



---

***REGLEMENT INTERIEUR DE LA COMMANDE***

***PUBLIQUE***

---

Projet présenté en Bureau du  
20 Décembre 2021

# Préambule

La commande publique est l'ensemble des contrats passés par une personne publique pour satisfaire ses besoins. C'est une notion très large qui englobe plusieurs formes de contrats tels les marchés publics, les délégations de services publics, les contrats de partenariat public/privé.

La commande publique est guidée par trois principes fondamentaux :

- La liberté d'accès à la commande publique,
- L'égalité de traitement des candidats,
- La transparence des procédures.

Ces principes sont opposables à tous les acheteurs publics, quel que soit le montant du marché et quelle que soit la procédure utilisée.

## **Le principe de liberté d'accès**

Quels que soient leur taille et leur statut, les candidats doivent pouvoir accéder librement à une consultation.

Ce principe implique de :

- choisir une durée de marché raisonnable de manière à relancer régulièrement la mise en concurrence entre les candidats
- procéder à une publicité la plus large possible
- rédiger les termes du marché avec objectivité pour ne pas privilégier certains candidats
- ne pas exclure une entreprise qui répondrait à toutes les conditions que vous avez vous-mêmes annoncées.

## **Le principe d'égalité de traitement**

Le principe d'égalité de traitement découle de l'idée selon laquelle tous les citoyens sont égaux devant la loi. Ainsi, de la même manière, tous les candidats à un marché public doivent bénéficier d'un même traitement, recevoir les mêmes informations. Aucune entreprise ou fournisseur ne peut être favorisé. Le délit de favoritisme est d'ailleurs pénalement sanctionné.

## **Le principe de transparence des procédures**

Le principe de transparence correspond à l'idée selon laquelle les règles de la consultation doivent être déterminées au moment du lancement de la procédure et rendues publiques par l'acheteur public. Elles sont intangibles durant la consultation.

Il se traduit par :

- une publicité afin de garantir une vraie mise en concurrence,
- la conservation de tous les documents qui ont abouti à la sélection du candidat et de son offre,
- la justification du choix du titulaire du marché et la motivation du rejet des autres candidatures.

Le respect de ces règles est impératif car le fait de « *procurer ou de tenter de procurer à autrui un avantage injustifié par un acte contraire aux dispositions législatives ou réglementaire ayant pour objet de garantir la liberté d'accès et l'égalité des candidats dans les marchés publics* » est un délit pénal (article 432-14 du code pénal).

## **Réforme des marchés en 2016**

**Depuis 2016, une profonde réforme des marchés publics a été engagée, afin de simplifier** et moderniser le droit de la commande publique.

Et, **le 1<sup>er</sup> avril 2019, le code de la commande publique est entré en vigueur**. Il s'applique à l'ensemble des marchés et des contrats de concession et réunit les quelques 30 textes utilisés quotidiennement par les acheteurs et les entreprises.

Organisé selon la chronologie de la vie du contrat, de sa préparation à son exécution, le code est une « boîte à outils » pour les acteurs de la commande publique puisqu'il est adapté à l'utilisation quotidienne des praticiens. Il intègre également l'ensemble des dispositifs relatifs aux règlements alternatifs des litiges, afin d'inciter les acteurs à adopter une approche rapide et non contentieuse de résolution de leurs différends.

En plus des gains en termes d'accessibilité et d'intelligibilité du droit de la commande publique, le code a pour vocation à renforcer la sécurité juridique des contrats.

Afin de mettre à jour le Règlement interne d'achat de 2015, la MOSELLE FIBRE a décidé de se doter du présent règlement intérieur de la commande publique.

Ce règlement intérieur n'a pas pour vocation à se substituer au code de la commande publique : il n'introduit pas de règles supplémentaires qui se surajoutent aux règles fixées.

Il précise notamment les règles applicables pour les achats dont le montant est inférieur aux seuils des procédures formalisées.

C'est un guide pratique qui vise à servir de référentiel pour tout agent de MOSELLE FIBRE dans la procédure à suivre pour chaque commande.

L'objectif de ce règlement intérieur est d'assurer l'efficacité de la commande publique et la bonne utilisation des deniers publics.

# Sommaire

<b>Etape 1 - La définition des besoins.....</b>	<b>5</b>
1 - Les principes à respecter.....	5
2 – La procédure interne.....	5
<b>Etape 2 - Détermination des seuils.....</b>	<b>6</b>
1 - Les principes à respecter.....	6
2 – montant des seuils.....	7
<b>Etape 3 - Choix d'une procédure.....</b>	<b>8</b>
1 – Les différentes procédures.....	8
2 – Les techniques d'achat.....	8
<b>Etape 4 - Le choix des supports de publicité.....</b>	<b>10</b>
1 - Les principes à respecter.....	10
2 – Tableau récapitulatif.....	10
3 – Comment s'y prendre.....	11
4 Conseils pour optimiser les achats.....	12
<b>Etape 5 - Mise en œuvre de la procédure d'achat.....</b>	<b>13</b>
1 - La procédure adaptée.....	13
2 - La procédure formalisée.....	13
<b>Etape 6 - L'attribution du marché par la commission technique ou par la CAO</b>	<b>15</b>
1 – Commission d'Appel d'Offres.....	15
2 – Commission MAPA.....	15
3 – Déroulement d'une Commission.....	15
4 – Rapports d'analyse.....	16
5 - Le rapport de présentation.....	16
6 – Décision de signer le marché.....	16
7 - Information des candidats évincés.....	17
8 - Notification du marché.....	17
9 - L'avis d'attribution.....	17
<b>Etape 7 - Le contrôle de l'exécution du marché.....</b>	<b>18</b>
1 - Les sanctions pécuniaires.....	18
2 - La mise en régie.....	19
3 - La résiliation.....	19
<b>ANNEXES</b>	
Annexe 1 - Fiche d'expression du besoin pour les achats .....	20
Annexe 2 - Fiche de lancement pour les marchés ≥ 15 000 € HT.....	21

---

## Etape n°1 LA DEFINITION DES BESOINS

---

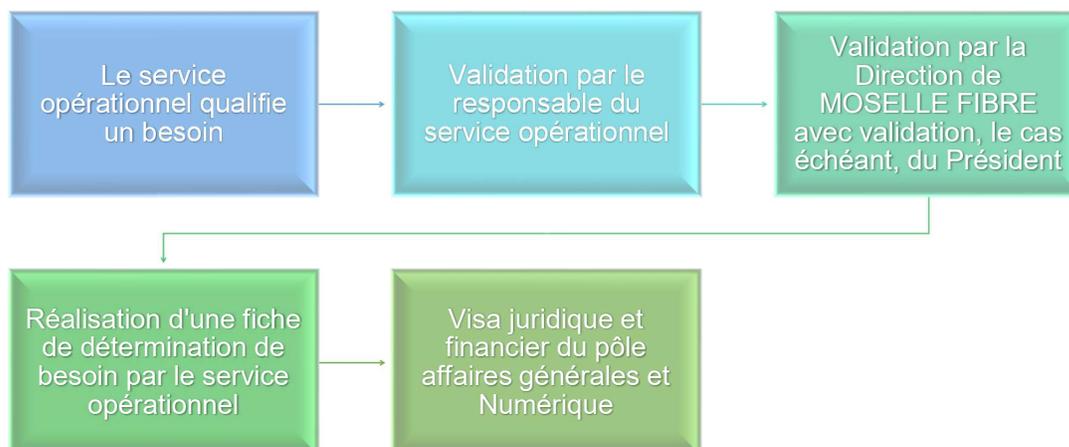
### 1 - LES PRINCIPES A RESPECTER

« La nature et l'étendue des besoins à satisfaire sont déterminées avec précision avant le lancement de la consultation en prenant en compte des objectifs de développement durable dans leurs dimensions économique, sociale et environnementale » (article L. 2111-1 du code de la commande publique).

Le choix de la procédure à mettre en œuvre se détermine en fonction du montant et des caractéristiques des prestations à réaliser. C'est pourquoi il est indispensable de procéder en amont à une définition précise des besoins. De cette phase préalable essentielle dépend, d'une part, le choix de la procédure et, d'autre part, la réussite ultérieure du marché.

### 2 - LA PROCEDURE INTERNE

Pour tout achat effectué à MOSELLE FIBRE, le schéma suivant doit être respecté avant de lancer une procédure :



Les 3 premières étapes se font selon un formalisme tenant compte du montant et de la complexité de l'achat.

La réalisation de la fiche de détermination des besoins se fait pour les achats supérieurs à 2 000 € HT. En deçà, le formalisme tient compte du montant et de la complexité de l'achat.

## **1 - LES PRINCIPES A RESPECTER**

### **1 - 1 - L'objectif de cette étape :**

Le calcul des seuils est primordial dans la mesure où il conditionne le recours à certaines procédures de passation.

### **1 - 2 - Principes :**

#### **A – Allotissement**

Depuis 2006, l'allotissement a été rendu obligatoire pour les marchés.

Le code de la commande publique a conforté ce dispositif, en précisant aux articles L. 2113-10 et L. 2113-11, que tous les marchés doivent être passés en lots séparés lorsque leur objet permet l'identification de prestations distinctes.

Destiné à favoriser la concurrence entre les entreprises et leur permettre, quelle que soit leur taille, d'accéder à la commande publique, l'allotissement est particulièrement approprié lorsque l'importance des travaux, fournitures ou services à réaliser risque de dépasser les capacités techniques ou financières d'un seul opérateur économique.

L'allotissement apparaît ainsi particulièrement favorable aux petites et moyennes entreprises, dans la mesure où il leur permet d'accéder plus facilement à la commande publique.

En parallèle, la pratique dite de saucissonnage, qui consiste à passer plusieurs procédures de faible montant les unes après les autres pour rester en-deçà des seuils de procédures formalisées est interdite.

#### **B – Montant du marché**

L'acheteur public doit estimer le montant de son besoin sur toute sa durée, périodes de reconduction comprises.

Par ailleurs, l'évaluation des besoins est différente selon la nature du marché :

- pour un marché de travaux, le montant du marché prend en compte la valeur globale des travaux se rapportant à une opération (qui peut comporter un ou plusieurs ouvrages) ainsi que la valeur des fournitures et des services nécessaires à leur réalisation et mise à la disposition des entreprises par l'acheteur public,
- pour les fournitures et services, c'est la valeur totale des fournitures et des services considérés comme homogènes qui sont pris en compte, soit parce qu'ils ont une caractéristique propre (une paire de ciseaux est une fourniture de bureau pour une administration centrale et un matériel chirurgical pour un hôpital), soit parce qu'ils constituent une unité fonctionnelle c'est-à-dire parce qu'ils servent à la même chose (ensemble des prestations nécessaires à un même projet).

Par exemple, un besoin de fournitures de bureau doit être estimé en prenant en compte le coût de toutes les fournitures (sans séparer stylos à bille d'une part et crayons à papier de l'autre par exemple), les fournitures de bureau représentant une catégorie homogène au sens des marchés publics.

La règle étant que les marchés publics doivent être passés en lots séparés, c'est la valeur estimée de tous les lots qui doit être prise en compte. Cependant, il existe 2 dérogations à ce principe qui permettent de passer certains lots en procédure adaptée, même si la valeur globale est supérieure aux seuils de procédure formalisée :

- la valeur estimée de chaque lot concerné est inférieure à 80 000 € HT pour les fournitures et les services ou à 1 million € HT pour des travaux,
- le montant cumulé de ces petits lots ne dépasse pas 20 % de la valeur de tous les lots.

## 2 - MONTANT DES SEUILS

### 2-1 Seuil de dispense de procédure

Le Décret n° 2019-1344 du 12 décembre 2019 fixe le seuil en-dessous duquel les acheteurs publics peuvent conclure des marchés publics sans formalités (sans mise en concurrence et sans publicité préalable) : ce seuil est fixé à 40 000 € H.T., à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2020.

L'article R. 2122-8 du code de la commande public précise toutefois que « *l'acheteur veille à choisir une offre pertinente, à faire une bonne utilisation des deniers publics et à ne pas contracter systématiquement avec un même opérateur économique lorsqu'il existe une pluralité d'offres susceptibles de répondre au besoin* ».

### 2-2 Seuils (européens) de procédure formalisée

Ces seuils, fixés par décret, sont généralement modifiés tous les 2 ans.

Depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2020, **les seuils applicables aux marchés publics et autres contrats de la commande publique sont les suivants :**

Seuils HT en vigueur entre le 1er janvier 2020 et le 31 décembre 2021	Marché sans publicité ni mise en concurrence	Procédure adaptée (Mapa)	Procédures formalisées
Marché de travaux (pour tout type d'acheteur)	Jusqu'à 40.000 €	Entre 40.000 € et 5 350 000 €	Plus de 5 350 000 €
Marché de fourniture et de services pour les collectivités territoriales	Jusqu'à 40.000 €	Entre 40.000 € et 214 000 €	Plus de 214 000 €

---

## Etape n°3 LE CHOIX D'UNE PROCÉDURE

---

### 1 - LES DIFFERENTES PROCEDURES

Les marchés sont passés, selon leur montant, leur objet ou les circonstances de leur conclusion :

- Soit sans publicité ni mise en concurrence préalables,
- Soit selon une procédure adaptée,
- Soit selon une procédure formalisée.

#### 1 - 1 – Procédure sans publicité ni mise en concurrence (article R. 2122-8)

L'acheteur peut passer un marché sans publicité ni mise en concurrence préalables pour répondre à un besoin dont la valeur estimée est inférieure à 40 000 € hors taxes.

L'acheteur veille à choisir une offre pertinente, à faire une bonne utilisation des deniers publics et à ne pas contracter systématiquement avec un même opérateur économique lorsqu'il existe une pluralité d'offres susceptibles de répondre au besoin.

#### 1 – 2 – La procédure adaptée (MAPA) (article L. 2123-1)

Une procédure adaptée est une procédure par laquelle l'acheteur définit librement les modalités de passation du marché, dans le respect des principes de la commande publique.

L'acheteur peut passer un marché selon une procédure adaptée :

- Lorsque la valeur estimée hors taxe du besoin est inférieure aux seuils européens mentionnés dans un avis qui figure en annexe du présent code ;
- En raison de l'objet de ce marché, dans les conditions fixées par décret en Conseil d'Etat ;
- Lorsque, alors même que la valeur estimée du besoin est égale ou supérieure aux seuils de procédure formalisée, la valeur de certains lots est inférieure à un seuil fixé par voie réglementaire.

#### 1 – 3 - Les procédures formalisées

L'article L. 2124 du code de la commande publique liste les différentes procédures de mise en concurrence, « lorsque la valeur estimée hors taxe du besoin est égale ou supérieure aux seuils européens », à savoir :

- La **procédure d'appel d'offres (article L. 2124-2)**, ouvert ou restreint, par laquelle l'acheteur choisit l'offre économiquement la plus avantageuse, sans négociation, sur la base de critères objectifs préalablement portés à la connaissance des candidats ;

- La **procédure avec négociation (article L. 2124-3)**, par laquelle l'acheteur négocie les conditions du marché public avec un ou plusieurs opérateurs économiques ;
- La **procédure de dialogue compétitif (article L. 2124-4)**, dans laquelle l'acheteur dialogue avec les candidats admis à participer à la procédure en vue de définir ou développer les solutions de nature à répondre à ses besoins et sur la base desquelles ces candidats sont invités à remettre une offre ;

## **2 - LES TECHNIQUES D'ACHAT (Article L. 2125-1)**

**Le code de la commande publique innove en utilisant l'expression de techniques d'achat.**

L'acheteur peut, dans le respect des règles applicables aux procédures définies au présent titre, recourir à des techniques d'achat pour procéder à la présélection d'opérateurs économiques susceptibles de répondre à son besoin ou permettre la présentation des offres ou leur sélection, selon des modalités particulières.

Ces techniques d'achat peuvent relever d'une procédure adaptée ou d'une procédure formalisée.

Les techniques d'achat sont les suivantes :

- L'accord-cadre, qui permet de présélectionner un ou plusieurs opérateurs économiques en vue de conclure un contrat établissant tout ou partie des règles relatives aux commandes à passer au cours d'une période donnée. La durée des accords-cadres ne peut dépasser quatre ans pour les pouvoirs adjudicateurs, sauf dans des cas exceptionnels dûment justifiés, notamment par leur l'objet ou par le fait que leur exécution nécessite des investissements amortissables sur une durée supérieure ;
- Le concours, grâce auquel l'acheteur choisit, après mise en concurrence et avis d'un jury, un plan ou un projet ;
- Le système d'acquisition dynamique, qui permet de présélectionner un ou plusieurs opérateurs économiques, pour des achats d'usage courant, selon un processus ouvert et entièrement électronique ;
- Le catalogue électronique, qui permet la présentation d'offres ou d'un de leurs éléments de manière électronique et sous forme structurée ;
- Les enchères électroniques, qui ont pour but de sélectionner par voie électronique, pour un marché de fournitures d'un montant égal ou supérieur aux seuils de la procédure formalisée, des offres en permettant aux candidats de réviser leurs prix à la baisse ou de modifier la valeur de certains autres éléments quantifiables de leurs offres.

---

## Etape n°4

# LE CHOIX DES SUPPORTS DE PUBLICITE

---

## 1 - LES PRINCIPES A RESPECTER

La publicité, quel que soit le montant du marché, doit :

- être suffisante pour permettre une mise en concurrence effective,
- être efficace.

Au-delà de 90.000 € HT les obligations de publicité (support et contenu) sont clairement prévues dans le Code de la Commande Publique aux articles R. 2131-12 et R. 2131-16.

Pour les marchés d'un montant inférieur à **90.000 € HT**, la publicité est dite « adaptée » et les dispositions du Code de la Commande Publique fixent uniquement des objectifs à atteindre.

## 2 - TABLEAU RECAPITULATIF

**Seuils de publicité des marchés des collectivités territoriales, de leurs établissements et de leurs groupements ainsi que des autres acheteurs (sauf l'État) - Montants hors taxe**

	Publicité adaptée	Publicité au BOAMP ou dans un JAL	Publicité au BOAMP et au JOUE
Fournitures et services	En dessous de 90 000 €	De 90 000 € à 213 999,99 €	À partir de 214 000 €
Travaux	En dessous de 90 000 €	De 90 000 € à 5 349 999,99 €	À partir de 5 350 000 €

Pour les procédures formalisées, les avis de marché sont d'abord publiés au Journal officiel de l'Union européenne et 48 heures plus tard, au niveau national (BOAMP) (article R. 2131-16 du Code de la Commande Publique).

À noter : l'organisme public peut faire paraître une publicité supplémentaire sur un autre support que celui choisi à titre principal, dans la presse spécialisée correspondant au secteur économique concerné (informatique, communication, travaux, par exemple) par exemple (R. 2131.18 du CCP).

### LA DEMATERIALISATION DES MARCHES PUBLICS

Depuis le 1<sup>er</sup> octobre 2018, pour les marchés de plus de 25 000€ HT, la procédure de consultation doit être dématérialisée sur le profil acheteur de la collectivité.

Depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2019, MOSELLE FIBRE publie sur le profil acheteur « achatpublic.com ».

## **3 - COMMENT S'Y PRENDRE**

La Direction de l'Administration Générale et des Affaires Juridiques peut toujours décider d'étendre les mesures de publicité par rapport à la procédure standard proposée si elle l'estime nécessaire à l'efficacité du respect du principe du libre accès à la commande publique. La procédure standard doit être comprise comme un seuil plancher.

Les procédures de publicité standard ont été mises au point à partir de 2 critères :

- coût de la publicité par rapport au coût de l'achat,
- comparaison pragmatique entre l'efficacité et la rapidité de la procédure avec l'enjeu économique induit par le marché.

### **3 - 1- Procédure adaptée**

3 seuils de commande sont à distinguer :

#### **3 - 1 - 1 - Marchés publics de petits montants inférieurs à 40 000 € HT**

Pour ces marchés, aucune formalité de publicité ne s'impose : la commande est directement passée auprès d'un fournisseur, selon les préconisations informelles du Ministère des Finances.

Cependant, pour les montants inférieurs à 40 000 € HT, il convient plutôt de formaliser la publicité par la sollicitation de trois fournisseurs potentiels, dont au moins un qui n'a pas encore été prestataire de MOSELLE FIBRE.

Si le service opérationnel concerné n'est pas en mesure de connaître au moins 3 fournisseurs susceptibles de soumissionner au marché et ne peut donc leur adresser des sollicitations, elle procède alors à la publication d'une annonce sur un ou plusieurs supports, dans des revues professionnelles spécialisées, la presse locale, ainsi que sur le site Internet de MOSELLE FIBRE.

#### **3 - 1 - 2 - Marchés publics supérieurs à 40 000 € HT et inférieurs à 90 000 € HT**

Le principe est la diffusion d'une publicité sur le site Internet et sur la plateforme de dématérialisation de MOSELLE FIBRE.

En fonction de la nature du marché, le Pôle Affaires Générales et du Numérique doit déterminer si l'efficacité de la publicité exige de publier l'annonce dans une ou plusieurs revues professionnelles spécialisées ou au BOAMP.

#### **3 - 1 - 3 - Marchés publics supérieurs à 90 000 € HT et inférieurs aux seuils - Obligation de publier au BOAMP**

En complément de l'annonce publiée au BOAMP et en fonction de la nature du marché, Pôle Affaires Générales et du Numérique doit déterminer si l'efficacité de la publicité exige de publier l'annonce dans une ou plusieurs revues professionnelles spécialisées.

## **4- CONSEILS POUR OPTIMISER LES ACHATS**

Les obligations de publicité et de mise en concurrence ne sont pas qu'une contrainte juridique : elles sont le meilleur moyen d'optimiser l'achat public en faisant jouer la concurrence.

Un soin particulier doit donc être apporté dans le choix des organes de presse spécialisée ou de sites Internet, ce qui nécessite, par nature de prestations, une connaissance des différentes revues, de leur diffusion et de leur lectorat.

La multiplication des supports (deux revues spécialisées par exemple) peut être opportune pour toucher le plus grand lectorat possible.

---

## Étape n°5 LA MISE EN ŒUVRE DE LA PROCÉDURE D'ACHAT

---

Au regard des types de commandes de MOSELLE FIBRE, de leur fréquence, leur nature, mais aussi des nécessités d'une gestion rationnelle de la commande publique au Syndicat, le respect des principes énoncés préalablement est susceptible d'être garanti par la détermination de 4 catégories de modalités minimales de passation de marchés, applicables en matière de travaux, de fournitures et de services.

Il est proposé de graduer les modalités selon les tranches suivantes :

### 1- Procédure adaptée

- de 0 à 2 000 € HT, **procédure négociée sans publicité ni mise en concurrence**,
- de 2 001 à 14 999 € HT, **procédure négociée sans publicité ni mise en concurrence**, mais principe des « 3 devis »,
- de 15 000 € HT à 40 000 € HT **MAPA 1, procédure allégée (document unique)**,
- de 40 000 € HT aux seuils, **MAPA 2**,
- Pour les marchés de travaux de 214 000 € aux seuils, **MAPA 3 (procédure du MAPA 2 avec la CAO pour l'attribution)**.

### 2- Procédure formalisée : l'appel d'offres

- Au-delà des seuils.

## LA PROCEDURE INTERNE A MOSELLE FIBRE POUR LES MARCHES

	0 € à 2 000 € HT Procédure négociée sans publicité ni mise en concurrence	2 001 € à 14 999 € HT Procédure négociée sans publicité ni mise en concurrence	De 15 000 à 40 000 € HT MAPA 1	De 40 000 aux seuils MAPA 2	Au-delà des seuils Appel d'offres et MAPA 3
<b>Validation de l'opportunité</b>	Circuit de validation comme indiqué en étape 1 du présent règlement : <b>validation Direction avec, le cas échéant, validation du Président</b>				
<b>Document(s) préparatoire(s)</b>	/	<b>Fiche besoin</b> (cf. <b>Annexe 2</b> ) rédigée par le service gestionnaire soumise à la Direction puis transmise au Pôle Affaires Générales et Numérique	<b>Fiche besoin</b> (cf. <b>Annexe 2</b> ) et <b>Fiche de lancement (Annexe 3)</b> rédigées par le service gestionnaire soumises à la Direction puis transmises au Pôle Affaires Générales et Numérique		
<b>Document(s) remis au candidat</b>	/	/	<b>Document unique</b>	<b>Documents de Consultation des Entreprises :</b> Acte d'engagement, Règlement de Consultation, Cahier des Clauses Techniques Particulières et Cahier des Clauses Administratives Particulières	
<b>Publicité</b>	/	Demande de <b>devis</b> à au moins 3 entreprises dont une qui n'a pas été retenue par MOSELLE FIBRE	<b>Profil acheteur</b> de MOSELLE FIBRE + Site Internet	<b>Profil acheteur</b> de MOSELLE FIBRE + Site Internet + <b>BOAMP</b> + presse spécialisée si nécessaire	<b>Profil acheteur</b> de MOSELLE FIBRE + Site Internet + <b>BOAMP</b> + <b>JOUE</b> + presse spécialisée si nécessaire
<b>Analyse des candidatures et des offres</b>	<b>Service gestionnaire</b>		<b>Commission MAPA</b>		<b>Commission d'Appels d'Offre</b>
<b>Choix de l'attributaire</b>	<b>Décision du Président</b>				

---

## Étape n°6

### L'ATTRIBUTION DU MARCHÉ PAR LA COMMISSION MAPA OU PAR LA COMMISSION D'APPEL D'OFFRES

---

Les procédures décrites ci-après s'appliquent à tous les marchés dont le montant est supérieur à 15 000 € HT

#### **1 - La Commission d'Appel d'Offres**

La Commission d'Appel d'Offres (article L. 1414-2 du Code Général des Collectivités Territoriales), est composé du Président ou de son représentant et de 5 membres élus par le Comité Syndical.

#### **2 - La Commission MAPA**

La Commission MAPA est composée du Président ou de son représentant et d'un membre issu du Comité Syndical avec désignation tournante à chaque nouvelle réunion de Commission. Les membres du Comité Syndical sont invités par ordre alphabétique jusqu'à la confirmation de présence d'un membre Comité Syndical. A la réunion suivante, les invitations repartent par ordre alphabétique à partir du membre présent à la précédente Commission.

#### **3 - Déroulement d'une commission**

Lors de la réunion de la commission, les informations sur le marché public comprennent au moins les éléments suivants :

- objet du marché
- maître d'ouvrage
- mode de consultation
- estimation du marché
- date d'envoi de l'avis de publicité
- durée d'exécution du marché
- contenu du prix
- forme de prix
- mode d'attribution des lots

## **4 - Le rapport d'analyse des candidatures et des offres ainsi que le procès-verbal de la Commission**

Ces documents sont directement signés par les membres de la commission.

## **5 - Le rapport de présentation (article R. 2184-2 code de la commande publique)**

I. - Pour les marchés publics et les systèmes d'acquisition dynamiques répondant à un besoin dont la valeur est égale ou supérieure aux seuils européens publiés au Journal officiel de la République française, le pouvoir adjudicateur établit un rapport de présentation de la procédure de passation comportant au moins les éléments suivants :

- Le nom et l'adresse du pouvoir adjudicateur, l'objet et la valeur du marché public ou du système d'acquisition dynamique
- Le nom des candidats exclus et les motifs du rejet de leur candidature
- Le nom des candidats sélectionnés et les motifs de ce choix
- Le nom des soumissionnaires dont l'offre a été rejetée et les motifs de ce rejet y compris, le cas échéant, les raisons qui ont amené l'acheteur à la juger anormalement basse
- Le nom du titulaire et les motifs du choix de son offre, ainsi que, si ces informations sont connues, la part du marché public que le titulaire a l'intention de sous-traiter à des tiers et le nom des sous-traitants.

Dans la mesure où l'avis d'attribution contient les informations exigées aux I et II, le pouvoir adjudicateur peut renvoyer, dans le rapport de présentation, à cet avis. L'établissement de ce rapport n'est pas exigé pour les marchés subséquents fondés sur un accord-cadre lorsque ceux-ci sont conclus sans remise en concurrence.

Le rapport de présentation ou ses principaux éléments sont communiqués à la Commission européenne à sa demande et, le cas échéant, aux autorités chargées du contrôle des marchés publics en même temps que les documents contractuels.

La rédaction du rapport de présentation n'est pas obligatoire dans le cas des procédures non formalisées (procédure adaptée et procédure allégée).

## **6 - La décision de signer le marché**

Le Comité Syndical a autorisé dans la délibération n° CSD 2021-199 en date du 18 novembre 2021, Monsieur le Président, pendant la durée de son mandat, prendre toute décision concernant la préparation, la passation, l'exécution et le règlement des marchés et accords-cadres ainsi que toutes décisions concernant leurs avenants, lorsque les crédits sont inscrits au budget.

## **7 - Information des candidats évincés (articles L. 2181-1 et R. 2181-1 et suivants)**

Pour les marchés publics passés selon une **procédure adaptée**, l'acheteur, dès qu'il décide de rejeter une candidature ou une offre, notifie à chaque candidat ou soumissionnaire concerné le rejet de sa candidature ou de son offre.

Il communique aux candidats et aux soumissionnaires qui en font la demande écrite les motifs du rejet de leur candidature ou de leur offre dans un délai de quinze jours à compter de la réception de cette demande. Si le soumissionnaire a vu son offre écartée alors qu'elle n'était ni inappropriée ni irrégulière ni inacceptable l'acheteur lui communique, en outre, les caractéristiques et avantages de l'offre retenue ainsi que le nom de l'attributaire du marché public.

Pour les marchés publics passés selon une **procédure formalisée**, l'acheteur, dès qu'il décide de rejeter une candidature ou une offre, notifie à chaque candidat ou soumissionnaire concerné le rejet de sa candidature ou de son offre en lui indiquant les motifs de ce rejet.

Lorsque cette notification intervient après l'attribution du marché public, elle précise, en outre, le nom de l'attributaire et les motifs qui ont conduit au choix de son offre. Elle mentionne également la date à compter de laquelle l'acheteur est susceptible de signer le marché public dans le respect des dispositions de l'article R. 2182-1 (respect d'un délai de 11 jours entre la date d'envoi de la notification et la date de signature du marché par l'acheteur).

## **8 - Notification du marché**

Les marchés ayant donné lieu à l'établissement d'un acte d'engagement et/ou d'un contrat sont notifiés au titulaire.

## **9 - L'avis d'attribution (articles L. 2183-1 et R. 2183-1 et suivants)**

L'avis d'attribution doit être envoyé lorsque le marché a donné lieu à une procédure formalisée, c'est-à-dire lorsque le montant du marché est supérieur aux seuils.

L'avis d'attribution est publié dans le ou les même(s) support(s) que l'avis à concurrence dans les 30 jours qui suivent la notification du marché.

---

## Etape n°7 LE CONTROLE DE L'EXÉCUTION DU MARCHÉ

---

### Prévoir des sanctions

Une attention toute particulière doit être portée lors de la rédaction des documents contractuels.

En effet, c'est l'occasion pour la personne responsable du marché d'organiser contractuellement les contraintes qu'elle pourra faire peser, le cas échéant, sur le titulaire du contrat s'il ne remplit pas correctement ses obligations.

Il peut être fait référence, dans le cahier des charges ou dans le cahier des clauses administratives particulières, au CCAG plus pertinent.

Le principe reste que la sanction doit être proportionnée au manquement.

Trois types de sanctions à l'encontre du cocontractant défaillant sont possibles :

- les sanctions pécuniaires,
- la mise en régie,
- la résiliation du contrat.

### 1- Les sanctions pécuniaires

Les sanctions pécuniaires permettent de sanctionner une mauvaise exécution du contrat.

Elles prennent la forme de pénalités.

Elles doivent avoir été stipulées dans le cahier des clauses administratives particulières ou dans le cahier des charges.

Elles permettent, le plus souvent, de contraindre le titulaire du marché à respecter les délais contractuels (ex : délais de livraison) ou le niveau de qualité à atteindre (ex : pénalités en cas de température inférieure à celle stipulée dans le cahier des charges dans un marché de services de chauffage urbain).

***Il est possible de prévoir dans le contrat que les pénalités de retard courent sans que le pouvoir adjudicateur ait à envoyer au préalable au titulaire du contrat une mise en demeure.***

## 2- La mise en régie

Ce pouvoir de sanction existe, en l'absence même de stipulation contractuelle en ce sens dans les cahiers des charges.

Il s'agit d'une **sanction grave** qui ne doit donc être mise en œuvre que lorsque le manquement est important.

Il ne s'agit plus de sanctionner une mauvaise exécution du contrat, mais le défaut d'exécution du marché.

Il s'agit, **après mise en demeure au titulaire du marché d'exécuter ses obligations, restée infructueuse**, de faire exécuter l'obligation par un tiers, aux risques et périls du titulaire défaillant.

Les coûts engendrés par le recours à un autre cocontractant sont à la charge du titulaire défaillant.

## 3- La résiliation

Cette sanction est également possible même en l'absence de stipulation en ce sens dans le marché.

Cette sanction est la sanction la plus grave et sanctionne une incapacité permanente du titulaire du marché à exécuter les obligations essentielles du contrat.

Le degré de gravité du manquement constaté s'apprécie en fonction :

- des conséquences sur le fonctionnement du service,
- du caractère essentiel de l'obligation enfreinte.

La résiliation du contrat ne peut intervenir que si, au préalable, la Communauté de communes a envoyé une mise en demeure restée infructueuse au titulaire défaillant, mentionnant les reproches précis ainsi que la nature des manquements pouvant justifier cette sanction.

---

## ANNEXES

---

### Annexe 1 - Fiche de détermination des besoins



**Marché public d'assistance juridique relatif à l'établissement d'un cadre de gestion afférent à la fin de contrat du marché de conception réalisation et aux conséquences de la pandémie de COVID 19**

**Détermination des besoins**

1) Contexte et détermination du besoin

A remplir par le service gestionnaire.

2) Estimation du coût des besoins

A remplir par le service gestionnaire.

3) Choix de la procédure

A remplir par le Pôle Affaires Générales et Numérique

## Annexe 3 - Fiche de lancement pour les marchés d'un montant $\geq$ à 15 000 € HT



### INFOS PREALABLES AU LANCEMENT D'UN MARCHÉ

**1) Intitulé et objet du marché :**

**2) Direction et/ou Pôle utilisateur :**

**3) Nature du marché :**

Marché de fournitures :

Achat

Location

Crédit-bail

Location-vente

Marché de services : ...

Marché de prestations intellectuelles (autre que maîtrise d'œuvre) : ...

Marché de travaux : ...

#### 4) Options

oui                       non

Si oui, description :

Intitulé du (des) option(s)	Estimation du (des) option(s)

#### 5) Variantes

*En procédures formalisées, les variantes doivent être expressément autorisées. A défaut d'indication les autorisant, elles sont interdites. Si elles sont autorisées, il faut mentionner les exigences minimales que les variantes devront respecter, ainsi que les modalités de leur présentation.*

*En procédures adaptées, les variantes sont en principe autorisées, sauf si le pouvoir adjudicateur les interdit expressément dans les documents de consultation.*

oui                       non

Si oui, description :

Intitulé de la variante	Estimation de la variante

#### 6) Durée du marché

*Les accords-cadres (ex-marchés à bons de commandes) sont passés sauf cas exceptionnels justifiés, pour une durée maximale de 4 ans.*

Durée du marché (uniquement la 1<sup>ère</sup> période) : an

Marché reconductible :

oui                       non

Si oui, nombre de reconduction :

7) Estimation du marché sur la durée totale : € HT

8) Prestations divisées en lots

oui  non

9) Type de marché

- Marché ordinaire
- Marché fractionné à bons de commande
- Marché fractionné à tranches

9.1 Marché ordinaire

Intitulé du (des) lot(s)	Estimation du (des) lot(s)

9.2 Marché fractionné

Intitulé du (des) lot(s)	Estimation annuelle du (des) lot (s)	
	Minimum	Maximum

### 9.3 Marché fractionné à tranches conditionnelles

Caractéristiques des différentes tranches						
	Date de démarrage prévue	Délai d'exécution	Délai de notification d'affermissement de la tranche	Montant forfaitaire de l'indemnité de dédit	Montant mensuel de l'indemnité d'attente	Avance prévue
TF						
TC1						

### 10) Forme du prix

	Case à cocher	Formule de variation
Ferme	<input type="checkbox"/>	La première année
Ajustable	<input type="checkbox"/>	Les années suivantes selon barème du fournisseur Clause butoir : la hausse ne pourra pas excéder %
Remise ou rabais	<input type="checkbox"/>	Prévoir une remise contractuelle

## 11) Critères de sélection des offres (Liste non limitative) :

Critères de sélection des offres	Pondération
La valeur technique jugée : - sur un dossier décrivant le processus d'approvisionnement des produits - sur la variété des produits proposés - ... - ... - ... - ... - ... - ...	% % % % % % %
Le prix	%
Le caractère esthétique jugé sur les compositions proposées (au vu de ...)	%
Le délai de livraison	%
Le délai d'exécution	%
Les conditions de livraison	%
Organisation	%

## 12) Justificatifs phase candidature

Justificatifs	Case à cocher
Déclaration concernant le chiffre d'affaires global et le chiffre d'affaires concernant les fournitures, services, objet du marché, réalisés au cours des trois derniers exercices disponibles.	<input type="checkbox"/>
Déclaration appropriée de banques ou preuve d'une assurance pour les risques professionnels	<input type="checkbox"/>
Bilans ou extraits de bilans, concernant les trois dernières années, des opérateurs économiques pour lesquels l'établissement des bilans est obligatoire en vertu de la loi.	<input type="checkbox"/>
Déclaration indiquant les effectifs moyens annuels du candidat et l'importance du personnel d'encadrement pour chacune des trois dernières années.	<input type="checkbox"/>

Présentation d'une liste des principales fournitures ou des principaux services effectués au cours des trois dernières années, indiquant le montant, la date et le destinataire public ou privé. Les livraisons et les prestations de services sont prouvées par des attestations du destinataire ou, à défaut, par une déclaration de l'opérateur économique.	<input type="checkbox"/>
Indication des titres d'études et professionnels de l'opérateur économique et/ou des cadres de l'entreprise, et notamment des responsables de prestation de services ou de conduite des travaux de même nature que celle du marché.	<input type="checkbox"/>
Déclaration indiquant l'outillage, le matériel et l'équipement technique dont le candidat dispose pour la réalisation de marchés de même nature.	<input type="checkbox"/>
<b>Justificatifs</b>	<b>Case à cocher</b>
En matière de fournitures et services, une description de l'équipement technique, des mesures employées par l'opérateur économique pour s'assurer de la qualité et des moyens d'étude et de recherche de son entreprise.	<input type="checkbox"/>
Certificats de qualifications professionnelles. Le pouvoir adjudicateur dans ce cas précise que la preuve de la capacité du candidat peut être apportée par tout moyen, notamment par des certificats d'identité professionnelle ou des références de travaux attestant de la compétence de l'opérateur économique à réaliser la prestation pour laquelle il se porte candidat.	<input type="checkbox"/>
Certificats établis par des services chargés du contrôle de la qualité et habilités à attester la conformité des fournitures par des références à certaines spécifications techniques. Le pouvoir adjudicateur acceptera toutefois d'autres preuves de mesures équivalentes de garantie de la qualité produites par les candidats, si ceux-ci n'ont pas accès à ces certificats ou n'ont aucune possibilité de les obtenir dans les délais fixés.	<input type="checkbox"/>
Pour justifier des capacités professionnelles, techniques et financières d'autres opérateurs économiques (sous-traitants) sur lesquels il s'appuie pour présenter sa candidature en application du III de l'article 45 du code des marchés publics ou du I de l'article 17 du décret du 30 décembre 2005, l'opérateur économique se portant candidat produit les mêmes documents concernant lesdits opérateurs économiques que ceux qui lui sont exigés par le pouvoir adjudicateur dans la candidature. En outre, pour justifier qu'il dispose des capacités desdits opérateurs économiques pour l'exécution du marché, l'opérateur économique se portant candidat produit un engagement écrit de chacun de ces opérateurs économiques.	<input type="checkbox"/>
Echantillons, descriptions et/ou photographies des fournitures.	<input type="checkbox"/>

### 13) Justificatifs phase offre

Justificatifs	Case à cocher
Acte d'engagement	<input type="checkbox"/>
Acte d'engagement de chaque lot	<input type="checkbox"/>
Bordereau de prix unitaires	<input type="checkbox"/>
Détail Quantitatif Estimatif	<input type="checkbox"/>
Justificatifs	Case à cocher
Décomposition du prix global et forfaitaire	<input type="checkbox"/>
Bordereau de prix unitaires de chaque lot	<input type="checkbox"/>
Détail Quantitatif Estimatif de chaque lot	<input type="checkbox"/>
Décomposition du prix global et forfaitaire de chaque lot	<input type="checkbox"/>
Cahier des Clauses Administratives Particulières	<input type="checkbox"/>
Cahier des Clauses Techniques Particulières	<input type="checkbox"/>
Cahier des Clauses Particulières	<input type="checkbox"/>
Cahier des Clauses Administratives Particulières commun à tous les lots	<input type="checkbox"/>
Cahier des Clauses Techniques Particulières commun à tous les lots	<input type="checkbox"/>
Cahier des Clauses Particulières commun à tous les lots	<input type="checkbox"/>
Mémoire technique	<input type="checkbox"/>
Fiches techniques	<input type="checkbox"/>
Photos des produits	<input type="checkbox"/>
Catalogues	<input type="checkbox"/>
RIB	<input type="checkbox"/>

**14) Pénalités à préciser (non exhaustif) :**

- Retard dans la livraison des fournitures :

**15) Date prévisionnelle de commencement du marché :**

**16) Observations éventuelles (acomptes, démonstration de logiciel ou de matériels, visite sur site, ... :**

Fournisseurs/Prestataires connus pour information :

Nom du fournisseur/Prestataire	Adresse (courrier/Fax/mèl)

Date d'envoi :

Signature du Responsable concerné

Visa du Pôle Affaires Générales et Numérique

Visa de la Directrice