

## LES GRANDS PRINCIPES DE LA COMMANDE PUBLIQUE

« 5 minutes pour se mettre dans la peau de l'acheteur public et comprendre son regard. »

Quel que soit leur montant (dès le 1<sup>er</sup> euro),  
les marchés publics doivent respecter 3 principes :

① ② ③

### 1. LA LIBERTÉ D'ACCÈS À LA COMMANDE PUBLIQUE

1

#### LE PRINCIPE

Toute entreprise doit pouvoir se porter candidate à un marché public

#### L'EXEMPLE

La définition précise et fonctionnelle du besoin (pas de solution technique a priori) / la publicité / des modalités communes à tous, décrites dans le règlement de la consultation / la remise en concurrence périodique / ...

#### L'EXCEPTION

l'entreprise ne doit pas être interdite de marchés publics  
(fraude fiscale, liquidation judiciaire, non-respect des obligations sociales etc)

→ **c'est un moyen pour l'état d'obliger les entreprises à respecter la réglementation.**

la sélection des candidats en fonction de leurs capacités.

→ **L'entreprise ne doit pas mettre en « danger » les deniers publics. C'est pourquoi l'acheteur doit vérifier qu'elle a les capacités professionnelles et financières d'exécuter le marché. C'est-à-dire, qu'elle est suffisamment dimensionnée. → CE SONT LES FAMEUX FORMULAIRES DC 1 ET DC2 ou le DUME (document unique de marché européen).**

### 2. L'ÉGALITÉ DE TRAITEMENT DES CANDIDATS

2

#### LE PRINCIPE

Découle du principe général du droit suivant : l'égalité de tous les citoyens devant la loi.

Il signifie que tous les candidats à un marché doivent :

- être traités de la même façon ;
- recevoir les mêmes informations,
- concourir selon les mêmes règles ;

→ **à tous les stades de la procédure : avant, pendant et après.**

#### L'EXEMPLE

La définition du besoin (encore et toujours !) / le respect du règlement de la consultation, dont la date limite de remise des offres / la diffusion des questions-réponses à tous les candidats / le rejet d'une offre irrégulière / la mise en œuvre de critères de jugement et d'une notation (seul moyen d'être – à peu près - objectif).

#### L'EXCEPTION

- les **marchés réservés** : certains marchés ou certains lots d'un marché peuvent être réservés à des entreprises adaptées, à des établissements et services d'aide par le travail ou encore à des entreprises de l'économie sociale et solidaire.

## 2. L'ÉGALITÉ DE TRAITEMENT DES CANDIDATS (suite)

- des mesures sont prévues par la réglementation des marchés publics en faveur des PME tant au stade de la passation (allotissement, procédure adaptée pour les petits lots, prise en compte de la capacité des sous-traitants ou des co-traitants, nouveau seuil de publicité augmenté à 40 000 € HT...) qu'au stade de l'exécution des marchés («régime des avances et des acomptes», par exemple).

/ ! \ Mesures préférentielles ne signifie pas absence d'obligation de mise en concurrence.

## 3. LA TRANSPARENCE DES PROCEDURES

3

**EN AMONT**, le respect et la publicité de la procédure retenue, en communiquant dès le lancement du marché, les critères de sélection des offres ;

**PENDANT LA PASSATION**, toutes les modalités décrites doivent être suivies et des traces doivent être conservées ;

**ET EN AVAL**, la motivation objective des décisions d'attribution ou de rejet des offres, l'information dans un délai raisonnable de tous les candidats n'ayant pas été retenus.

POUR QUELLE FINALITÉ ?

### LA BONNE GESTION DES DENIERS PUBLICS

Bien définir son besoin permet de communiquer clairement ses attentes à tous les candidats, d'optimiser la mise en concurrence et donc le résultat du marché.

→ un achat efficace du point de vue technique, économique et juridique

QUELS SONT LES RISQUES EN CAS DE NON-RESPECT ?

**SUR LE PLAN ADMINISTRATIF :**  
annulation de la procédure,  
versement d'indemnités à une entreprise lésée...

**SUR LE PLAN PÉNAL,**  
on parle de délit de favoritisme,  
prise illégale d'intérêt,  
corruption,  
trafic d'influence...

## QUELQUES CONSEILS

Lorsque vous répondez à une consultation, mettez-vous à la place de l'acheteur. Adaptez votre rédaction à son regard, votre offre gagnera en pertinence.

Lorsque vous êtes face à une interrogation, observez-la au regard de ces 3 principes, ajoutez-y une pointe de bon sens et vous devriez approcher de la solution.

Ayez à l'esprit que l'acheteur manipule une matière juridique. Qui dit juridique, dit risque, dit stress ... Rassurez l'acheteur sur vos intentions, la communication sera plus facile.

L'acheteur est un être humain, vous avez le droit de lui parler (même si certains entendent moins bien que d'autres, la majorité est très sympathique). N'hésitez pas à lui poser vos questions, y répondre fait aussi partie de ses attributions.

## CONTACT

09 86 32 65 10  
contact@agence-declic.fr  
www.agence-declic.fr

Agence Déclic  
TERRITOIRES DE DEMAIN