

# La publicité adaptée

## L'ESSENTIEL

### Règle applicable

La publicité doit être adaptée au besoin. Elle doit tenir compte 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.

#### *Rédaction de la publicité*

Cette publicité est adressée au service des marchés qui procède à la publication.

#### *Supports de publicité*

- plate formes électroniques spécialisées ou JAL ou presse spécialisée ;
- site Internet de la personne publique en support complémentaire

En l'absence d'un site de publicité « adapté » universel, le support papier doit être privilégié.

### Le cas particulier des marchés de faible montant

#### Règle applicable

- Il convient de procéder à une consultation.

Attention ! Conserver et archiver les preuves de la consultation et des différentes phases de la procédure.

Comment ? Tenir un registre afin de consigner les différentes étapes (entreprises consultées, candidats répondant à la consultation avec date de réception des offres etc.)

#### Pour cela, il faut cumulativement :

- une demande de devis fondé sur une définition précise des besoins : Un dossier spécifique à chaque consultation est réalisé. Il contient tous les éléments permettant de retracer les différentes étapes (de la définition du besoin à la conclusion du marché, en passant par l'analyse des offres).
- une publicité minimale : Au dessus du montant de 20.000 € HT, aucun achat de la personne publique ne peut se faire sans concurrence préalable.

Attention : La Cour de Justice des Communautés Européennes a jugé que les contrats conclus par les pouvoirs adjudicateurs, même exclus du champ d'application des directives, sont soumis au respect du principe de non discrimination posé dans le Traité, c'est-à-dire à un degré minimal de publicité et de mise en concurrence. (CJCE, 7 décembre 2000, Telaustria, C-324/98). Selon la jurisprudence communautaire donc, un socle minimal de publicité s'impose, quels que soient l'objet et le montant du marché, donc même s'il est inférieur à 20.000 € HT.

On peut cependant considérer que conformément à l'article 28 du CMP, il est possible de passer les marchés de moins de 20.000 euros HT sans publicité ni mise en concurrence. Mais il existe un risque pour que cet article ne soit pas considéré comme conforme à la jurisprudence communautaire.

La consultation des fournisseurs doit garantir l'accès à la commande publique de l'ensemble des fournisseurs potentiels, de même que l'égalité de traitement de leurs éventuelles candidatures (article 1er du CMP).

Cette publicité sera satisfaite par :

- l'envoi d'une lettre de consultation à cinq entreprises au minimum. Une lettre de consultation doit être adressée simultanément à cinq entreprises au moins. La preuve de cet envoi doit pouvoir être apportée (copie des accusés de réception des fax ou des courriels doivent être conservés dans le dossier). Il convient d'être en mesure de justifier, en cas de contrôle, le choix de l'envoi à ces fournisseurs.

La lettre de consultation est accompagnée d'un « mini-marché » qui engage l'entreprise, qui est signé et rempli par elle et où sont portées les mentions relatives à son engagement (prix, délais, références au CCAP, situation juridique et fiscale, délai global de paiement).

Le « mini-marché » est renvoyé par l'entreprise au moment de la formulation de son offre (par fax ou courriel et ensuite confirmé par courrier). C'est ce document qui sera adressé à l'entreprise attributaire par le responsable des achats, contresigné et valant marché.

- et une publicité sur Internet.

## **BONNES PRATIQUES**

Il convient, pour la personne publique acheteuse :

- d'anticiper l'évaluation de ses besoins pour choisir la bonne procédure ;
- de respecter scrupuleusement les formalités de publicité et de mise en concurrence ;
- de réaliser un planning interne compatible avec les délais de consultation et d'éventuelle négociation.

## **LES PIEGES A EVITER**

- Tronçonner une opération, pour lancer la procédure au-dessous des seuils réglementaires (faible montant ; 90. 000 € H.T.) ;
- Acheter par téléphone, sans devis et/ou mise en concurrence préalables ;
- Régulariser des achats postérieurement au commencement de l'exécution des prestations.

achatpublic.info

## **Exemple d'AAPC à la concurrence pour un marché public dont le montant est inférieur à 90.000 € HT**

AVIS n° .....

Pouvoir adjudicateur : .....

Procédure de passation : procédure adaptée (articles 26 II et 28 du CMP).

Détailler la procédure. Indiquer notamment les modalités de la négociation si celle-ci est prévue.

Objet du marché : .....

Quantité ou étendue du marché :

Durée du marché : .....

Estimation : .....

Renseignements d'ordre technique : Direction / Service

Tél. : ..... - Télécopie : .....

e-mail : .....@.....

Adresse où le dossier peut être retiré :

Demande écrite par télécopie au : ..... par e-mail : .....@.....

ou retrait à l'adresse suivante : .....

Adresse où devront être remises ou renvoyées les offres :

Même adresse que ci-dessus

L'enveloppe extérieure comportera la mention « NE PAS OUVRIR » AAPC N° .....

Date limite de réception des offres : jour/mois/année à heure

Critères d'attribution : exemples : .....

La valeur technique appréciée à partir d'une note méthodologique

Les prix

Le planning de réalisation ou autres

Date d'envoi de l'avis à la publication : .....

Destinataires :