

Les bases de la commande publique

RAPPELS : Les trois grands principes de la commande publique

Quelle que soit l'acquisition réalisée (service, fournitures, travaux), tout euro engagé doit être justifié. Pour cela, les établissements publics, collectivités territoriales ou État doivent définir leurs besoins, faire une publicité adaptée et mettre en concurrence les entreprises afin « d'assurer l'efficacité de la commande publique et la bonne utilisation des deniers public. ». L'ordonnance n° 2015-899 du 23 juillet 2015 relative aux marchés publics précise dans son quatrième article que :

« ...

Les marchés sont les contrats conclus à titre onéreux par un ou plusieurs acheteurs soumis à la présente ordonnance avec un ou plusieurs opérateurs économiques, pour répondre à leurs besoins en matière de travaux, de fournitures ou de services.

Les accords-cadres sont les contrats conclus par un ou plusieurs acheteurs soumis à la présente ordonnance avec un ou plusieurs opérateurs économiques ayant pour objet d'établir les règles relatives aux bons de commande à émettre ou les termes régissant les marchés subséquents à passer au cours d'une période donnée, notamment en ce qui concerne les prix et, le cas échéant, les quantités envisagées....».

Les marchés ou accord-cadre soumis à l'ordonnance de 2015 et au décret du 25 mars 2016 doivent respecter les trois principes les fondamentaux suivants :

1 La liberté d'accès à la commande publique

Toute entreprise qualifiée pour répondre aux prestations demandées doit pouvoir se porter candidate à l'attribution du marché pour susciter une mise en concurrence effective. Les critères discriminatoires tels que la préférence nationale ou locale sont donc prohibés.

2 L'égalité de traitement des candidats

Tous les candidats à un marché doivent :

- bénéficier d'un même traitement ;
- recevoir les mêmes informations ;
- concourir selon les mêmes règles.

3 La transparence des procédures

La transparence permet à tous les candidats, ou à toute personne intéressée, de contrôler l'action de la personne publique et de s'assurer du respect des deux premiers principes. Cette transparence doit être réalisée durant toute la procédure du marché, de la publicité à la justification du choix du titulaire du marché, et passe par la conservation des différents échanges (courriers, messages...) établis durant la procédure.

Toute discrimination est interdite et s'étend à tous les stades de la procédure.

Cela implique notamment que :

- la rédaction du cahier des charges est objectif et n'oriente pas le choix ;
- les critères de choix des offres sont pondérés et disponibles dans les documents de la consultation et en rapport avec l'objet du marché ;
- les critères de choix des offres ne sont pas de nature à écarter volontairement ou arbitrairement des candidats et ne sont pas modifiés en cours de traitement des offres ;
- aucune information relative à la procédure n'est communiquée avant son lancement. En cas de modification du cahier des charges, informer tous les candidats qui ont préalablement répondu ;
- la publicité est adaptée à l'objet et au montant du marché.

Quels risques en cas de non respect d'un ou plusieurs de ces principes ?

Les irrégularités commises peuvent déboucher sur l'annulation totale ou partielle de la procédure. Une sanction pénale peut être encourue car la violation de ces principes est susceptible d'entraîner l'incrimination pénale d'avantage injustifié (dit délit de favoritisme) prévu par l'article 432-14 du code pénal.

L'acheteur pourra trouver de nombreuses réponses à ces questions sur le site de la direction des affaires juridiques :

<http://www.economie.gouv.fr/daj/>



**Direction régionale de l'Environnement,
de l'Aménagement et du Logement Centre-Val de Loire**

5 avenue Buffon - CS 96407 - Orléans cedex 2

Tél. 02 36 17 41 41

Fax 02 36 17 41 01

www.centre.developpement-durable.gouv.fr

