

FICHES PRATIQUES

Des réponses simples et concrètes à toutes vos questions

Comment participer à un marché public

Les entreprises ont la possibilité de passer des contrats avec les administrations publiques : c'est ce qu'on appelle les marchés publics. Ceux-ci sont soumis à des règles précises définies dans le code des marchés publics.



1. Qu'est-ce qu'un marché public ?

Un marché public est un contrat passé entre des collectivités publiques et des opérateurs économiques (entrepreneurs, fournisseurs, prestataires de service, etc.). L'objectif est de répondre aux besoins des collectivités dans trois domaines :

- fournitures ;
- services ;
- travaux.

L'acheteur public (qu'on peut aussi appeler le responsable de marché) est tenu de respecter trois principes, définis dans le code des marchés publics :

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

2. Marché public : deux procédures

En dessous de 15 000 € (hors taxe), un marché public ne fait l'objet d'aucune procédure particulière. À partir de ce seuil et jusqu'à un certain plafond, on entre dans le cadre d'une procédure adaptée :

- jusqu'à 134 000 € ; pour un marché de fournitures et de services passé par l'État ou ses établissements publics ;
- jusqu'à 207 000 € ; pour un marché de fournitures et de services passé par les collectivités territoriales ou leurs établissements publics ;
- jusqu'à 5,186 M € ; pour un marché de travaux, quel que soit l'acheteur.

Au-delà de ces seuils, on se situe dans un marché à procédure formalisée pour lequel les règles de publicité et de mise en concurrence sont plus strictes.

3. Marché public : les règles de publicité

Pour respecter les trois principes (liberté d'accès à la commande publique, égalité de traitement des candidats et transparence des procédures), le code des marchés publics prévoit des règles strictes en matière de publicité. Ce qui permet une véritable mise en concurrence.

Le type de publicité dépend du montant estimé du marché (hors taxe) :

- moins de 15 000 € ; : pas d'obligation de publicité ;
- entre 15 000 et 89 999,99 € ; : le responsable du marché peut choisir le type de publicité ;
- à partir de 90 000 € ; et jusqu'au seuil de la procédure formalisée : les avis d'appel public à la concurrence (AAPC) doivent être publiés : soit dans le Bulletin officiel des annonces des marchés publics (BOAMP), soit dans un journal habilité à recevoir des annonces légales. Il doit, en plus, figurer sur une plate-forme web appelée le profil acheteur, voire dans la presse spécialisée ;
- à partir du seuil de la procédure formalisée : les AAPC doivent être publiés dans le BOAMP, dans le Journal officiel de l'Union européenne et dans le profil acheteur.

4. Marché public : les règles de mise en concurrence

Dans le cadre d'une procédure adaptée, le responsable du marché a libre choix dans les modalités de mise en concurrence. En revanche, la procédure formalisée implique de passer par un appel d'offres. Le responsable peut

choisir de sélectionner les candidats avant le dépôt des offres. Sinon, les offres font office de candidature. L'acheteur aura alors à sélectionner l'offre la plus avantageuse économiquement (à l'achat et à l'usage). Cela signifie que le critère prix, s'il est évidemment important, n'est pas le seul pris en compte.

5. Un accord-cadre est-il un marché public ?

Un accord-cadre est un contrat entre l'acheteur public et un ou plusieurs titulaires de marchés publics qui les lie sur un certain type de marché pendant une période déterminée (pas plus de quatre ans normalement). Un accord-cadre se noue dans les mêmes conditions qu'un marché public, et plusieurs marchés sont ensuite passés durant la période du contrat.

Comment participer à un marché public à procédure adaptée (MAPA)



1. Mapa : quand peut-il être passé ?

Les montants estimés du marché déterminent si l'acheteur peut recourir ou non au marché public à procédure adaptée. Au-dessous de 15 000 €, il n'y a aucune règle de publicité ou de mise en concurrence. Au-dessus de ce seuil, on entre dans la catégorie des Mapa. Son plafond dépend de la nature du marché et de l'acheteur :

- 134 000 € HT pour un marché de fournitures et de services passé par l'État ou ses établissements publics ;
- 207 000 € HT pour un marché de fournitures et de services passé par les collectivités territoriales ou leurs établissements publics ;
- 5,186 M € HT pour un marché de travaux, quel que soit l'acheteur.
- Une fois ces plafonds dépassés, il s'agit d'un marché public à procédure formalisée.

Par ailleurs, pour les services que l'administration qualifie de " non prioritaires ", une procédure adaptée peut aussi être appliquée quel que soit le montant du marché. L'article 30 du code des marchés publics définit ces services comme ressortant de domaines aussi variés que :

- l'éducation ;
- la qualification et l'insertion professionnelles ;
- la récréation ;
- la culture ;
- le sport ;
- le social
- la santé
- le juridique
- etc.

2. Mapa : où trouver la publicité ?

Pour un marché compris entre 15 000 € et 90 000 €, le Mapa doit faire l'objet d'une publicité, mais pas forcément d'une publication. Ainsi, quelques entreprises seulement peuvent être sollicitées par l'acheteur. Cette démarche peut être suffisante si elle est adaptée au marché (s'il est peu concurrentiel, par exemple). Pour toute publicité, les candidats potentiels doivent connaître les informations suivantes :

- l'identité et les coordonnées de l'acheteur ;
- l'objet des prestations envisagées ;
- les critères d'attribution du marché.

Pour un marché compris entre 90 000 € et le plafond du Mapa, les avis d'appel public à la concurrence doivent être publiés :

- soit dans le Bulletin officiel des annonces des marchés publics (BOAMP) ;
- soit dans un journal habilité à recevoir des annonces légales.

Il doit aussi l'être dans le profil acheteur (la plate-forme internet que l'acheteur doit utiliser pour un marché compris au-dessus de ce seuil). Si nécessaire, l'avis peut aussi figurer dans un ou plusieurs journaux spécialisés dans le marché en question.

3. Mapa : quelles règles de mise en concurrence ?

Dans le cadre d'un Mapa, l'acheteur a donc libre choix dans les modalités de mise en concurrence. Toutefois, les délais de remise des candidatures et des offres doivent s'adapter à ce qui est demandé aux candidats :

- quantité de pièces exigées ;
- visites des lieux à programmer ;
- etc.

Par ailleurs, contrairement à un marché public formalisé, un Mapa permet aux candidats de proposer des variantes dans les critères de sélection des offres définis par l'acheteur, sauf si ce dernier a mentionné qu'elles étaient interdites. Le marché public à procédure adaptée donne également la possibilité à l'acheteur de négocier les prix.

Enfin, les candidats doivent savoir qu'un Mapa n'oblige pas l'acheteur à les informer immédiatement s'ils sont évincés du marché. En revanche, il est tenu de communiquer à tout candidat qui en fait la demande par écrit, les motifs du rejet de sa candidature ou de son offre, dans un délai de quinze jours à compter de la réception de cette demande.

Comment participer à un marché public à procédure formalisée



1. Quand procède-t-on à un appel d'offres ?

La procédure formalisée doit être activée lorsque le montant estimé du marché public dépasse un certain seuil :

- 134 000 € HT pour un marché de fournitures et de services passé par l'État ou ses établissements publics ;
- 207 000 € HT pour un marché de fournitures et de services passé par les collectivités territoriales ou leurs établissements publics ;
- 5,186 M € HT pour un marché de travaux, quel que soit l'acheteur.

En dessous de ces seuils, l'acheteur a beaucoup moins de contraintes et peut passer un marché public à procédure adaptée (Mapa).

2. Où trouver les appels d'offres ?

Au cours d'un appel d'offres, l'acheteur est d'abord tenu de publier un avis d'appel public à concurrence (AAPC) :

- au Bulletin officiel des annonces des marchés publics (BOAMP) ;
- dans le Journal officiel de l'Union européenne (Joue)
- dans le profil acheteur (plate-forme internet que l'acheteur a l'obligation d'utiliser pour cette procédure).

Selon le code du marché public, l'acheteur a l'obligation d'indiquer dans l'avis :

- les conditions que les candidats doivent remplir ;
- les justificatifs qu'ils devront présenter.

En cas de non-respect des procédures de publicité de la part de la personne responsable du marché, les candidats ont la possibilité de se tourner vers le tribunal administratif.

3. Quelles sont les étapes d'un appel d'offres ?

D'abord, l'acheteur peut choisir de procéder à un appel d'offres ouvert ou restreint. Dans le premier cas, tout candidat peut déposer une offre. Dans le second, l'acheteur sélectionne les candidats avant le dépôt des offres.

Exemple d'un appel d'offres ouvert :

Première étape, l'examen des candidatures. L'acheteur vérifie que

- le dossier est complet ;
- les conditions d'accès sont respectées par le candidat ;
- le candidat a les capacités techniques, professionnelles et financières pour répondre au marché. Seules les offres des candidats répondant aux critères vont alors être examinées ;

Deuxième étape, l'examen des offres : le responsable du marché va forcément tenir compte du prix, mais pas seulement. Dans le cadre d'un marché public, on parle plus communément de l'offre économiquement la plus avantageuse. L'acheteur va donc aussi tenir compte de la qualité des prestations fournies.

- Pour un appel ouvert, les candidats ont 52 jours pour se faire connaître (45 jours si la publicité est envoyée par voie électronique).
- Pour un appel fermé, les délais sont respectivement de 37 et 30 jours puis 40 jours pour ensuite transmettre son offre.

Il faut enfin savoir que pour un marché public à procédure formalisée, l'acheteur ne peut négocier les prix avec les candidats.

4. Comment les candidats sont-ils informés du résultat d'un appel d'offres ?

Qu'il s'agisse d'un appel d'offres ouvert ou restreint, les candidats doivent être informés du rejet de leur candidature ou de leur offre au moins 16 jours avant la signature du marché. Tout candidat évincé a le droit de connaître par écrit les motifs du rejet de sa candidature. Il peut également contester la signature du marché auprès du Conseil d'Etat.

Comment signer un accord-cadre



1. Que contient un accord-cadre ?

Un accord-cadre définit deux composantes essentielles d'un marché public :

- le ou les titulaires ;
- les prestations demandées par l'acheteur.

Ainsi, pour tous les marchés à venir concernant ces, l'acheteur s'engage à faire appel aux partenaires de l'accord-cadre et ceci, sur une période déterminée. Sauf cas exceptionnels (qui doivent alors être justifiés dans l'avis d'appel public à la concurrence), cette période ne peut dépasser quatre ans. L'intérêt est de simplifier les procédures et réduire les coûts correspondants à chaque nouvelle mise en concurrence dans le cadre d'un marché public.

2. Comment un accord-cadre est-il passé ?

Un accord-cadre doit être signé dans le respect du code des marchés publics. Il doit donc suivre les règles de publicité et de mise en concurrence.

C'est l'acheteur public qui doit estimer le montant maximal des travaux durant la période de l'accord-cadre pour déterminer s'il faut passer par une procédure formalisée ou une procédure adaptée.

C'est aussi l'acheteur qui détermine s'il passe un contrat avec un ou plusieurs titulaires. Quel que soit son choix, l'accord-cadre prend ensuite la forme d'un système fermé. Aucun autre acteur ne pourra y adhérer après la signature. En raison de cette position privilégiée pour les titulaires du contrat, l'acheteur peut faire figurer des clauses d'évolution des prix durant toute la durée de l'accord-cadre. Il se prémunit ainsi de potentiels abus de la part des partenaires.

3. Comment un accord-cadre est-il exécuté ?

Pendant la durée de l'accord-cadre, des marchés vont donc être passés entre l'acheteur public et le ou les titulaires : ce sont les marchés subséquents. Chaque marché est précédé d'une remise en concurrence (sauf s'il n'y a qu'un titulaire). Elle doit être exécutée dans les mêmes conditions pour tous les titulaires. Les critères d'attribution des marchés subséquents ne sont pas forcément les mêmes que ceux qui ont été précédemment demandés pour la signature de l'accord-cadre. L'intervention des marchés subséquents peut se réaliser :

- lors de la survenance du besoin ;
- selon une périodicité définie dans l'accord-cadre.

4. Un accord-cadre peut-il être résilié ?

Le responsable du marché a le droit de résilier un accord-cadre. La résiliation peut aussi ne concerner qu'un seul titulaire, ou même qu'un seul marché subséquent. Dans ce cas, le titulaire visé aura la possibilité de réintégrer l'accord-cadre pour un autre marché. Une résiliation peut être décidée si un titulaire ne respecte pas les clauses du contrat, par exemple. Enfin, il faut savoir que lorsqu'un accord-cadre est résilié, les marchés subséquents en cours peuvent toutefois aller jusqu'à leur terme.

Découvrir le monde du marketing et du commercial



La référence
des décideurs
La communauté
Marketing
& communication



Le média
cross canal
Ecommerçants
et commerce
connecté



Le média
orienté
100% client



Le service
d'information
des commerciaux
et des business
developers

Découvrir le monde de la finance et des achats



Le média référent
des acheteurs
privé / public



La solution
d'information
des directeurs
administratifs
et financiers

Découvrir le monde de l'entrepreneuriat



La source
d'information
des entrepreneurs
et
des dirigeants PME



Le magazine
des entreprises
artisanales



Le magazine
des entreprises
artisanales