

Fiche thématique

Qu'est-ce qu'un

marché public ?

Communauté de communes Sèvre & Loire

Siège intercommunal • Espace Sèvre • 1, place Charles de Gaulle • 44330 Vallet

Tél. 02 51 71 92 12 • www.cc-sevreloire.fr • contact@cc-sevreloire.fr

Une approche initiatique...

1) La naissance du marché public

Les marchés publics rythment la vie d'une collectivité. En effet, toute collectivité publique a des besoins en termes de fournitures, services, travaux... L'ensemble de ces besoins ont un coût. On dit que dès le premier euro dépenser pour répondre à ses besoins, la collectivité entame une procédure de marché public.

Pour satisfaire ses besoins, la collectivité dépense donc de l'argent public. De ce fait, la loi l'oblige à en faire bon usage. Un marché public est donc également un processus de réflexion en amont afin de déterminer comment la collectivité va dépenser au mieux cet argent public. De ce fait et tout le long de la procédure, la collectivité est soumise à la règle de **la transparence**.

Le marché public a donc pour but d'encadrer de la meilleure des manières le **besoin de la collectivité** et de **choisir l'entreprise** la plus à même d'y répondre. Plusieurs étapes sont alors nécessaires.

2) La construction du marché public

Pour des raisons évidentes de praticité, un achat à 100 € n'obéit pas aux mêmes règles qu'un achat à 1 000 000 €. C'est pourquoi il existe **différentes procédures** de marchés publics en fonction de l'importance du montant du besoin. Ce besoin doit donc être préalablement défini tant au niveau technique qu'au niveau financier.

Une fois que ce montant est arrêté, il convient de se référer aux **seuils des marchés publics**. Ces seuils, définis au niveau européen, sont déterminés en € HT. En dessous d'un certain montant (215 000 € HT pour les fournitures et services, 5 382 000 € HT pour les travaux), la procédure à suivre sera plus souple : ce sont les marchés à **procédure adaptée**. Au-dessus de ce même montant, la procédure à suivre sera plus stricte et soumise au contrôle de la légalité : ce sont les **procédures formalisées**. A titre informatif, lorsque l'on parle « d'appel d'offres » il s'agit d'une des procédures formalisées (il en existe plusieurs).

Il existe également un seuil en dessous duquel les acheteurs peuvent passer un marché sans publicité ni mise en concurrence préalable. Ce seuil est fixé à 40 000 € HT (100 000 € HT pour les travaux). En dessous de ce dernier, l'acheteur public est contraint par 3 grands principes :

- Veiller à choisir une offre pertinente
- Faire une bonne utilisation des deniers publics
- Veiller à ne pas contracter systématiquement avec le même opérateur

Il convient alors de rédiger les pièces du marché. En voici les principales :

-Un Cahier des clauses techniques particulières (CCTP) : cahier des charges fonctionnel permettant de définir et de délimiter le besoin de la collectivité. C'est la traduction du travail effectué en amont lors de l'étape de la définition du besoin. C'est le document clé pour les entreprises dans la mesure où il permet la formation de leur offre technique et financière.

-Un Cahier des clauses administratives particulières (CCAP) : il permet de regrouper l'ensemble des clauses juridiques et financières du futur contrat. C'est ce document qui permet de faire vivre le marché en cours d'exécution.

-Un Règlement de la Consultation (RC) : pièce non contractuelle, il permet de définir les modalités de la mise en concurrence et démontre comment la collectivité va choisir l'offre économiquement la plus avantageuse (= meilleur rapport qualité / prix / environnement).

-Un Acte d'Engagement (AE) : C'est le cœur du marché, matérialisant l'engagement mutuel des deux parties.

L'ensemble forme le **Dossier de Consultation des Entreprises (DCE)**. Ce sont ces pièces qui vont être mises à disposition des entreprises qui souhaiteront répondre au besoin de la collectivité.

3) L'attribution du marché public

La collectivité se doit de trouver la meilleure entreprise pouvant satisfaire son besoin. Toutes les entreprises, doivent avoir la même chance de proposer leurs services afin de répondre au besoin exprimé par la collectivité : c'est le **principe de la liberté d'accès à la commande publique**. Afin de répondre à cette exigence, le marché public va être publié sur un support prédéfini (Internet via un profil acheteur, journal d'annonces légales...).

Les règles de publicité subissent des règles qui leur sont propres, il ne convient pas de les aborder sur cette fiche thématique.

Vient alors l'étape de la **mise en concurrence**. Une fois le marché publié, les entreprises intéressées par le besoin de la collectivité ont une durée limitée afin de remettre une offre : c'est la période de la consultation.

Lors de cette période, existe un jeu de questions – réponses entre les entreprises et la collectivité à travers laquelle cette dernière peut éclaircir certains points techniques ou administratifs paraissant obscurs pour les entreprises.

Une fois la période de consultation achevée, la collectivité va pouvoir analyser les offres déposées par les entreprises. L'ensemble des offres doivent être analysées de la même façon. En outre, les entreprises doivent toutes avoir la même information du début à la fin de la procédure, la collectivité ne pouvant pas favoriser une entreprise plutôt qu'une autre. C'est le **principe d'égalité de traitement entre les candidats**.

Par la suite, la collectivité va effectuer un classement en fonction de **critères de notation**, qu'elle aura préalablement inscrit dans le règlement de la consultation. Ce classement doit donc aboutir au choix de l'entreprise qui aura répondu le plus parfaitement possible au besoin de la collectivité, tant au point de vue financier que technique.

Avant d'attribuer le marché, il faut une décision politique (arrêté, délibération...) venant valider le choix de l'entreprise. Une fois la décision prise, les deux parties peuvent signer le marché. L'officialisation de l'attribution du marché à l'entreprise retenue se nomme **la notification du marché**.

Après la notification, l'entreprise peut accomplir les prestations convenues dans le marché dans ce que l'on appelle **l'exécution du marché**. Cette période dure jusqu'à ce que les prestations soient terminées ou à ce que la durée de vie du marché soit dépassée.

Une approche juridique...

Afin de trouver la définition officielle d'un marché public, il est nécessaire de regarder les textes de loi. Le code de la commande publique définit ainsi un marché public comme :
« Les marchés sont les contrats conclus à titre onéreux par un ou plusieurs acheteurs soumis au présent code avec un ou plusieurs opérateurs économiques, pour répondre à leurs besoins en matière de travaux, de fournitures ou de services »

- Le marché public est de **nature contractuelle**

Il est donc issu d'un accord de volonté entre deux parties. Un marché public peut recouvrir plusieurs contrats : c'est donc davantage l'enveloppe procédurale entourant la passation et l'exécution de ces contrats. On retrouve ici la notion de « lot » dans les marchés publics : ainsi, un lot est un contrat faisant partie intégrante du marché public. Chaque lot d'un marché dispose de sa propre exécution et sa propre façon de fonctionner.

- Le marché public a **un caractère onéreux**

Pour chaque marché, il y a un coût assumé par la collectivité pour son besoin qu'elle cherche à satisfaire. L'attributaire du marché a donc un service, une prestation à effectuer pour le compte de la collectivité en contrepartie de ce coût. C'est ce qu'on appelle l'objet du marché.

- Le marché public doit être passés et conclus **par un acheteur**

N'importe qui ne peut pas passer un marché public. Une certaine qualification est requise : le droit européen pose ici la notion de pouvoir adjudicateur. Ce sont les personnes morales de droit public et seulement certaines personnes morales de droit privé qui ont été créées pour satisfaire des besoins d'intérêt général.

- Le marché public est passé pour répondre **aux besoins de l'acheteur**

Les besoins de l'acheteur peuvent globalement être répartis en trois grandes catégories :

- Les travaux : bâtiments, voirie...
- Les fournitures : achats, location de produits
- Les services : réalisation de prestation de services

- Les exclusions

Selon le code, ne sont pas considérés comme des marchés publics : les transferts de compétences ou de responsabilités entre acheteurs, les subventions, les contrats de travail.

Une approche statistique...

- La commande publique c'est environ 250 milliards € par an en France
- La commande publique représente plus de 10% du PIB en France
- La commande publique représente plus de 15% du PIB de l'UE

La commande publique est considérée comme un véritable acte économique susceptible d'être un levier de politique publique. Aujourd'hui, les pouvoirs publics donnent deux priorités à la commande publique :

- L'achat durable, tournée vers la protection de l'environnement et la protection - développement social
- Faciliter l'accès des PME aux marchés publics.