



**PRÉFET
DE LA HAUTE-
MARNE**

*Liberté
Égalité
Fraternité*

L'essentiel de la commande publique

Direction de la citoyenneté et de la légalité

*Bureau des collectivités locales
et de l'intercommunalité*

TABLE DES MATIÈRES

Les marchés publics.....	3
Qu'est-ce qu'un marché public ?.....	3
<i>Principe de l'allotissement.....</i>	3
<i>Formes particulières de marchés.....</i>	3
Principales étapes d'un marché public.....	4
<i>Définition des besoins.....</i>	4
<i>Choix de la procédure de passation.....</i>	4
<i>Organisation de la publicité et de la mise en concurrence.....</i>	5
<i>Choix de l'offre.....</i>	5
<i>Information des candidats et notification du marché.....</i>	6
<i>Transmission au contrôle de légalité.....</i>	7
<i>Information des tiers.....</i>	7
Dématérialisation des marchés publics.....	7
Récapitulatif des seuils de procédure et de publicité.....	8
Focus sur les marchés sans publicité ni mise en concurrence.....	9
Focus sur les marchés passés selon une procédure adaptée.....	9
Focus sur les marchés à procédure formalisée.....	10
Les contrats de concession.....	11
Transfert de risque.....	11
Durée du contrat.....	12
Procédure de délégation de service public.....	12
<i>Publicité et mise en concurrence.....</i>	12
<i>Consultation et analyse des offres.....</i>	13
<i>Choix du délégataire.....</i>	13
Récapitulatif des seuils de procédure et de publicité.....	14
Liens utiles.....	15
Vos contacts en préfecture et en sous-préfecture.....	17

LES MARCHÉS PUBLICS

Qu'est-ce qu'un marché public ?

Les marchés publics sont les **contrats** passés par la collectivité (appelée « **pouvoir adjudicateur** ») avec un ou plusieurs **opérateurs économiques** pour répondre à ses **besoins** en matière de travaux, de fournitures ou de services, en contrepartie d'un **prix** ou de tout équivalent (art. L1111-1 du code de la commande publique – CCP).



Tout contrat répondant à cette définition est un marché public, **dès le premier Euro** dépensé. Les règles de procédure et de publicité varient cependant en fonction du montant de ce marché.

Principe de l'allotissement

Le marché public peut être soit **alloti** (divisé en plusieurs lots, sur une base fonctionnelle ou technique), soit **global** (avec un lot unique).

① Afin de susciter la plus large **concurrence** possible entre entreprises de toutes tailles, **l'allotissement est la règle** (art. L2113-10 du CCP). Il ne peut être conclu des marchés globaux que dans le cas où il n'est pas possible d'identifier des prestations distinctes.

Formes particulières de marchés

Les **marchés à tranches conditionnelles** (art. R2113-4 et suivants du CCP) comportent une tranche ferme et une ou plusieurs tranches conditionnelles dont l'exécution est subordonnée à une décision ultérieure du pouvoir adjudicateur.

Les **accords-cadres** (art. L2125-1 du CCP) permettent de présélectionner des opérateurs économiques et d'établir les règles relatives aux commandes ultérieures, en vue desquels ces opérateurs seront remis en concurrence entre eux.

Les **marchés à bons de commande** permettent d'effectuer des achats répétitifs auprès d'un ou plusieurs opérateurs à la suite d'une seule procédure de mise en concurrence initiale.

Les **marchés de maîtrise d'œuvre** (art. L2430-1 et suivants du CCP) qui ont pour objet l'exécution d'une mission (conception, études, conseil, rédaction de marchés, direction de chantier, etc.) en vue de la réalisation d'un ouvrage ou d'un projet urbain ou paysager.

Principales étapes d'un marché public

Définition des besoins

Le pouvoir adjudicateur doit évaluer avec précision la **nature** et l'**étendue** des besoins à satisfaire. La définition des besoins est une opération permettant que l'achat public soit réalisé dans les meilleures conditions économiques possibles et doit avoir lieu **avant le lancement de la procédure**.

- ☑ Les besoins de la commune doivent être définis en prenant en compte des **objectifs de développement durable** (art. L2111-1 du CCP).

Choix de la procédure de passation

Le choix de la procédure de passation dépend du **montant prévisionnel** du marché.

Les **procédures formalisées** (appel d'offres, concours, etc.) ne sont mises en œuvre que pour les marchés dont le montant hors-taxes est **supérieur ou égal à 214 000 €** (fournitures et services) ou **5 350 000 €** (travaux).

Les marchés dont le montant est **supérieur ou égal à 40 000 € HT** (et inférieur aux seuils précités) sont passés selon une **procédure adaptée**.

En dessous de **40 000 €**, les marchés peuvent être passés **sans publicité ni mise en concurrence** (cf page 9).



Le montant du marché pris en compte pour la procédure est le montant total hors-taxes de l'**ensemble des lots**. L'attribution d'un marché à l'issue d'une **procédure inadaptée** entache celui-ci d'illégalité.

Organisation de la publicité et de la mise en concurrence

Les modalités de publicité et les règles de mise en concurrence (modalités de présentation des offres, de leur analyse, etc.) varient en fonction du **montant** et de la **nature du marché** (cf annexe page 15).

La méconnaissance de ces règles est susceptible d'entraîner l'**annulation du marché** par le juge administratif.

Choix de l'offre

L'offre retenue doit être l'**offre économiquement la plus avantageuse** (art. L2152-7 du CCP).

La collectivité doit définir au préalable des **critères de sélection** de façon **précise** et **objective**. Ces critères, doivent être liés à l'objet du marché ou à ses conditions d'exécution (art. R2152-7 du CCP).

Critère unique

Il peut s'agir d'un **critère unique** fondé sur le **prix** ou le **coût** (selon une approche globale, qui peut être fondée sur le coût du cycle de vie).

❶ Le critère unique du prix ne peut être retenu que lorsque le marché a pour seul objet l'achat de services ou de **fournitures standardisés** dont la qualité ne varie pas d'un opérateur économique à l'autre.

Critères multiples

Le choix de l'acheteur peut se fonder sur une **pluralité de critères non-discriminatoires**, parmi lesquels figurent les critères du **prix** ou du **coût**, et un ou plusieurs autres critères **qualitatifs, environnementaux ou sociaux** :

- la qualité (valeur technique, caractéristiques esthétiques ou fonctionnelles), l'accessibilité, l'apprentissage, la diversité, les conditions de production et de commercialisation, la rémunération équitable des producteurs, le caractère innovant, la protection de l'environnement, les approvisionnements directs de produits de l'agriculture, l'insertion professionnelle des publics en difficulté, la biodiversité, le bien-être animal...

- les délais d'exécution, les conditions de livraison, le service après-vente et l'assistance technique, la sécurité des approvisionnements, l'interopérabilité et les caractéristiques opérationnelles...
- l'organisation, les qualifications et l'expérience du personnel assigné à l'exécution du marché lorsque la qualité du personnel assigné peut avoir une influence significative sur le niveau d'exécution du marché...



L'**origine géographique** de l'opérateur économique constitue un critère de choix **discriminatoire et illégal**.

La décision d'**attribution du marché** revient en principe au **conseil municipal**. Si les crédits sont inscrits au budget et s'il dispose d'une **délégation** (4° de l'art. L2122-22 du CGCT), le **maire** procède à l'attribution.

Dans les deux cas, c'est le **maire** qui **signe** le marché.

❶ L'avis de la **commission d'appel d'offres** n'est requis que dans le cadre des appels d'offres.

Information des candidats et notification du marché

Les candidats non retenus doivent être **informés sans délai** du rejet de leur offre (art. R2181-1 du CCP).

Le maire **signe** et **notifie** ensuite le marché au **candidat retenu** et transmet les pièces requises au **contrôle de légalité** (cf ci-dessous).


Les candidats non retenus peuvent obtenir communication des **motifs** de ce rejet, ainsi que, sauf exception, des caractéristiques et avantages de l'**offre retenue**, et du **nom de l'attributaire** du marché. Cette communication est faite obligatoirement lors de la notification du rejet pour les marchés passés selon une procédure formalisée (art. R2181-3 du CCP).

❶ Pour les marchés passés selon une procédure formalisée un **délai minimal** (dit délai de *stand still*), dont la durée varie de 11 à 16 jours, doit être respecté entre la notification aux candidats non retenus et la signature du marché (art. R2182-1 du CCP).

Transmission au contrôle de légalité

Toutes les **décisions d'attribution** de marchés doivent être transmises, **sous quinzaine**, au contrôle de légalité.

Pour les marchés de **214 000 € et plus**, cette transmission doit être accompagnée de **l'ensemble des pièces** du marché.


 Le Préfet peut demander communication des marchés inférieurs à ce seuil.



Pour les marchés inférieurs à ce seuil, lorsque la **décision** de passer un contrat n'est **pas détachable** de la signature de celui-ci, c'est le **contrat lui-même** qui doit être transmis au contrôle de légalité (CE 30 janvier 1987, *Commissaire de la République d'Ille-et-Vilaine c/ Commune du Rheu*).

Information des tiers

Tous les marchés dont la valeur est **supérieure à 40 000 €** doivent faire l'objet d'une mise à disposition en accès libre de leurs **données essentielles** par la collectivité (art. R2196-1 du CCP).

 La liste de ces données est fixée par un arrêté interministériel du 22 mars 2019 *relatif aux données essentielles dans la commande publique*.

Dématérialisation des marchés publics

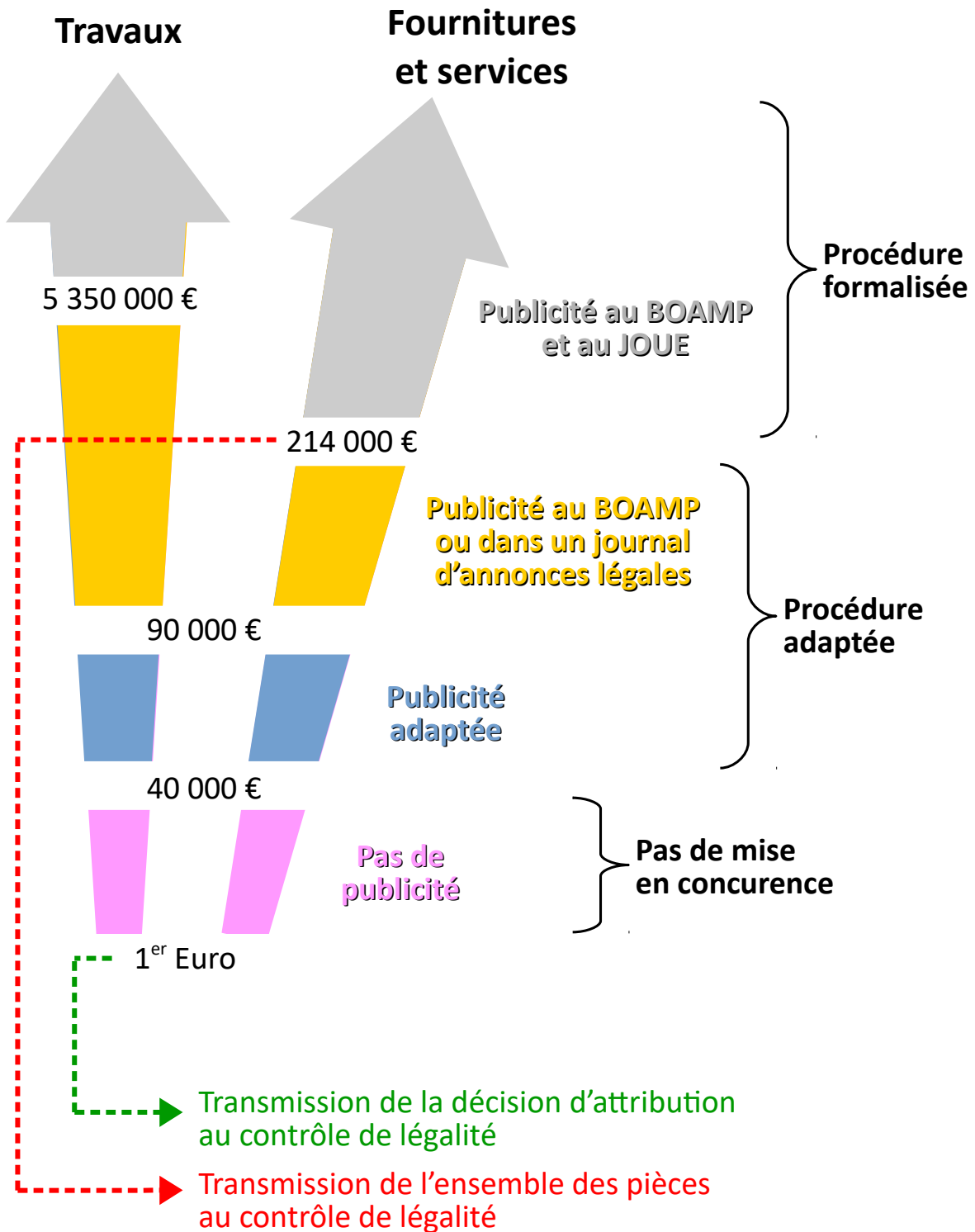
Tous les marchés d'un montant **supérieur à 40 000 € HT** doivent être passés selon une **procédure dématérialisée** (art. R2132-2 et R2132-7 du CCP notamment).

Cela impose notamment que les collectivités qui passent de tels marchés disposent d'un **profil acheteur** en ligne. Ce profil permet la mise à disposition des documents de consultation et la réception des offres des candidats.



Le non-respect de cette obligation pour les marchés d'un montant supérieur à 40 000 € HT rend la **procédure irrégulière**.

Récapitulatif des seuils de procédure et de publicité



Focus sur les marchés sans publicité ni mise en concurrence

Le code de la commande publique (art. L2122-1 et R2122-1 à R2122-11) prévoit certaines hypothèses où un marché peut être passé sans publicité ni mise en concurrence.

C'est notamment le cas de **tous les marchés inférieurs à 40 000 € HT**.

La collectivité doit néanmoins veiller à :

- choisir une offre répondant de manière pertinente au **besoin** ;
- respecter le principe de **bonne utilisation des deniers publics** ;
- ne **pas systématiquement** faire appel au **même prestataire**.

L'acheteur peut consulter des opérateurs économiques en sollicitant plusieurs devis. Il doit alors garantir l'**égalité de traitement** entre les candidats.



Le montant du marché pris en compte pour l'application de ce seuil de procédure est le montant total hors-taxes de l'**ensemble des lots**.

Focus sur les marchés passés selon une procédure adaptée

Si la commune souhaite réaliser un achat dont la valeur estimée est **inférieure** aux seuils de **procédure formalisée**, mais **supérieure à 40 000 € HT**, elle peut recourir à une procédure adaptée (ou MAPA).

Dans ce cas, les conditions de la **procédure** sont fixées **librement** par la collectivité dans le respect des **principes** de la législation en la matière.



Si la collectivité prévoit de **négoier** les offres qui lui sont faites, cela doit être précisé dans les **documents de consultation**.

La **publicité** est **obligatoire**, mais ses modalités varient en fonction du montant du marché :


- en dessous de **90 000 € HT**, la collectivité choisit **librement** la façon dont est organisée la publicité (profil acheteur, site internet, journal d'annonces légales, presse spécialisée, presse régionale, etc.)
- au-dessus de **90 000 € HT**, la réglementation prescrit la publication au **BOAMP** ou dans un **journal d'annonces légales**.

Pour améliorer la concurrence, la collectivité peut également faire publier un avis dans un journal spécialisé du secteur d'activité concerné ou au *Journal officiel de l'Union européenne*.

❶ Les MAPA doivent tous être passés selon une **procédure dématérialisée** (cf page 7).

Journaux d'annonces légales habilités en Haute-Marne

Pour l'année 2020, les journaux et services de presse en ligne **habilités** à recevoir des **annonces légales** pour le département de la Haute-Marne sont le Journal de la Haute-Marne, la Voix de la Haute-Marne, l'Avenir agricole et rural de la Haute-Marne, l'Affranchi de Chaumont et le site *lavoixdelahautemarne.fr*.

 Cette liste est actualisée chaque année par **arrêté préfectoral**.

Focus sur les marchés à procédure formalisée

Lorsque la valeur estimée du marché est égale ou supérieure aux **seuils européens** (cf page 4), le marché est passé selon l'une des procédures formalisées suivantes :

- **Appel d'offres** : il est « ouvert » lorsque tout fournisseur ou prestataire peut soumissionner et « restreint » lorsque seuls les candidats pré-sélectionnés par l'acheteur peuvent déposer une offre
- **Procédure avec négociation** ;
- **Dialogue compétitif** : l'acheteur dialogue avec les candidats admis à participer à la procédure en vue de définir ou de développer les solutions pouvant répondre à ses besoins, et c'est sur cette base que les candidats sont invités à remettre une offre.



Les règles spécifiques à ces marchés ne sont pas développées dans le présent mémento, car ils sont mis en œuvre de façon relativement exceptionnelle par les communes.

☑ La rédaction d'un **rapport de présentation** et la publication d'un **avis d'attribution** sont obligatoires pour les procédures formalisées.

LES CONTRATS DE CONCESSION

Un contrat de concession est un contrat par lequel une ou plusieurs collectivités confient l'**exécution de travaux** ou la **gestion d'un service** à un ou plusieurs opérateurs économiques, à qui est **transféré un risque** lié à l'exploitation de l'ouvrage ou du service, en contrepartie soit uniquement du droit d'exploiter l'ouvrage ou le service, soit de ce droit assorti d'un prix.

Les **délégations de service public** sont des contrats de concession de services (art. L1121-3 du CCP).

Transfert de risque

La rémunération du concessionnaire doit être liée aux **résultats de l'exploitation** du service ou de l'ouvrage. Le transfert de risque constitue le critère de **distinction** entre un **marché public** et un contrat de concession.

L'article L1121-1 du CCP précise que la part de risque transférée au concessionnaire implique une **réelle exposition aux aléas du marché**, de sorte que toute perte potentielle supportée par le concessionnaire ne doit pas être purement théorique ou négligeable.

Le concessionnaire assume le risque d'exploitation lorsque, dans des conditions d'exploitation normales, il n'est **pas assuré** d'amortir les investissements ou les coûts, liés à l'exploitation de l'ouvrage ou du service, qu'il a supportés.



Si la collectivité supporte l'intégralité ou une part prédominante du risque, en n'exposant pas le prestataire aux aléas du marché, l'opération constitue un **marché public**.

Durée du contrat

La durée du contrat doit être **limitée**, calculée en fonction de la nature et du **montant des prestations** ou des **investissements** demandés au concessionnaire.

Pour les contrats d'une **durée supérieure à 5 ans**, cette durée ne doit pas excéder le temps raisonnablement escompté pour l'**amortissement des investissements** réalisés par le concessionnaire (art. R3114-2 du CCP).

① Dans le domaine de l'eau potable, de l'assainissement, des ordures ménagères et autres déchets, la durée de la concession ne peut pas excéder **vingt ans** (art. L3114-8 du CCP).

Procédure de délégation de service public



La procédure décrite ci-après ne s'applique qu'aux concessions de services dont le montant total (sur toute leur durée) est **inférieur à 5 350 000 € HT**, ainsi qu'en matière d'eau potable.

Le choix de recourir à une délégation de service public (DSP) relève du **conseil municipal**, après avis de la commission consultative des services publics locaux, si elle existe (art. L1411-4 du CGCT).

Publicité et mise en concurrence

La **publicité** est **obligatoire dès le 1^{er} Euro** et un avis de publicité doit être publié au **BOAMP** ou dans un **journal d'annonces légales** (cf page 10).

La collectivité définit les **modalités de mise en concurrence**, et notamment le délai de réception des offres (fixé en fonction de la nature du service, des obligations de visite, etc.), ainsi que les **critères d'attribution** et les **caractéristiques minimales du service**.

La **commission de délégation de service public** (CDSP) analyse les dossiers de candidature et dresse la liste des candidats admis à présenter une offre, après examen de leurs garanties professionnelles et financières, ainsi que du respect de certaines obligations (art. L1411-5 du CGCT).

Consultation et analyse des offres

La collectivité transmet à ces candidats les **documents de consultation** (art. R3122-7 et suivants du CCP) et peut engager avec eux une **phase de négociation** (art. L3124-1 et suivant du CCP).

❗ La négociation ne peut porter ni sur l'objet de la concession, ni sur les critères d'attribution, ni sur les conditions et caractéristiques minimales indiquées dans les documents de consultation.

La **CDSP** examine les offres faites au regard des **critères objectifs** définis au moment de la mise en concurrence. Elle formule un **avis** et un **rapport** sur l'**avantage économique global** de chacune des offres (art. L3124-5 du CCP).

Choix du délégataire

C'est le **conseil municipal** qui **choisit le délégataire** et **approuve le contrat** de délégation (et autorise le maire à le signer).

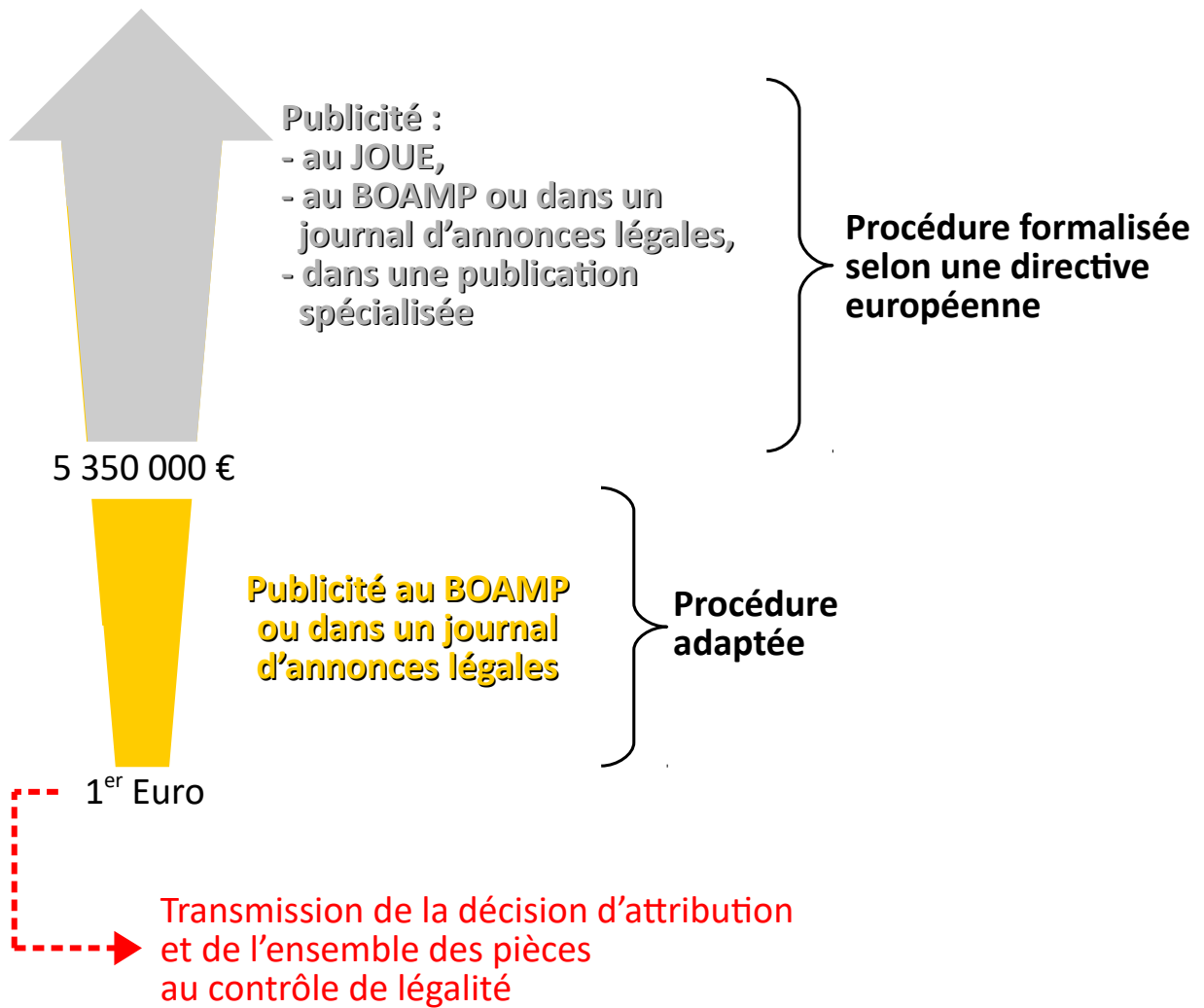


La délibération doit intervenir au moins deux mois après la date-limite de réception des offres, et au moins quinze jours après réception du rapport de la CDSP (art. L1411-7 du CGCT).

La délibération ainsi que **toutes les pièces** du contrat de délégation doivent être transmis sous quinzaine au **contrôle de légalité** (quel que soit le montant de la délégation).

☑ Un avis reprenant le dispositif de la délibération doit être inséré dans un journal diffusé dans la commune (art. L2121-24 du CGCT).

Récapitulatif des seuils de procédure et de publicité



LIENS UTILES

- **Fiches techniques** de la direction des affaires juridiques des ministères de l'Économie et des Finances, et de l'Action et des Comptes publics :
www.economie.gouv.fr/daj/conseil-acheteurs-fiches-techniques
- **Dématérialisation** de la commande publique :
marchespublicsnumeriques.fr
- Portail DGCL/DGFIP destiné aux **collectivités locales** :
 - www.collectivites-locales.gouv.fr/marches-publics-1
 - www.collectivites-locales.gouv.fr/concessions-et-delegations-service-public

VOS CONTACTS EN PRÉFECTURE ET EN SOUS-PRÉFECTURE

Bureau des collectivités locales et de l'intercommunalité

- M. Sébastien GUNTHER, chef de bureau – 03 25 30 22 30
- Mme Chantal DA MOTA, adjointe – 03 25 30 22 01
- Mme Élisabeth PENCREACH – 03 25 30 22 38

Sous-Préfecture de Langres

- Mme Cathy BOIZET, secrétaire générale – 03 25 87 93 40
- M. Benjamin NAHLYJ – 03 25 87 93 37

Sous-Préfecture de Saint-Dizier

- Mme Emmanuelle RENAUD, secrétaire générale – 03 25 56 94 40
- Mme Christelle BERNARDIN – 03 25 56 94 53
- Mme Hélène ZOL – 03 25 56 94 49



Version mise à jour au

10 juin 2020

Bureau des collectivités locales et de l'intercommunalité / EP