

Les principes généraux

Cette fiche définit les principes généraux applicables à la connaissance interne des achats.

Références Code des Marchés Publics :

Article 1er II

L'ESSENTIEL

1. Les objectifs de l'acheteur public

L'acheteur public doit assurer l'efficacité de la commande publique, ce qui signifie que la commande publique doit :

- „ satisfaire le besoin préalablement défini ;
- „ respecter les délais fixés en interne pour mettre en œuvre le marché ;
- „ respecter le budget alloué à cet dépense ; et
- „ garantir une bonne utilisation des deniers publics.

2. Les principes applicables

Les principes applicables à toute commande publique sont :

- „ le libre accès à la commande publique ;
- „ l'égalité de traitement des candidats ;
- „ la conformité de la procédure par rapport à l'objet et au montant du marché ; et
- „ la transparence des procédures.

3. Qui peut se présenter à un marché public ?

- „ les personnes physiques ;
- „ les personnes morales de droit public comme de droit privé (par exemple, les sociétés d'économie mixte) ;

LES BONNES PRATIQUES

Dans le cadre de ses achats, toute personne publique doit respecter les obligations suivantes :

1. Définir ses besoins préalablement à tout appel à la concurrence ou à toute négociation non précédée d'un appel à la concurrence

C'est la traduction de l'exigence de la bonne utilisation des deniers publics. La collectivité publique a obligation de cerner l'objet du marché en recensant l'ensemble de ces besoins, c'est-à-dire :

- „ Définir avec précision l'objet de la prestation et le caractère du besoin (nature, quantité, durée, etc.) ;
- „ Consulter au préalable tous les services concernés par le besoin pour vérifier que celui-ci n'est pas partagé par d'autres ;
- „ Vérifier que le montant estimatif correspond au montant énoncé lors du recensement des besoins ;
- „ S'assurer que les pièces constitutives du marché ne comportent pas de clauses discriminatoires ;

Exemple : Le cahier des charges vise un procédé protégé, une marque spécifique : l'exigence dans le cahier des charge de la fourniture de " rouleaux de scotch " sans la mention " ou équivalent " est une forme de discrimination ;

Vérifier l'adéquation entre le(s) besoin(s) et les pièces du marché lorsqu'elles ont été rédigées ;
Ne pas modifier les règles de la consultation une fois celle-ci lancée ;

Exemple : Initier une négociation non prévue dans le règlement de consultation.

2. Respecter les obligations de publicité et de mise en concurrence imposées par le Code des marchés publics

Une commande publique régulière et efficace est conditionnée par le fait que la concurrence joue librement entre les candidats.

Or, de la phase de définition des besoins découlera :

- „ le choix de la procédure ; et
- „ la réussite ultérieure du marché et sa bonne exécution.

3. Choisir l'offre économiquement la plus avantageuse

Même pour les petits achats, la conciliation entre le principe d'efficacité de la commande publique et la protection des deniers publics se traduit par le choix de l'offre économiquement la plus avantageuse.

L'achat doit être justifié : l'offre économiquement la plus avantageuse NE SIGNIFIE PAS toujours l'offre la moins chère. C'est en fonction de la définition préalable des besoins que seront définis les critères de sélection des offres.

LES PIEGES A EVITER

Ne pas définir ni évaluer avec précision le besoin. Il faut appréhender :

- „ la nature du besoin ;
- „ l'étendue du besoin ; et
- „ la durée du besoin ;

Procéder à une définition préalable non satisfaisante du besoin, c'est-à-dire, lancer un marché sans déterminer au préalable le montant estimatif du marché, en euros ou en volume ;

Informers les entreprises candidates au marché de manière différente ;

- „ Choisir une offre sans pouvoir motiver son choix en fonction des critères préalablement définis dans les pièces constitutives du marché ;
- „ Limiter géographiquement les candidats à un marché.

achatpublic.info