

# La lettre de consultation

Cette fiche fait le point sur la lettre de consultation.

## L'ESSENTIEL

### Principe

Selon l'article 40 du Code des marchés publics, tout marché doit être précédé d'une publicité suffisante permettant une mise en concurrence effective.

Exceptions :

- marchés de travaux, de fournitures et de services dont le montant est inférieur à 20.000 euros ;
- marchés négociés sans publicité préalable (article 35 II et III).

**Attention !** La publicité constitue une formalité substantielle dont l'omission entache le marché de nullité.

### Modalités

La personne publique choisit librement les modalités de publicité adaptées au montant et à la nature des travaux, des fournitures ou des services en cause pour les marchés d'un montant compris entre 20.000 et 90.000 euros HT.

Au-dessus du seuil de 90.000 euros HT, le CMP publics prévoit des modalités précises de publicité des marchés dont la passation est envisagée par la publication d'AAPC dans des supports déterminés.

**Remarque :**

- il convient de préciser que le CMP prévoit l'envoi d'une « lettre de consultation » aux entreprises admises à présenter une offre après la sélection des candidatures par la personne publique en matière de procédure d'appel d'offres restreint, document qui n'est pas l'objet de la présente fiche.
- Le manuel d'application du CMP, énonce en son point 8.1 que : « La publicité est un principe fondamental de la commande publique. La publicité a une double utilité. Elle doit permettre le libre accès à la commande publique de l'ensemble des prestataires intéressés ; elle est aussi la garantie d'une véritable mise en concurrence ».
- On doit considérer qu'un marché a été passé dans des conditions satisfaisantes au regard de l'exigence de transparence si les moyens de publicité utilisés ont réellement permis aux prestataires potentiels d'être informés et ont abouti à une diversité d'offres suffisante pour garantir une vraie mise en concurrence.
- Il appartient donc à l'acheteur de déterminer les modalités de publicité les plus pertinentes au regard de l'objet et du montant du marché en cause. Toutefois, il est précisé que la publicité ne signifie pas systématiquement publication, notamment pour les plus petits marchés.
- En la matière, le code laisse une grande marge de manoeuvre aux acheteurs ; c'est à ce stade que leur professionnalisme et leur responsabilisation prennent tout leur sens.
- Toutefois, à partir d'un seuil fixé à 90 000 EUR HT, la publication d'un AAC est obligatoire sous réserve des exceptions mentionnées au point 8.4 du manuel d'application du CMP.
- En outre, et s'agissant des supports de publicité, l'ensemble des moyens complémentaires listés au point 8.3 ci-après peut être utilisé. »

- En conséquence, pour les marchés publics de faible montant, la publicité peut être réalisée par l'envoi d'une lettre de consultation qui précise les différentes caractéristiques de la consultation des entreprises choisies par l'acheteur public.
- La personne publique doit cependant apprécier, selon l'objet et le montant du marché, si l'envoi de lettres de consultation est une publicité suffisante ou s'il convient de procéder à une publicité par affichage ou annonce dans des supports à déterminer.

## BONNES PRATIQUES

### Obligation de publicité préalable

L'envoi d'une lettre de consultation doit être précédé de la détermination précise des besoins à satisfaire de la personne publique.

Cet envoi doit être préalable à la mise en œuvre de la procédure de passation des marchés.

### Détermination de la publicité adéquate par l'acheteur public

L'acheteur public, disposant d'une certaine liberté, doit être en mesure de justifier la pertinence de son choix en matière de modalités de publicité dans un souci de préservation de la transparence de son choix et de la qualité de son achat.

*Conséquence* : la publicité effectuée par la personne publique doit être adaptée à l'objet, c'est-à-dire à la nature de la prestation, de la fourniture ou des travaux et au montant du marché à conclure ainsi qu'au secteur concerné.

Il faut effectuer une appréciation, au cas par cas, de la nécessité de procéder à une publicité complémentaire à l'envoi de lettre de consultation selon les critères indiqués précédemment.

### Caractéristiques de la lettre de consultation

Aucun texte réglementaire ne détermine les mentions minimales qui doivent figurer dans la lettre de consultation (à l'exception de l'article 62 du CMP pour la lettre de consultation en matière d'appel d'offres restreint).

Toutefois, les principes fondamentaux de l'article 1er et 40 I du Code des marchés publics imposent une publicité efficace pour les marchés soumis à son champ d'application.

La lettre de consultation devra contenir au minimum les éléments suivants :

- identification de la personne publique passant le marché (nom et adresse de l'organisme qui passe le marché) ;
- objet du marché ;
- critère d'attribution de l'offre économiquement la plus avantageuse ;
- type de procédure appliquée ;
- date limite de remise des candidatures ;
- date limite de remise des offres ; et
- pièces à fournir par le candidat, nécessaire à l'appréciation de sa candidature et de son offre.

Conformément aux principes régissant l'obligation de publicité imposée par le CMP, la lettre de consultation doit être utile c'est-à-dire contenir toutes les informations nécessaires aux candidats potentiels.

Celle-ci doit être suffisamment claire et précise.

Les informations données doivent être intelligibles et ne doivent pas comporter de contradictions.

Les textes ne précisant pas le nombre d'entreprises devant au minimum être consultées afin de satisfaire à l'obligation de publicité suffisante, ce nombre restera à l'appréciation de l'acheteur public selon l'objet et le montant du marché.

Il convient donc, afin de pouvoir prouver la mise en concurrence, de porter une attention particulière à la conservation des demandes de présentation de devis adressées aux entreprises.

## **LES PIEGES A EVITER**

- procéder à l'envoi de lettres de consultation après le lancement de la consultation ;
- effectuer une détermination des besoins à satisfaire imprécise ne permettant pas de déterminer le caractère suffisant de la publicité par voie de lettre de consultation ;
- procéder à une publicité incomplète ne permettant pas une information précise des candidats;
- tronçonner une opération, pour se contenter de l'envoi de lettres de consultation et en conséquence ne pas procéder à la publicité adéquate ;
- omettre de garder une preuve écrite des demandes de devis adressées aux entreprises.

achatpublicinfo