n'est pas non plus tout à fait libre de sa rédaction puisque la publicité doit contenir des mentions minimum prévues par arrêté.

Il est souhaitable de solliciter des candidats potentiels en les informant qu'une consultation a été lancée, sachant que cette sollicitation ne peut se

faire qu'après publication de l'avis d'appel à concurrence. Les documents envoyés sont le règlement de consultation ou l'avis de publicité et les candidats alors intéressés demandent le dossier de consultation (ce qui permet leur recensement).

En bref, une publicité adaptée doit présenter les caractéristiques suivantes :

- ne laisser aucun doute sur son caractère adéquat en étant accessible à un nombre important d'opérateurs économiques dans le secteur qui fait l'objet du marché ;
- être rapide à mettre en œuvre ;
- être peu onéreuse.

### Point sur la dématérialisation

L'acheteur peut imposer la transmission électronique des candidatures et des offres.

Pour les achats de fournitures de matériels informatiques et de services informatiques d'un montant supérieur à 90 000 euros HT, les candidatures et les offres sont transmises par voie électronique.

Pour les marchés d'un montant supérieur à 90 000 euros HT, le pouvoir adjudicateur ne peut refuser de recevoir les documents transmis par voie électronique.

### Point sur la question des délais de consultation de la procédure

La procédure de MAPA a l'avantage, contrairement aux procédures formalisées, de ne pas avoir de délai contraint. Les délais sont ainsi librement fixés par l'acheteur. Néanmoins, au vu du principe d'égalité de traitement entre les candidats, les délais choisis pour la remise des offres ne doivent pas être trop courts : ils doivent en effet être adaptés au degré de difficulté de la réponse technique et à la charge de travail de l'opérateur économique.

À titre purement indicatif, l'acheteur peut prévoir en moyenne 15 à 20 jours pour une étude simple et plutôt 30 à 40 jours pour des marchés plus complexes.

En effet, certains acheteurs font l'erreur de fixer le même délai pour tous les MAPA et ce, quelque soit l'objet du marché. Un changement de culture est là aussi nécessaire. L'objectif est d'éviter l'infructuosité et d'avoir des offres de qualité.

# Veiller à la légalité de la consultation tout au long de la procédure

Même si les modalités du MAPA sont librement déterminées, vous trouverez dans cette partie une série de conseils pour réussir le déroulement d'un MAPA en le rendant opérationnel tout en respectant les sacro-saints principes de la commande publique.

Le déroulement d'une consultation de MAPA relativement est libre. Nous vous proposons néanmoins cette chronologie qui répond à une logique de rationalisation et d'opérationnalité.

- 1 Définition des besoins
- 2 Choix du montage du marché et de la procédure
- 3 Définition du seuil de passation : MAPA ou appel d'offres ?
- 4 Élaboration et rédaction des documents contractuels et choix des critères de sélection
- 5 Lancement de la procédure avec publicité adaptée
- 6 Réception des plis
- 7 Négociation si besoin
- 8 Sélection des candidatures et des offres
- 9 Demande des documents de l'article 46 au candidat arrivant en première position
- 10 Envoi des lettres de rejet aux entreprises non retenues
- 11 Signature du marché
- 12 Envoi de la décision / délibération d'attribution du marché à la prefecture
- 13 Notification
- 14 Exécution du marché

## Définition du seuil de passation : MAPA ou appel d'offres ?

Les procédures sont définies, entre autres, en raison de leur montant. Elles exigent de connaître les seuils de passation et le calcul de ces seuils. Un marché passé en procédure adaptée et dépassant ces seuils est un marché illégal et encourt de ce fait l'annulation.

Pour les marchés de prestations intellectuelles, **le seuil est de 207 000 HT<sup>1</sup>**.

### Calcul de seuil, voici quelques règles :

- Le calcul du seuil s'effectue à l'échelle de la collectivité et pas seulement à celle du service concerné par le marché (ex : un marché ayant pour objet la réalisation de documents de communication)
- Le calcul du seuil se fait en fonction du montant prévisionnel du marché et est exprimé en hors taxes (HT).
- En cas d'allotissement d'un marché, le calcul du seuil s'effectue en additionnant le montant de tous les lots.
- Pour les marchés fractionnés : il faut tenir compte du montant de l'ensemble des bons de commandes et ou des tranches conditionnelles
- Pour les marchés reconduits : la valeur est estimée avec les reconductions comprises. A ce titre, la reconduction tacite est autorisée à la condition d'avoir été expressément prévue dans le marché.

---

### À noter

- *L'estimation doit être sincère et réaliste. Il est strictement interdit de fractionner volontairement une opération sans aucune justification professionnelle logique, dans le seul but de ne pas mettre en œuvre les procédures formalisées prévues par le code (interdiction de « saucissonner »).*
- 

1. Seuils révisés par la Commission européenne tous les deux ans.

## Réception des plis

Rappelons que tout au long de la procédure, l'acheteur doit assurer la traçabilité des opérations.

---

@ Retrouver les différents modèles de registres et PV (à adapter au MAPA) sur : <http://www.economie.gouv.fr/daj/formulaires-ouverture-des-plies>

---

### > Avant le dépôt des plis

Pendant la phase de consultation, l'acheteur doit recenser les différents candidats ayant demandé un dossier de consultation, que ce soit sur place ou par mail. Ce recensement se fait en général automatiquement sur les plateformes.

Au-delà du principe de traçabilité, cette opération permet à l'acheteur d'informer tous les candidats d'une éventuelle modification du dossier de consultation ou d'une question posée par l'un des candidats. Toute réponse à une question posée par un candidat doit être transmise à l'ensemble des candidats, et ce par écrit.

### > Lors du dépôt des plis

À la réception des plis, il paraît opportun de prévoir un registre de dépôt des plis.

## Sélection des candidatures et des offres

Les critères de sélection doivent figurer dans les documents de la consultation.

La suppression physique des deux enveloppes n'empêche pas l'analyse en deux temps :

- sélection des candidatures
- sélection des offres

### > Les candidatures

L'acheteur ne peut exiger des candidats que des renseignements ou documents qui porteront sur les capacités professionnelles, techniques et financières des opérateurs économiques.

L'appréciation des capacités d'un groupement d'entreprises se fait globalement.

L'absence de références relatives à l'exécution de marchés de même nature ne peut justifier l'élimination d'un candidat.

---

@ Arrêté fixant la liste des renseignements et documents pouvant être demandés : <http://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000000640568&dateTexte=&categorieLien=id>

---

Rappelons que l'absence de références n'est pas un motif d'élimination.

S'il l'a prévu dans le règlement de consultation, l'acheteur peut demander aux candidats concernés de compléter le contenu de leur dossier de candidature en cas d'oubli ou de production incomplète dans un délai identique pour tous. Il informe les autres candidats qu'ils ont la possibilité de compléter leur candidature dans le même délai.

La collectivité peut écarter une entreprise avec laquelle elle a eu des difficultés lors d'un précédent marché. La collectivité doit alors rejeter le candidat avant de connaître son offre et apporter la preuve de la mauvaise exécution des prestations passées par la production de lettres recommandées avec avis de réception dans lesquelles on a déploré son comportement (d'où l'importance d'adresser ces courriers en cas de manquement...).

**La morale de l'histoire : il est préférable d'écarter un bureau d'études non pas au stade de la sélection des candidatures mais de celle des offres.**

### > Les offres

Avant de commencer, précisons que le fait qu'une seule offre soit déposée ne pose pas de problème pour la poursuite de la procédure. Cette offre doit donc être analysée.

Les offres inappropriées (qui apportent une réponse sans rapport avec le cahier des charges) et les offres inacceptables (dont les conditions

prévues pour son exécution méconnaissent la législation en vigueur ou si les crédits budgétaires alloués au marché après évaluation du besoin ne permettent pas de les financer) sont éliminées.

L'acheteur doit attribuer le marché au candidat qui a présenté l'offre économiquement la plus avantageuse, c'est-à-dire l'offre la mieux-disante, en se fondant sur une pluralité de critères non discriminatoires et liés à l'objet du marché (le seul critère prix est à éviter). Ces critères sont préalablement portés à la connaissance des candidats dans les documents de la consultation et doivent être effectivement appliqués.

Le guide des bonnes pratiques (Circulaire du 14 février 2012 relative au Guide de bonnes pratiques en matière de marchés publics) précise que « l'offre économiquement la plus avantageuse n'est pas nécessairement assimilable au prix le plus bas » et que l'acheteur doit « être en mesure d'apprécier la performance globale du marché et porter une attention particulière à la qualité des prestations fournies, ainsi qu'au respect, tant par les fournisseurs que par les utilisateurs, des modalités d'exécution du marché ».

Les critères diffèrent en fonction du type de marché et de l'importance de l'opération. Ces critères sont pondérés ou hiérarchisés. Bien que la pondération des critères soit facultative en procédure adaptée, il est néanmoins conseillé de pondérer les critères pour apporter plus de transparence et ainsi sécuriser le choix. Cette pondération doit apparaître dans les documents de la consultation.

La pondération des critères doit se faire en fonction des besoins exprimés dans le cahier des charges. Plus l'acheteur souhaite mettre en avant un critère et donc un impératif, plus sa pondération sera élevée.

Notons que le critère prix ne peut avoir une pondération inférieure à 30 % (en général, le prix est pondéré à 30-40 %).

Dans le cadre des marchés de prestations intellectuelles, les critères peuvent être :

- la méthodologie,
- les compétences,
- les moyens mis en œuvre pour assurer les délais, et non pas « le respect des délais » pour ainsi obliger les candidats à préciser les moyens qu'ils vont mettre en place pour justement respecter les délais.

Pour faciliter l'analyse des offres et s'assurer dans le même temps qu'elles répondent de façon complète à la commande, il est préconisé de demander une note de compréhension de la commande. Ceci est d'autant plus nécessaire lorsque l'étude se révèle complexe.

### > La création d'une commission spécifique

Pour les MAPA, il n'est pas obligatoire de recourir à une commission pour attribuer un marché.

Afin d'assurer le débat entre les élus et assurer la plus grande transparence, il semble néanmoins nécessaire de passer les MAPA les plus importants via une commission spécifique.

À cet égard, il est conseillé de distinguer cette commission que l'on peut qualifier de « commission des marchés publics » de la commission d'appel d'offres (CAO) visée par le code, afin d'éviter le risque de se voir reprocher de ne pas avoir respecté l'ensemble du formalisme inhérent aux CAO (obligation de quorum...)

Cette commission ad hoc n'a qu'un avis consultatif ; le choix final revenant à la personne désignée pour signer l'acte d'engagement.

## Négociation : c'est oui ou non !

La négociation est une possibilité et non une obligation. Malheureusement, beaucoup trop d'acheteurs n'ont pas la culture de la négociation et se privent alors de bien des avantages.

Pour une question de transparence de la procédure, indiquez dans le règlement de consultation qu'une négociation sera organisée. Pour cela, le nombre de candidats admis à la négociation et les critères de pré-sélection (en pratique les critères d'analyse des offres) doivent être indiqués.

Si la négociation ne se révèle pas nécessaire en cours de consultation, il est admis qu'on puisse à l'annuler.

La négociation permet d'adapter l'offre à la demande. En aucun cas, il ne s'agit d'un marchandage.

L'objectif poursuivi est d'améliorer la qualité de l'offre et de s'assurer que l'entreprise a bien pris en compte la totalité de la commande.

La négociation peut conduire le candidat à modifier substantiellement son offre de telle sorte que son économie s'en trouve bouleversée. En revanche, la négociation ne doit pas avoir pour effet de modifier l'objet ou les conditions initiales d'exécution du marché.

La négociation permet aussi de régulariser les offres irrégulières c'est-à-dire celles qui sont incomplètes ou ne respectent pas les exigences formulées dans l'avis de marché ou le cahier des charges.

Toute information ou négociation avec les candidats se fait exclusivement par écrit (relevé de conclusion si audition, courrier, e-mail, fax).

## Les règles à respecter avant l'achèvement de la procédure

### > Article 46 du Code des marchés publics

Dès que le marché est supérieur à 3 000 euros TTC et avant de poursuivre, la collectivité doit vérifier que le candidat arrivant en première position :

- a des salariés employés régulièrement)
- a bien un statut social lui permettant d'exercer une activité économique : extrait K-bis...
- a satisfait à ses obligations fiscales et sociales : NOTI 2 ou équivalent.

Si cette vérification n'est pas faite, la collectivité est alors solidairement responsable, à concurrence du montant du contrat, des dettes sociales et fiscales de ce candidat. Certains comptables publics peuvent par ailleurs considérer qu'ils n'ont pas le droit de payer une prestation sans avoir la preuve que le prestataire est en règle avec ses obligations sociales.

### > Informer les candidats évincés

Préalablement à la signature du MAPA, il est préférable que l'acheteur avise dès qu'il a fait son choix tous les autres candidats du rejet de leur offre en indiquant les motifs de ce rejet (concrètement, cela se traduit par les notes attribuées pour chaque critère).

### > Délai de suspension de la procédure

Le Conseil d'Etat est clair sur ce point : l'acheteur public n'a pas l'obligation de respecter un délai minimal entre la notification des lettres de rejet envoyés aux candidats ayant présenté une offre et la signature du contrat. Ce délai dit de « standstill » (d'une durée d'au moins seize jours) n'est applicable qu'aux procédures formalisées.

### > Signature du marché

La règle est que la compétence de signer un marché appartient à l'assemblée délibérante. Cette dernière peut néanmoins déléguer cette compétence à l'exécutif pour toute la durée du mandat, généralement pour des marchés en-deçà d'un seuil qu'elle aura défini. De son côté, l'exécutif peut donner délégation de signature à des agents comme le directeur général des services ou encore les responsables de services.

### > Contrôle de légalité

Contrairement aux procédures formalisées qui imposent la transmission de l'ensemble des pièces du marché et de la procédure, seule la décision/délibération de conclure le MAPA doit être transmise au contrôle de légalité.

### > Notification

Après avoir été conclu et afin de présenter un caractère exécutoire, le MAPA doit être notifié à son attributaire. En cas d'envoi par courrier avec accusé de réception, la date de notification est celle de la réception de l'avis postal.

La notification peut aussi se faire en mains propres contre récépissé.

La preuve de cette notification est essentielle pour plusieurs raisons : elle fait ainsi courir le délai d'exécution du marché et elle interdit au titulaire retenu de renoncer au marché.

---

### À noter

● *Le règlement de consultation doit préciser la durée de validité des offres. Par conséquent, la notification ne peut pas se faire si l'offre n'est pas valide.*

*Si la notification ne peut se faire dans de délai (ce qui est souvent le cas des marchés financés par des fonds européens), il est alors nécessaire d'obtenir l'accord écrit de l'attributaire pour prolonger la durée de validité de son offre.*

---

### > Communication des pièces du marché (article 83 du Code des marchés publics)

Le droit à communication s'exerce sur l'ensemble des pièces du marché (une fois signé) non couvertes par le secret industriel et commercial. Sont également communicables les PV de la CAO, à l'exception des informations relatives aux offres non retenues (voir les avis de la CADA).

### > Liste des marchés conclus (article 133 du Code des marchés publics)

Au cours du premier trimestre de chaque année, la collectivité doit publier, sur le support de son choix, la liste des marchés conclus l'année précédente ainsi que le nom des attributaires. Cette liste indique, de manière séparée, les marchés relatifs aux travaux, aux fournitures et aux services.

---

@ Arrêté pris en application de l'article 133 du Code des marchés publics et relatif à la liste des marchés conclus l'année précédente par les pouvoirs adjudicateurs et les entités adjudicatrices : <http://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000024433807&fastPos=1&fastReql=1203288648&categorieLien=id&oldAction=rechTexte>

---

### > Exécution du marché

Le titulaire doit attendre d'avoir reçu la notification avant de commencer à exécuter le marché, faute de quoi les prestations exécutées n'auront aucune base juridique et leur paiement pourra être refusé.

### > Avenant

Certains acheteurs estiment que les seuils de passation ne doivent pas être dépassés même en cas d'avenant ; ce qui interdirait de passer un avenant si ce dernier engendrait un dépassement de seuil.

Sur ce point, une atténuation est à apporter. Le Code des marchés publics précise en effet que la définition de seuils s'effectue, non pas en fonction du montant du marché, mais du montant estimé. Dès lors que l'acheteur est en mesure de prouver que son estimation a été réalisée de façon méthodique et sincère, le juge administratif ne peut annuler le marché.

---

 **À noter**

- *L'économie du marché ne devant pas être bouleversée, les avenants cumulés doivent néanmoins respecter la limite de 15 % du montant initial du marché, sauf sujétions techniques imprévues.*
-



## *Les sigles de la commande publique*

<b>AE</b>	Acte d'engagement
<b>AO</b>	Appel d'offres
<b>BOAMP</b>	Bulletin officiel d'annonces de marchés publics
<b>BPU</b>	Bordereau des prix unitaires
<b>CADA</b>	Commission d'accès aux documents administratifs
<b>CAO</b>	Commission d'appel d'offres
<b>CCAG</b>	Cahier des clauses administratives générales
<b>CCAP</b>	Cahier des clauses administratives particulières
<b>CCP</b>	Cahier des clauses particulières
<b>CCTP</b>	Cahier des clauses techniques particulières
<b>CMP</b>	Code des marchés publics
<b>DCE</b>	Dossier de consultation des entreprises
<b>DPGF</b>	Décomposition du prix global et forfaitaire
<b>DQE</b>	Détail quantitatif estimatif
<b>JAL</b>	Journal d'annonces légales
<b>JOUE</b>	Journal officiel de l'Union européenne
<b>MAPA</b>	Marché à procédure adaptée
<b>RC</b>	Règlement de consultation

## Pour compléter vos connaissances

### > Textes

Code des marchés publics

[www.legifrance.gouv.fr/affichCode.do?cidTexte=LEGITEXT000005627819](http://www.legifrance.gouv.fr/affichCode.do?cidTexte=LEGITEXT000005627819)

Ordonnance du 6 juin 2005

[www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000000629820](http://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000000629820)

Décret venant préciser l'ordonnance

[www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000000811078](http://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000000811078)

### > Sites internet

Espace marchés publics de la DAJ du Ministère de l'économie et des Finances :

[www.economie.gouv.fr/daj/marches-publics](http://www.economie.gouv.fr/daj/marches-publics)

Espace infos juridiques d'Etd :

[www.projetdeterritoire.com/index.php/Les-infos-juridiques/Marches-publics](http://www.projetdeterritoire.com/index.php/Les-infos-juridiques/Marches-publics)

### > Guides

Guide de bonnes pratiques en matière de marchés publics :

[www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000025364925](http://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000025364925)

Guide pratique sur la dématérialisation des marchés publics, ministère de l'Économie, de l'Industrie et de l'Emploi :

[www.economie.gouv.fr/files/directions\\_services/daj/marches\\_publics/conseil\\_acheteurs/guides/guide-pratique-dematerialisation-mp.pdf](http://www.economie.gouv.fr/files/directions_services/daj/marches_publics/conseil_acheteurs/guides/guide-pratique-dematerialisation-mp.pdf)

### > Services proposés par Etd

Service de questions-réponses Allô Territoires-Services : 01 45 75 15 15

Journées Territoires Marchés d'étude et de conseil : cadrage juridique et conseils méthodologiques d'élaboration

Publication de vos avis de marchés dans notre newsletter et sur notre site



Cet ouvrage a été rédigé par Stéphanie Le Bihan (Etd).  
Maquette et mise en page : René Alexandre (Etd).

**Crédit photo**

Fotolia : Boris Zerwann

Tous droits de traduction, d'adaptation et de reproduction par tous procédés, réservés pour tous pays.  
Toute reproduction ou représentation intégrale ou partielle par quelque procédé que ce soit des pages publiées dans le présent ouvrage, faite sans l'autorisation de l'éditeur, est illicite et constitue une contrefaçon. Seules sont autorisées, d'une part, les reproductions strictement réservées à l'usage privé du copiste et non destinées à une utilisation collective et, d'autre part, les courtes citations justifiées par le caractère scientifique ou d'information de l'œuvre dans laquelle elles sont incorporées. [art. L. 122-4, 122-5 et L. 335-2 du Code de la propriété intellectuelle].



# AGIR EN FAVEUR DE LA COMMANDE PUBLIQUE RESPONSABLE

## JOURNÉES TERRITOIRES

Les Journées Territoires, formations proposées par Etd, se fondent sur les résultats de ses travaux. Elles portent sur différents champs du développement territorial et sur des aspects méthodologiques de la conduite de projet. À destination des élus, agents et techniciens des collectivités et intercommunalités, les Journées Territoires sont conçues pour une vingtaine de participants et, en sus de l'apport d'expertise, privilégient l'échange. Etd propose aux Régions et Départements adhérents de délocaliser sur leur territoire les différentes journées qu'elle organise à Paris.

Découvrez le programme des Journées Territoires :

[www.projetdeterritoire.com](http://www.projetdeterritoire.com)

> rubrique *Nos services*

> *Journées Territoires*



INSCRIVEZ-VOUS EN LIGNE SUR  
[WWW.PROJETDETERRITOIRE.COM](http://WWW.PROJETDETERRITOIRE.COM)

## ALLO TERRITOIRES SERVICES 01 45 75 15 15

Service d'information téléphonique, Allo Territoires Services répond à toutes les questions relatives à l'élaboration et à la mise en œuvre des projets de territoire, à l'organisation des collectivités engagées dans ce type de projets et aux modalités de leurs partenariats.

*Service réservé aux adhérents, ouvert du lundi au vendredi, de 9h à 18h.*

*Coût d'un appel local depuis un poste fixe, hors surcoût éventuel selon opérateur.*



Rejoignez-nous et suivez-nous  
sur Twitter :  
**@Etd\_Asso**



02 DÉCEMBRE 2014



## Marchés d'étude et de conseil : cadrage juridique et conseils méthodologiques d'élaboration

Les acteurs publics locaux sont nombreux à faire appel à des consultants pour réaliser des missions d'étude ou de conseil dans le champ du développement territorial et de l'aménagement.

La définition de la mission constitue l'étape première de l'organisation de la commande au consultant. Elle est fondamentale, car de sa qualité dépendent la précision de la question posée par le maître d'ouvrage et, par conséquent, la pertinence de la réponse apportée. Dans le même temps, ces acteurs doivent être en capacité d'appréhender les règles de la commande publique afin de maîtriser les moyens juridiques pour optimiser leurs commandes, mieux organiser leurs procédures de consultation et assurer la légalité de leurs marchés.

Etd propose une session de deux journées afin d'aider les participants à élaborer un cahier des charges à partir d'une bonne définition des besoins tout en s'assurant de la conformité de leur marché au Code des marchés publics (CMP).



TARIF JOUR/  
PERSONNE **250**

EXPRIMÉ EN EUROS



LES ADHÉRENTS ET ABONNÉS  
BÉNÉFICIENT DE LA GRATUITÉ  
ET DE LA PRIORITÉ LORS DE  
LEUR INSCRIPTION.

## AVIS DE MARCHÉ

Véritable plateforme de services, le site internet d'Etd donne accès aux productions de l'association, à des ressources en téléchargement et à une veille sur l'actualité du développement territorial. Il met à disposition des utilisateurs : des offres d'emploi et de stages, un répertoire de consultants, un catalogue de formations continues, des avis de marchés.

*Les adhérents d'Etd bénéficient d'un espace réservé sur le site grâce auquel ils peuvent mettre en ligne et diffuser leurs avis de marché.*

Pour créer votre compte et accéder à votre espace Adhérent :  
[www.projetdeterritoire.com](http://www.projetdeterritoire.com)