

septembre 2010



FOCUS THÉMATIQUE



le centre  
de ressources  
du développement  
territorial

vade-mecum  
**mapa**  
le vade-mecum des petits marchés publics

Éditions Etd



le centre  
de ressources  
du développement  
territorial

Association loi de 1901, Etd est présidée par Marc Censi - Médiateur de l'Eau, et réunit plus de 200 adhérents : territoires de projet (intercommunalités, Pays, PNR, SCoT), Départements et Régions.

Elle assure une mission d'intérêt général au service des collectivités et de leurs groupements et les accompagne dans l'élaboration et la mise en œuvre de leurs projets.

À ce titre, depuis 2002 Etd bénéficie du soutien de la Délégation interministérielle à l'aménagement du territoire et à l'attractivité régionale et de la Caisse des dépôts.

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

---

## Etd

le centre de ressources du développement territorial  
tél. 01 43 92 67 67 | fax : 01 43 92 67 64  
30 rue des Favorites - 75015 Paris  
[etd@etd.asso.fr](mailto:etd@etd.asso.fr)

---



Les marchés à procédure adaptée (MAPA) se définissent dans un premier temps par rapport aux procédures formalisées parmi lesquelles figure notamment l'appel d'offres. Lorsque leur marché est estimé au-delà des montants fixés tous les deux ans par la Commission européenne (actuellement : 4 845 000 euros HT pour les marchés de travaux et 193 000 euros HT pour les marchés de fournitures et de services), les collectivités sont dans l'obligation de suivre les procédures formalisées strictement définies dans le Code des marchés publics. En deçà de ces seuils, s'appliquent les MAPA.

# Avant-Propos

Par Stéphanie Le Bihan

L'intérêt des MAPA réside dans leurs modalités d'application laissées à l'appréciation des acheteurs publics mais à la condition toutefois que les modalités ainsi retenues ne portent pas atteinte aux principes de l'article 1er du Code des marchés publics que sont la liberté d'accès à la commande publique, l'égalité de traitement des candidats et la transparence des procédures.

Ce clair-obscur dans lequel sont placés les MAPA déroutent beaucoup d'acheteurs.

Donner un cadre précis aux MAPA ou établir une liste à la Prévert des différentes situations que peut rencontrer l'acheteur serait un non-sens.

Ce vade-mecum a ainsi pour ambition de faire comprendre à l'acheteur public ce que l'on peut nommer la « philosophie des MAPA » afin que ce dernier puisse appréhender toutes les étapes de la consultation.

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 deux choses : la rationalisation et l'opérationnalité...en bref : le bon sens.

# Sommaire

<b>1</b>	<b>Le MAPA : quel intérêt ?</b>	<b>07</b>
<b>2</b>	<b>Les principes généraux de la commande publique : quelles conséquences ?</b>	<b>08</b>
2.1	La liberté d'accès à la commande publique	08
2.2	L'égalité de traitement entre les candidats	08
2.3	La transparence des procédures	09
2.4	L'émergence d'un nouveau principe : le développement durable	09
<b>3</b>	<b>Les questions préalables</b>	<b>10</b>
3.1	L'acheteur doit tout d'abord s'assurer que sa collectivité est bien soumise aux règles de la commande publique.	10
3.2	Il doit s'assurer que son contrat est bien un marché public.	10
3.3	Il doit vérifier que son marché ne fait pas partie des contrats exclus du Code des marchés publics (article 3) :	11
3.4	Il doit déterminer la nature du marché selon 3 catégories : travaux, fournitures ou services.	11
<b>4</b>	<b>La définition des besoins : un moment essentiel</b>	<b>12</b>
4.1	L'intérêt de définir ses besoins	12
4.2	La rationalisation des actes d'achat implique de :	12
4.2.1	Recenser les besoins	12
4.2.2	Répondre au réel besoin	12
4.2.3	Se renseigner sur l'offre	13
4.2.4	Bien exprimer ses besoins	13

4.2.5	Prendre en compte des objectifs de développement durable	14
<b>5</b>	<b>Le MAPA : un appel à la créativité</b>	<b>16</b>
5.1	Le montage du marché	16
5.1.1	Centrale d'achat, groupement de commande... : un gain de temps et d'argent	16
5.1.2	Marché fractionné : souplesse et réactivité	16
5.1.3	Phasage ou allotissement : une question d'efficacité	17
5.1.4	MAPA restreint : un moyen d'améliorer la qualité de l'offre	17
5.2	Le montage de la procédure	17
<b>6</b>	<b>Les différentes étapes de la procédure</b>	<b>18</b>
6.1	Définition du seuil de passation : MAPA ou appel d'offres ?	19
6.2	Elaboration et rédaction des documents contractuels	20
6.2.1	Quel formalisme ?	20
6.2.2	Quelle méthode ?	21
6.2.2.1	Règlement de consultation	21
6.2.2.2	Cahier des Clause Administratives Particulières (CCAP)	22
6.2.2.3	Cahier des Clauses Techniques Particulières (CCTP)	23
6.2.2.4	Acte d'engagement (AE)	23
6.3	Publicité adaptée	24
6.3.1	MAPA inférieurs à 4 000 euros	24
6.3.2	MAPA entre 4 000 et 90 000 euros	24
6.3.3	MAPA supérieurs à 90 000 euros	25
6.4	Réception des plis	25
6.4.1	Avant le dépôt des plis	25
6.4.2	Lors du dépôt des plis	26
6.5	Négociation	26
6.6	Sélection des candidatures et des offres	27
6.6.1	Candidatures	27
6.6.2	Offres	28
6.7	Achèvement de la procédure	29
6.7.1	Article 46 du Code des marchés publics	29
6.7.2	Informers les candidats évincés	29
6.7.3	Délai de suspension de la procédure	29
6.7.4	Signature du marché	29
6.7.5	Contrôle de légalité	29
6.7.6	Notification	29
6.7.7	Référé contractuel (nouveaux articles 40-1 et 85-1 du Code)	30
6.7.8	Communication des pièces du marché (article 83 du Code)	30
6.7.9	Liste des marchés conclus (article 133 du Code)	30
6.8	Exécution du marché	30
6.8.1	Délai de paiement	30
6.8.2	Avenant	30



le centre  
de ressources  
du développement  
territorial

# Maîtriser l'art de la commande publique avec Etd



Les acteurs publics locaux sont nombreux à faire appel à des consultants pour réaliser des missions d'étude ou de conseil.

Fort de son expérience dans le champ du développement territorial et de son expertise juridique, Etd propose d'accompagner ces acteurs dans l'élaboration de leur cahier des charges.

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

## VOTRE CONTACT

*Annabelle Zimmermann*  
tél. 01 43 92 67 71  
a.zimmermann@etd.asso.fr

 SERVICE RÉSERVÉ AUX  
ADHÉRENTS D'ETD



### Élaborer votre cahier des charges

Etd organise chaque année, à Paris et en région, des journées consacrées à l'élaboration de cahiers des charges. À destination des agents des collectivités et des intercommunalités, ces journées traitent des dimensions juridique et méthodologique de la commande publique.



### Identifier votre consultant

Etd peut vous accompagner pour identifier votre prestataire en opérant pour vous une sélection pertinente parmi une base de consultants comprenant plus de 800 bureaux d'étude.



### Respecter le cadre juridique

Etd peut vous accompagner individuellement pour définir la mission confiée au consultant, relire votre projet et s'assurer de sa conformité avec les règles du Code des marchés publics.



### Diffuser un avis de marché

Etd peut également vous faire bénéficier de l'audience de ses supports en ligne en publiant votre avis sur le site [Projetdeterritoire.com](http://Projetdeterritoire.com) et en le diffusant dans sa newsletter.

# le MAPA

## Quel intérêt ?

L'article 28 du Code des marchés publics définit ainsi la procédure adaptée : « procédure adaptée 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 ».

Les modalités du MAPA ne sont délibérément pas précisées : il est impossible d'envisager tous les cas de figure.

Cette grande liberté laissée à l'acheteur permet ainsi à celui-ci d'adapter le processus réglementaire au marché.

Pour se rassurer, certains acheteurs préfèrent utiliser les procédures formalisées pour ces marchés que sont les MAPA. Ces derniers perdent alors le bénéfice des avantages qu'offre la procédure adaptée et s'inscrivent également dans une logique allant à l'encontre des deux objectifs fondamentaux de la commande publique, à savoir l'efficacité et la bonne utilisation des deniers publics. Les procédures formalisées nécessitent en effet plus de temps du fait notamment du respect de différentes étapes mais aussi plus d'argent à travers, entre autres, une publicité plus coûteuse.

Le MAPA présente ainsi différents avantages :

- ↳ gestion des délais selon les contraintes
- ↳ attractivité concurrentielle à travers notamment un formalisme des documents contractuels laissé au libre-arbitre de l'acheteur et la possibilité de contacter directement les entreprises en respectant l'équité

- ↳ 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 (dès le 1er 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 ainsi invité à définir lui-même les modalités de passation du MAPA qui reste malgré tout 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.

## 2.1 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 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 normes, de fournitures trop précises ou de très courts délais 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 comme la norme ISO 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.

## 2.2 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).

## 2.3 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 (voir infra)
- ➔ 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 (cf. 6.7.9 *Liste des marchés conclus (article 133 Code des marchés publics) - p. 28*).

## 2.4 L'émergence d'un nouveau 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. L'acheteur doit s'interroger impérativement 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 premières 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.

Exemple : si une collectivité achète des corbeilles destinées au papier recyclable, elle doit ensuite s'assurer que ce papier ne se retrouvera pas mélangé aux autres déchets.

# les questions préalables

## 3.1 L'acheteur doit tout d'abord s'assurer que sa collectivité est bien soumise aux règles de la commande publique.

Les collectivités soumises au Code des marchés publics sont :

- l'Etat et ses établissements publics autres que les EPIC (soit les EPA)
- les collectivités locales : communes, départements, régions, EPCI (CC, CA, CU, SIVU, SIVOM), les établissements publics locaux tels les Pays constitués sous forme de syndicat mixte...

À ce titre, précisons qu'un grand nombre d'organismes dépendant de la sphère publique comme les sociétés d'économie mixte, certaines associations financées ou contrôlées par des collectivités publiques telles que les Pays... est également soumis aux règles de la commande publique.

Ces organismes, aussi bien publics que privés, doivent respecter les règles de l'ordonnance du 6 juin 2005 qui, malgré quelques différences (le seuil de 90 000 euros n'existe pas ; les procédures formalisées donnent seulement lieu à la publication d'un avis de marché dans le JOUE, le BOAMP n'est pas obligatoire...), sont relativement similaires à celles du Code des marchés publics.

Ordonnance n°2005-649 du 6 juin 2005 relative aux marchés passés par certaines personnes publiques ou privées non soumises au Code des marchés publics :

<http://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=LEGITEXT000006051865&dateTexte=20100629>

Décret n°2005-1742 du 30 décembre 2005 fixant les règles applicables aux marchés passés par les pouvoirs adjudicateurs mentionnés à l'article 3 de l'ordonnance n° 2005-649 du 6 juin 2005 relative aux marchés passés par certaines personnes publiques ou privées non soumises au Code des marchés publics :

<http://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000000811078&fastPos=1&fastReqId=749388938&categorieLien=cid&oldAction=rechTexte>

## 3.2 Il doit s'assurer que son contrat est bien un marché public.

L'article 1er du Code des marchés publics définit les marchés publics :

« Les marchés publics 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 ».

Sont ainsi des marchés publics tous les contrats de travaux, fournitures, services, études...passés par des collectivités locales et leurs établissements publics...et ce, quelque soit leur montant (dès le 1er euro).

### **3.3 Il doit vérifier que son marché ne fait pas partie des contrats exclus du Code des marchés publics :**

L'article 3 du code exclut certains marchés de son application comme les contrats de travail, l'acquisition et la location d'immeubles, l'achat d'œuvres d'art et d'objets d'antiquité, le recours à un avocat...

### **3.4 Il doit déterminer la nature du marché selon 3 catégories : travaux, fournitures ou services.**

- ➔ La catégorie « travaux » comprend la réalisation de tous les travaux de bâtiment ou de génie civil et la réalisation d'ouvrages dont le maître d'ouvrage est la collectivité locale.
- ➔ La catégorie « fournitures » se compose de l'achat, la prise en crédit-bail, la location ou location-vente de produits ou matériels
- ➔ La catégorie « services » correspond à la réalisation de prestations de services

Notons qu'un marché public peut relever de plusieurs catégories à la fois :

- ➔ Si le marché se compose de services et de fournitures : il s'agit d'un marché de services si la valeur de ceux-ci dépasse celle des fournitures (et inversement) ;
- ➔ Si le marché se compose de services et de travaux : il s'agit d'un marché de travaux si l'objet principal est relatif à des travaux ;
- ➔ Si le marché se compose de fournitures et de travaux de mise en œuvre : il s'agit alors d'un marché de fournitures.

# la définition des besoins :

## un moment essentiel

### 4.1 L'intérêt de définir ses besoins

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 de la collectivité 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.

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

### 4.2 La rationalisation des actes d'achat implique de :

#### 4.2.1 Recenser les besoins

Le recensement des besoins est un acte essentiel et structurant :

- anticipation des besoins
- transversalité en regroupant les mêmes besoins de plusieurs services.

La transversalité permet ainsi :

- de massifier le volume : ce qui est plus attractif pour les entreprises ;
- d'organiser ses achats : une seule consultation est alors passée.

À ce titre, bien que la nomenclature définissant les familles de fournitures et de services (article 27 de l'ancien Code des marchés publics de 2001) ne soit plus obligatoire, les acheteurs peuvent continuer à s'y référer afin de déterminer le caractère homogène de leurs besoins.

#### 4.2.2 Répondre au réel besoin

L'acheteur doit traduire la demande de l'utilisateur en termes de fonctionnalité et s'assurer de la conformité du besoin à la réalité commerciale.

### 4.2.3 Se renseigner sur l'offre

Il est important que l'acheteur connaisse l'environnement du marché. Il doit ainsi se renseigner sur :

#### ↳ La technologie : ma demande est-elle réaliste?

Une mauvaise connaissance des secteurs nuit à une bonne définition des besoins par l'acheteur et entraîne par ailleurs des choix inappropriés des critères et de leur pondération. Des réflexions approfondies doivent ainsi être menées par l'acheteur avant de déterminer la nature de ses besoins en échangeant non seulement avec les opérateurs économiques mais aussi avec les acheteurs des autres collectivités et en passant par des réseaux d'achat.

**Exemple :** demander du papier 100% recyclé alors qu'il n'existe pas.

#### ↳ Le prix : ai-je de bons prix ?

Pour connaître les prix pratiqués, l'acheteur ne doit pas hésiter à échanger avec les entreprises et les autres acheteurs et à se rendre à différents salons (Salon des maires...).

#### ↳ Le juridique : ai-je bien respecté les règles?

Tout au long de la procédure, l'acheteur doit veiller à respecter les principes fondamentaux de la commande publique et s'assurer que tous les documents requis ont été fournis. La notification n'est possible que si, conformément à l'article 46 du Code, les documents demandés au candidat auquel il est envisagé d'attribuer le marché ont été fournis.

### 4.2.4 Bien exprimer ses besoins

Conformément à l'article 6 du Code des marchés publics, les prestations objet du marché doivent être définies dans les documents de la consultation par des spécifications techniques, c'est-à-dire par des prescriptions techniques qui décrivent les caractéristiques requises du produit ou du service.

Ces spécifications sont formulées selon les méthodes suivantes :

- soit par référence à des normes publiques ou d'autres documents équivalents (agréments, référentiels techniques européens) : normes et agréments européens ou internationaux, à défaut nationaux : CE, ISO, AFNOR ;
- soit en termes de performances ou d'exigences fonctionnelles (niveaux de qualité...) qui doivent être suffisamment précis et peuvent inclure des caractéristiques environnementales en se référant par exemple à un écolabel.
- soit une combinaison des 2

#### ↳ La référence à des normes

En tout état de cause, la référence à une norme ne saurait avoir pour conséquence de porter atteinte à la liberté d'accès aux marchés publics.

Il est interdit de faire mention d'un procédé de fabrication particulier, d'une provenance ou origine déterminée, d'une marque ou d'un brevet. Une telle mention est néanmoins possible si elle est justifiée par l'objet du marché ou en indiquant « ou équivalent ».

**Exemple :** au lieu de demander telle marque de tondeuse, l'acheteur demande à l'utilisateur les caractéristiques de cette tondeuse. Si son intérêt est d'avoir un bac de 50L, il convient alors de demander une tondeuse avec un bac de cette contenance minimale.

#### ↳ La réflexion en terme d'objectifs : le changement de culture

L'acheteur a souvent tendance à ne pas utiliser la seconde méthode pour formuler les spécifications techniques.

Pourtant, une meilleure analyse des besoins implique que d'une part l'acheteur raisonne non plus en termes de prescriptions mais en termes d'objectifs de performance et d'autre part qu'il laisse à l'opérateur l'initiative de proposer une méthode pour parvenir au résultat le plus efficient.

**Exemple :** l'acheteur ne précise pas quels sont les lieux à nettoyer mais demande simplement que tout soit propre.

↳ **Les option et variante**

**Option :**

Il est possible pour un acheteur de demander une ou des options. Les options sont des prestations complémentaires/alternatives qui 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.

Exemple :

- l'objet du marché est la rénovation d'un bâtiment avec la pose d'un carrelage sur le sol, l'option porte sur la pose d'un parquet ;
- l'objet du marché porte sur le remplacement d'une passerelle, l'option porte sur le prolongement de cette passerelle par une allée piétonne.

**Variante :**

La variante consiste en une modification, à l'initiative du candidat, de certaines spécifications des prestations décrites dans le cahier des charges.

La distinction entre la variante et l'option ne porte donc 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.

En raisonnant en termes d'objectifs, la collectivité peut aussi demander à l'opérateur économique de l'aider à remplir son objectif de réduction de l'impact environnemental de son activité.

Exemple : lors d'une commande de véhicules, l'acheteur demande une aide pour mieux et moins les utiliser.

#### 4.2.5 Prendre en compte des objectifs de développement durable

Par son important poids économique (15% du PIB), la commande publique a un rôle à jouer dans le développement des filières de production éco-responsable. En fixant des exigences environnementales et sociales, les acheteurs publics peuvent ainsi influencer le comportement des opérateurs économiques (évolution des modes de production, de réalisation des prestations...).

L'acheteur peut ainsi exiger l'absence de certaines substances dans un produit (sans OGM...), un pourcentage de matériaux recyclés, un taux de recyclabilité...



# le MAPA

## un appel à la créativité

Par sa souplesse, le MAPA permet une certaine créativité dont l'acheteur ne doit pas se priver.

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...

### 5.1 Le montage du marché

L'acheteur doit agir dans une logique de rationalisation des achats par une recherche de réactivité et d'efficacité.

#### 5.1.1 Centrale d'achat, groupement de commande... : un gain de temps et d'argent

L'acheteur doit avant tout se concentrer sur les marchés spécifiques importants et éviter de perdre du temps et de l'énergie dans des petits marchés récurrents de fournitures et de services.

Pour ce faire, plusieurs solutions existent :

- ↳ les centrales d'achat comme l'UGAP ; une collectivité peut aussi décider de se constituer en centrale d'achat et passer des marchés pour le compte d'autres structures publiques.
- ↳ le groupement de commandes entre différentes collectivités ;
- ↳ la mutualisation des services.

Le groupement de commandes comme la mutualisation apportent beaucoup d'avantages aux collectivités : moins de personnes mobilisées pour lancer une consultation, moins de risques d'infructuosité, prix plus intéressants...mais aussi aux opérateurs

économiques comme le gain de temps : certains prestataires peuvent en effet passer jusqu'à 60 jours par an à répondre aux consultations.

#### 5.1.2 Marché fractionné : souplesse et réactivité

##### ↳ L'accord-cadre

L'accord-cadre est un véritable instrument d'optimisation de l'achat en permettant de sélectionner plusieurs prestataires 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.

**Exemple :** en sélectionnant plusieurs traitants, l'acheteur fait non seulement jouer la concurrence mais s'assure également d'avoir un prestataire disponible à tout moment.

##### ↳ Le marché à bon de commandes (BC)

Le marché à bon 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.

**Exemple :** dans le cadre d'un groupement de commandes pour un marché de diagnostics performances énergétiques (DPE), il arrive assez souvent que d'autres collectivités demandent par la suite à intégrer le groupement. Le marché à BC permet alors de prendre en compte l'évolution des besoins sans passer par des avenants.

Pour l'accord-cadre comme pour le marché à bon 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 du fait que les entreprises les considèrent comme financièrement inintéressants.

#### → Le marché à tranches conditionnelle

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.

#### 5.1.3 Phasage ou allotissement : une question d'efficience

Avec l'article 10 du Code des marchés publics, l'allotissement est devenu la règle. Le lot unique est l'exception (si l'objet du marché ne le permet pas) ; l'objectif premier étant d'ouvrir la commande publique aux PME. L'allotissement est aussi un moyen de faire des économies et s'est par ailleurs avéré être un bon moyen pour casser les ententes.

Il existe pourtant des situations où l'allotissement n'est pas envisageable du fait de la complexité du marché ou simplement de l'efficience.

**Exemple :** il est inutile de créer des lots à 1000 euros puisqu'aucune entreprise ne trouvera un intérêt à y répondre.

Dans ce cas, le phasage est alors un moyen de découper son marché sans passer par l'allotissement. Le passage d'une phase à l'autre donne alors lieu à une étape de validation qui prend généralement la forme d'un ordre de service.

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

Nous pouvons imaginer que l'acheteur ne soit pas tenu par des délais et préfère alors opérer une pré-sélection via un MAPA restreint.

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

## 5.2 Le montage 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 des marchés de fournitures courantes et plutôt 30 à 40 jours pour des marchés de prestations intellectuelles.

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 étant d'éviter l'infructuosité et d'avoir des offres de qualité, il est alors important que l'acheteur sorte de la bulle administrative et cherche à s'adapter au contexte commercial.

**Rappelons-le :** par sa souplesse, le MAPA est source de créativité. L'acheteur ne doit pas hésiter à façonner son marché selon ses délais, ses exigences...

# les différentes étapes de la procédure

Le Code des marchés publics permet à la collectivité, pour ses MAPA, de décider d'utiliser librement trois grandes règles de passation :

- soit la collectivité décide de conclure les marchés de fournitures, de services ou de travaux selon une procédure adaptée dont les modalités sont librement fixées.
- soit la collectivité décide de s'inspirer des procédures formalisées prévues par le Code des marchés publics, sans pour autant que les marchés en cause ne soient alors soumis aux règles formelles applicables à ces procédures. L'administration devra alors prendre soin de ne viser aucune règle de passation particulière, aucun article spécifique ;
- soit la collectivité décide de se référer expressément à l'une des procédures formalisées prévues par le Code des marchés publics et elle est alors tenue d'en appliquer toutes les modalités.

Le souci d'efficacité et d'économie amène à utiliser la première solution et pour les marchés plus complexes la deuxième. Il est vivement déconseillé d'utiliser la troisième solution puisque l'acheteur s'engage à appliquer toutes les modalités des procédures formalisées.

Face à la liberté laissée par la procédure adaptée, utiliser la procédure formalisée peut s'avérer rassurant pour l'acheteur (il ne lui reste plus qu'à suivre la recette de l'appel d'offre donnée par le code)... sauf que cela aboutit à se créer des obligations qui entraînent une perte de temps mais aussi une perte d'argent : les coûts des marchés augmentent de facto (jusqu'à 20%).

Cette partie du vade-mecum a été intitulée : «les différentes étapes de la procédure». Les modalités du MAPA étant librement fixées, il s'agit en réalité d'une série de conseils pour réussir le déroulement d'un MAPA et ce, en le rendant opérationnel tout en respectant les sacro-saints principes de la commande publique.

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

- 01 DÉFINITION DES BESOINS
- 02 CHOIX DU MONTAGE DU MARCHÉ ET DE LA PROCÉDURE
- 03 DÉFINITION DU SEUIL DE PASSATION : MAPA OU APPEL D'OFFRES ?
- 04 ÉLABORATION ET RÉDACTION DES DOCUMENTS CONTRACTUELS ET CHOIX DES CRITÈRES DE SÉLECTION
- 05 LANCEMENT DE LA PROCÉDURE AVEC PUBLICITÉ ADAPTÉE
- 06 RÉCEPTION DES PLIS
- 07 NÉGOCIATION SI BESOIN
- 08 SÉLECTION DES CANDIDATURES ET DES OFFRES
- 09 ATTRIBUTION, REJET DES OFFRES NON RETENUES ET NOTIFICATION
- 10 EXÉCUTION DU MARCHÉ

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

Les procédures sont définies 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.

### Seuil des MAPA

Objet du marché	Collectivités territoriales
Travaux	193 000 euros HT*
Fournitures et services	4 845 000 euros HT*

\* Seuils révisés par la Commission européenne tous les deux ans.

- ➔ Le calcul du seuil s'effectue à l'échelle de la collectivité et pas seulement à celle du service concerné par le marché.
- ➔ Le calcul du seuil se fait en fonction du montant prévisionnel du marché et est exprimé hors taxes (HT).
- ➔ En cas d'allotissement d'un marché, le calcul du seuil s'effectue en additionnant le montant de tous les lots.

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 »).

En ce qui concerne les marchés de travaux, on applique la notion d'opération c'est-à-dire la valeur globale des travaux se rapportant à une même opération, même si celle-ci porte sur plusieurs ouvrages.

### Exemples :

- construction d'un hôtel d'entreprises (terrassage, maçonnerie, plomberie, électricité...)
- réalisation de trottoir en quatre endroits différents d'un même quartier
- réfection de l'étanchéité des toitures de plusieurs bâtiments

En ce qui concerne les marchés de fournitures et services, on s'intéresse à l'homogénéité de la commande.

Pour décider du caractère homogène ou non, l'article 27 pose deux principes exclusifs l'un de l'autre :

- soit en raison de leurs caractéristiques propres qui se définissent par la fonction, l'usage qui en est fait ;
- soit parce qu'ils constituent une unité fonctionnelle qui se définit par des achats de nature et d'usage différents mais qui concourent à un même projet.

Lorsque la durée estimée du marché est inférieure à 1 an, c'est le montant global sur l'année qui est pris en compte. Si le marché est conclu pour plusieurs années, on prend en compte le montant sur la durée totale du marché.

### Exemples :

- acquisition de mobilier de bureau pour différents services
- acquisition de mobilier à l'occasion de la construction d'une nouvelle médiathèque : regroupement des besoins en tables, chaises, bibliothèques, ordinateurs...

Type de marchés	Appréciation des seuils
Marché unique	<p><b>Services et fournitures :</b> Valeur estimée de la totalité des fournitures et services homogènes pour la durée du marché</p> <p><b>Travaux :</b> Valeur globale des travaux se rapportant à une opération portant sur un ou plusieurs ouvrages ainsi que la valeur des fournitures nécessaires à leur réalisation que le pouvoir adjudicateur met à disposition des opérateurs</p>
Marchés allotis	Valeur estimée de la totalité des lots
Marchés fractionnés	Valeur de l'ensemble des bons de commande et/ou des tranches conditionnelles
Marchés reconduits	Valeur estimée, toute reconduction comprise

## 6.2 Elaboration et rédaction des documents contractuels

### 6.2.1 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.

En effet, même si leur montant estimé est le même, un marché de fourniture de jardinières n'aura pas le même contenu qu'un marché de service de diagnostic performance énergétique.

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

Pièces administratives	Pièces techniques	Pièces financières
lettre de consultation (non contractuelle) ou règlement de consultation (RC) (non contractuel)	cahier des clauses techniques particulières (CCTP)* ou cahier des charges	acte d'engagement
		décomposition du prix global et forfaitaire (DPGF)
cahier des clauses administratives particulières (CCAP)*		bordereau des prix unitaires (BPU)
		détail quantitatif estimatif (DQE)

\*Selon l'importance ou la nature du marché, le CCAP et le CCTP peuvent être réunis en un seul document : le cahier des clauses particulières (CCP).

→ si le marché est simple ou l'opérateur économique peu averti du monde de la commande publique :

1 <sup>ère</sup> option
lettre de consultation + acte d'engagement avec bordereau des prix unitaires et/ou devis + éventuellement mini-cahier des charges
2 <sup>nd</sup> option
acte d'engagement + cahier des clauses particulières  *l'AE et le CCP peuvent être réunis dans le même document

→ si le marché est de moyenne difficulté ou a un caractère technique plus évolué :

lettre de consultation ou règlement de consultation  
+  
acte d'engagement  
+  
bordereau des prix unitaires et/ou décomposition du prix global et forfaitaire  
+  
cahier des clauses particulières  
  
\*l'AE et le CCP peuvent être réunis dans le même document

→ si l'achat est complexe ou de valeur importante : un dossier équivalent au dossier formalisé est conseillé.

règlement de consultation  
+  
acte d'engagement  
+  
bordereau des prix unitaires avec un détail quantitatif estimatif et/ou décomposition du prix global et forfaitaire  
+  
cahier des clauses particulières  
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 de livraison, modalité d'intervention sur un site donné, 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 4 000 euros sont passés sous forme écrite. Néanmoins, ne serait-ce que pour des questions de traçabilité, il est préconisé que les marchés au-dessous du seuil de 4 000 euros soient également conclus sous forme écrite (bon de commande, fax, e-mail...).

## 6.2.2 Quelle méthode ?

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 éléments de méthodologie sur les différentes pièces pouvant constituer un dossier de consultation des entreprises.

### 6.2.2.1 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.

- ➔ **Ne pas oublier de préciser sur la page de garde la date et l'heure limites de remise des offres**
- ➔ **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 DC5) que l'on retrouve à l'adresse suivante :

[http://www.bercy.gouv.fr/formulaires/daj/daj\\_dc.htm](http://www.bercy.gouv.fr/formulaires/daj/daj_dc.htm)

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 DC4) que seul le mandataire fournit pour l'ensemble du groupement.

La règle est la même en cas de sous-traitance. À ce titre, chaque sous-traitant doit être accepté et ses conditions de paiement agréées par la collectivité.

Il est également utile de préciser dans le RC que le formulaire relatif à la présentation d'un sous-traitant (DC 13) se trouve à l'adresse suivante :

[http://www.bercy.gouv.fr/formulaires/daj/daj\\_dc.htm](http://www.bercy.gouv.fr/formulaires/daj/daj_dc.htm)

Soulignons que beaucoup d'entreprises, en l'occurrence les PME, 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.

#### ↳ Variantes

Il est préférable de préciser si elles sont autorisées ou non. Rappelons que les variantes constituent un moyen pour les entreprises de proposer des solutions alternatives qui peuvent s'avérer intéressantes.

#### 6.2.2.2 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...

#### ↳ 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 à un CCAG.

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

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

Les CCAG font l'objet de cinq documents distincts selon la nature du marché public :

- CCAG - Marchés de fournitures courantes et services
- CCAG - Marchés publics de prestations intellectuelles
- CCAG - Marchés publics de travaux
- CCAG - Marchés publics industriels
- CCAG - Marchés publics de techniques de l'information et de la communication

Pour retrouver les CCAG:

[http://www.colloc.bercy.gouv.fr/colloc\\_struct\\_marc\\_publ/cahi\\_clau\\_2.html](http://www.colloc.bercy.gouv.fr/colloc_struct_marc_publ/cahi_clau_2.html)

#### ↳ Pénalités

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.

#### 6.2.2.3 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.

#### ↳ Cahier des Clauses Techniques Générales (CCTG) :

Contrairement aux CCAG, il n'existe qu'un CCTG relatif aux marchés publics de travaux. Ce document est divisé en fascicules, chacun applicable à toutes les prestations d'une même nature. Par exemple, le fascicule 82 porte sur la construction d'installations d'incinération de déchets ménagers.

↳ **Penser au CCTP en amont de la procédure. Ne pas hésiter à le faire relire à d'autres personnes. 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).

#### 6.2.2.4 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.

Pour retrouver le formulaire correspondant (DC8) :

[http://www.bercy.gouv.fr/formulaires/daj/daj\\_dc.htm](http://www.bercy.gouv.fr/formulaires/daj/daj_dc.htm)

➔ **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 livrées ou 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 annexe un BPU et une DPGF.

➔ **Les prix sont (article 18 du Code) :**

- soit fermes (et actualisables) ;
- soit révisibles : l'acheteur doit alors prévoir les modalités de calcul de la révision.

➔ **Avances (article 87 du Code) :**

Une avance doit être accordée au titulaire d'un marché lorsque le montant initial du marché ou de la tranche affermée est supé-

rieur à 50 000 euros HT et dans la mesure où le délai d'exécution est supérieur à deux mois.

Il convient de demander au titulaire, dans l'acte d'engagement, s'il accepte ou refuse le versement de l'avance.

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.

## 6.3 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 1000 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 permettraient 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.

### 6.3.1 MAPA inférieurs à 4 000 euros

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 4 000 euros.

Pour ces marchés publics, l'acheteur a ainsi la possibilité de conclure un contrat de gré à gré avec le prestataire de son choix.

Sauf si les circonstances le justifient (suite à un MAPA n'ayant fait l'objet d'aucune candidature, urgence impérieuse...), il semble néanmoins préférable d'effectuer une consultation informelle de quelques entreprises pour ainsi respecter les principes fondamentaux de la commande publique qui sont applicables, rappelons-le, dès le 1er euro.

### 6.3.2 MAPA entre 4 000 et 90 000 euros

Au-dessus du seuil de 4 000 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 gratuite ou d'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 d'opérateurs économiques 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.

### 6.3.3 MAPA supérieurs à 90 000 euros

Entre 90 000 et 193 000 euros pour les marchés de services et de fournitures et entre 90 000 et 4 845 000 euros, 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 minimums prévues par arrêté.

**Pour retrouver l'arrêté :**

<http://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000000817169&fastPos=1&fastReqId=1261283384&categorieLien=cid&oldAction=rechTexte>

**Pour plus de précisions :**

[http://www.economie.gouv.fr/themes/marches\\_publics/formulaires/index.htm](http://www.economie.gouv.fr/themes/marches_publics/formulaires/index.htm)

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.

## 6.4 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.bercy.gouv.fr/formulaires/daj/daj\\_ouv.htm](http://www.bercy.gouv.fr/formulaires/daj/daj_ouv.htm)

### 6.4.1 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.

#### 6.4.2 Lors du dépôt des plis

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

##### ➔ Point sur la dématérialisation

Depuis le 1er janvier 2010, l'acheteur peut imposer la transmission électronique des candidatures et des offres.

Pour les marchés supérieurs à 90 000 euros :

- le pouvoir adjudicateur doit publier l'avis d'appel public à la concurrence et les documents de la consultation sur le profil d'acheteur. Le profil d'acheteur est un site, généralement appelée « plate-forme », accessible en ligne, offrant toutes les fonctionnalités nécessaires à la dématérialisation des procédures : au minimum, information des candidats et réception des candidatures et des offres. Le site internet d'une collectivité ne peut être qualifié de profil d'acheteur que s'il offre l'accès à ces fonctionnalités.
- pour les marchés informatiques, la transmission dématérialisée des documents requis des candidats s'impose à l'acheteur et aux candidats.

Pour rappel, l'acheteur est obligé de recevoir les candidatures et les offres transmises par voie dématérialisée pour les marchés formalisés depuis le 1er janvier 2005. À compter du 1er janvier 2012, il ne pourra plus refuser de recevoir les offres dématérialisées des candidats pour les achats de fournitures, de services ou de travaux d'un montant supérieur à 90 000 euros HT.

## 6.5 Négociation

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 parfaite transparence de la procé-

sure et si l'acheteur envisage d'y recourir, tous les éléments relatifs à la négociation devront être précisés dans le règlement de consultation (simple négociation, avec ou sans audition, sélection...). Cette exigence semble d'autant plus importante lorsque le pouvoir adjudicateur décide de n'engager des négociations qu'avec certains candidats.

Il s'agit là d'une précaution liée au principe de transparence des procédures mais également et surtout au principe d'égalité de traitement des candidats.

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 dès lors conduire le candidat « à modifier substantiellement son offre de telle sorte que son économie s'en trouve bouleversée » (réponse à la question n°70215 du député M. Fidelin). En revanche, la négociation ne doit pas avoir pour effet de modifier l'objet ou les conditions initiales d'exécution du marché.

Par ailleurs, l'acheteur peut demander à un candidat de régulariser son offre lorsque celle-ci ne comporte pas les pièces administratives et techniques exigées. Conformément au principe d'égalité de traitement des candidats, cette demande doit être faite à l'ensemble des candidats ayant remis une offre irrégulière. Il est en revanche interdit de négocier avec un candidat ayant remis une offre inappropriée.

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

## 6.6 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

### 6.6.1 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 groupe 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=>

Beaucoup d'acheteurs ont tendance à demander systématiquement aux candidats des documents relatifs à leurs capacités (moyens humains et techniques, compétences...). La sélection des candidatures n'étant pas chose aisée, ces acheteurs préfèrent dans la plupart des cas retenir tous les candidats en espérant que les offres permettront de les départager.

Cette pratique systématique crée des complications inutiles non seulement du côté de la collectivité : perte de temps, risque de perdre un candidat intéressant pour un document non fourni...mais aussi de celui des candidats qui peuvent très vite se braquer face à une demande de documents trop importante.

Rappelons que la sélection des candidatures au vu des capacités n'est pas automatique. Les renseignements exigés des candidats à l'appui de leur candidature doivent en effet être objectivement rendus nécessaires par l'objet du marché et la nature des prestations à exécuter.

Lorsque l'acheteur décide de fixer des niveaux minimums de capacité, ces derniers doivent être liés et proportionnés à l'objet du marché (niveau minimal de chiffre d'affaires, de capacité technique...).

Un acheteur peut ainsi exiger des candidats qu'ils justifient de leur capacité technique au moyen d'un certificat de qualification professionnelle. Toutefois l'exigence d'un tel certificat ne doit pas avoir pour effet de limiter arbitrairement la liberté d'accès à la commande publique des opérateurs économiques. L'acheteur public doit donc permettre aux candidats d'apporter tout moyen de preuve équivalent.

Au vu de la difficulté de déterminer un niveau minimal et du risque de contentieux, la meilleure solution semble être de ne pas recourir à cette solution.

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

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.

Le code n'impose pas de demander aux candidats les pièces manquantes. Si l'acheteur décide de ne pas procéder à une demande de régularisation, les candidats dont le dossier n'est pas complet ne sont pas admis à présenter une offre.

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'import-

tance d'adresser ces courriers en cas de manquement...).

### 6.6.2 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 néanmoins 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.

En revanche, le MAPA permet de régulariser via la négociation les offres irrégulières (qui sont incomplètes ou ne respectent pas les exigences formulées dans l'AAPC ou le cahier des charges).

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 d'application du Code des marchés publics du 29 décembre 2009) 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 qu'au regard de la jurisprudence, le critère prix ne peut avoir une pondération inférieure à 30% (en général, le prix est pondéré à 30-40%).

Selon la nature du marché (travaux, fournitures et services), les critères seront ainsi différents.

Ces critères peuvent être (article 53 du Code des marchés publics) :

- le prix (obligatoire),
- la valeur technique,
- la qualité,
- le caractère esthétique et fonctionnel,
- le délai de livraison ou d'exécution,
- les performances en matière de protection de l'environnement,
- les performances en matière d'insertion professionnelle des publics en difficulté,
- ...

Pour un marché de prestation intellectuelle, les critères sont plus spécifiques et peuvent être :

- la méthodologie,
- les compétences,
- les moyens mis en œuvre pour assurer les délais...
- ...

Pour faciliter l'analyse des offres et s'assurer dans le même temps d'avoir des offres répondant de façon complète à la commande, d'aucuns préconisent de remplacer le traditionnel mémoire par un questionnaire.

#### ➔ 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 et ce, afin d'éviter le risque de se voir ensuite reprocher le fait de ne pas avoir respecté l'ensemble du formalisme inhérent aux CAO (obligation de quorum...)

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

## 6.7 Achèvement de la procédure

### 6.7.1 Article 46 du Code des marchés publics

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

- a des salariés employés régulièrement : DC6 (attestation relative au travail clandestin) ou équivalent ;
- a bien un statut social lui permettant d'exercer une activité économique : extrait K-bis...
- a satisfait à ses obligations fiscales et sociales : DC7 ou équivalent.

Il est utile de préciser dans le RC que ces formulaires (DC 6 et DC7) se trouvent à l'adresse suivante :

[http://www.bercy.gouv.fr/formulaires/daj/daj\\_dc.htm](http://www.bercy.gouv.fr/formulaires/daj/daj_dc.htm)

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.

### 6.7.2 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 à chaque critère).

### 6.7.3 Délai de suspension de la procédure

Un délai raisonnable doit être prévu entre l'information des candidats évincés du rejet de leur offre et la signature du marché, afin de permettre à un candidat qui s'estimerait irrégulièrement écarté de formuler un recours avant la conclusion du marché (référé précontractuel). Ce délai est déterminé par l'acheteur en fonction des caractéristiques du marché, sachant qu'il est d'au moins 16 jours pour les procédures formalisées.

### 6.7.4 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.

### 6.7.5 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.

### 6.7.6 Notification

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

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.

### 6.7.7 Référé contractuel (articles 40-1 et 85-1 du Code des marchés publics)

Ce nouveau référé permet aux candidats malheureux de saisir le juge administratif pour des manquements graves aux obligations de publicité et de mise en concurrence alors que le marché mis en cause a été déjà conclu.

L'acheteur peut néanmoins éviter ce référé contractuel. Pour ce faire, il doit :

- envoyer au Journal officiel de l'Union européenne un avis relatif à l'intention de conclure le contrat. Cet avis remplace alors la décision d'attribution. Il doit être établi conformément au modèle communautaire ;
- respecter un délai de onze jours entre la date de publication de cet avis et la signature du marché. Si ces deux formalités sont respectées, le contrat ne pourra pas être contesté par la voie du nouveau référé contractuel.

### 6.7.8 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).

### 6.7.9 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=JORFTEXT000017762323&fastPos=2&fastReqId=1839207293&categorieLien=cid&oldAction=rechTexte>

## 6.8 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.

### 6.8.1 Délai de paiement

Le délai global de paiement d'un marché public a été réduit à 30 jours depuis le 1<sup>er</sup> juillet 2010.

### 6.8.2 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, deux atténuations sont à apporter.

D'une part, le Code des marchés publics précise 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.

D'autre part, à partir du moment où la consultation est achevée et que le marché a été signé, cette interdiction de passer un avenant entraînant un dépassement de seuil devient de facto une coquille vide.

Cette interdiction mènerait par ailleurs au lancement d'un autre marché ; ce qui non seulement compliquerait la poursuite de l'exécution du marché mais irait à l'encontre de l'interdiction dite du « saucissonnage ».

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

Modèle d'avenant :

[http://www.bercy.gouv.fr/formulaires/daj/daj\\_exe.htm](http://www.bercy.gouv.fr/formulaires/daj/daj_exe.htm)



# lexique et sigles

**Acte d'engagement :**

Pièce contractuelle dans laquelle le candidat présente son offre financière.

**Avance :**

Doit être accordée au titulaire d'un marché lorsque le montant initial du marché ou de la tranche affermée est supérieur à 50 000 euros HT et dans la mesure où le délai d'exécution est supérieur à deux mois.

**Bordereau des prix unitaires (BPU) :**

Liste les prix unitaires relatifs à chaque élément prévu dans le cahier des charges. Il se retrouve principalement dans les marchés à bons de commande.

**Cahiers des clauses administratives générales (CCAG) :**

Fixent les dispositions applicables à chaque catégorie de marchés (CCAG-Marchés de fournitures courantes et services ; CCAG-Marchés publics de prestations intellectuelles ; CCAG-Marchés publics de travaux ; CCAG-Marchés publics industriels ; CCAG-Marchés publics de techniques de l'information et de la communication). Le pouvoir adjudicateur peut décider ou non de s'en référer.

**Cahier des clauses administratives particulières (CCAP) :**

Document contractuel fixant les dispositions administratives propres au marché.

**Cahier des clauses particulières (CCP) :**

Document contractuel réunissant le CCAP et le CCTP.

**Cahier des clauses techniques générales (CCTG) :**

Fixe les dispositions techniques applicables à toutes les prestations d'une même nature.

**Cahier des clauses techniques particulières (CCTP) ou cahier des charges :**

Document contractuel dans lequel le pouvoir adjudicateur détaille les dispositions techniques propres au marché.

**Décomposition du prix global et forfaitaire (DPGF) :**

Fournit le détail du prix forfaitaire indiqué dans l'acte d'engagement.

**Détail quantitatif estimatif (DQE) :**

Document normalement non contractuel destiné à permettre la comparaison des prix en effectuant la somme des prix unitaires des quantités estimées des produits.

**Marchés à bons de commande :**

Marché conclu avec un ou plusieurs prestataires et exécuté au fur et à mesure de l'émission de bons de commande. Il peut prévoir un minimum et/ou un maximum en valeur ou en quantité ou être conclu sans minimum ni maximum.

**Option :**

Prestation complémentaire/alternative demandée dans le cahier des charges.

**Règlement de consultation :**

Le règlement de consultation fixe les règles qui gouvernent l'attribution du marché. Il est une pièce constitutive du dossier de consultation des entreprises mais il n'est pas contractuel.

**Variante :**

Modification, à l'initiative du candidat, de certaines spécifications des prestations décrites dans le cahier des charges.



---

<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>CCTG</b>	Cahier des clauses techniques générales
<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
<b>UGAP</b>	Union des groupements d'achats publics

# pour compléter vos **connaissances**

## Code des marchés publics

<http://www.legifrance.gouv.fr/affichCode.do?cidTexte=LEGITEXT000005627819&dateTexte=20100902>

## Sites internet

- Sites du Ministère de l'économie, de l'industrie et de l'emploi :  
[http://www.economie.gouv.fr/themes/marches\\_publics/accueil-daj.htm](http://www.economie.gouv.fr/themes/marches_publics/accueil-daj.htm)  
[http://www.colloc.bercy.gouv.fr/colo\\_struct\\_marc\\_publ/index.html](http://www.colloc.bercy.gouv.fr/colo_struct_marc_publ/index.html)
- Site de la plate-forme <http://www.achatpublic.com/apc3/> et sa newsletter
- Site marché-public.fr : <http://www.marche-public.fr/>
- Site d'Etd <http://www.projetdeterritoire.com/> et sa newsletter

## Guides

- Guide de bonnes pratiques en matière de marchés publics (circulaire d'application du Code des marchés publics du 29 décembre 2009) :  
<http://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000021570204>
- Guide pratique sur la dématérialisation du Ministère de l'Economie, de l'Industrie et de l'Emploi :  
[http://www.economie.gouv.fr/directions\\_services/daj/dematerialisation/guide-pratique-dematerialisation-mp.pdf](http://www.economie.gouv.fr/directions_services/daj/dematerialisation/guide-pratique-dematerialisation-mp.pdf)

## Revue

- Le Moniteur des Travaux publics et du Bâtiment (partie réglementation)
- T comme Territoires (la revue d'Etd)

## Services proposés par Etd

Voir également la rubrique marchés publics

[http://www.projetdeterritoire.com/index.php/plain\\_site/Nos-services/Marches-publics](http://www.projetdeterritoire.com/index.php/plain_site/Nos-services/Marches-publics)

- Allo Territoires-Services : 01 45 75 15 15  
pour toute question juridique et de méthodologie,  
pour la relecture de cahiers des charges [réservé aux adhérents d'Etd]
- Journées cahiers des charges [participation gratuite pour les adhérents d'Etd]

Calendrier des journées consultables dans la rubrique Journées Territoires

[http://www.projetdeterritoire.com/index.php/plain\\_site/Nos-services/Journees-Territoires](http://www.projetdeterritoire.com/index.php/plain_site/Nos-services/Journees-Territoires)

- Publication des avis de marchés [réservé aux adhérents d'Etd]



