

2014

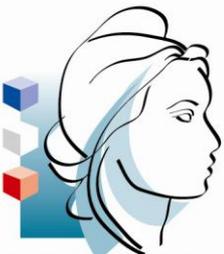


Universités
des maires
et présidents
de communautés
de France



Marchés publics : Les fondamentaux





Un marché public, c'est quoi ?

Un marché public est une « acquisition » à titre onéreux

Si le cocontractant se rémunère majoritairement sur l'utilisateur, ce n'est pas un marché public mais une délégation de service public.

Attention : exemple bulletin municipal avec rémunération par vente d'espaces publicitaires = marché public

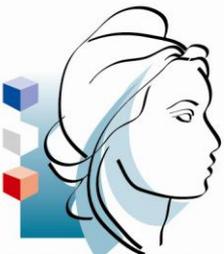
Par un acheteur public

Les personnes privées ne relèvent pas en principe du CMP sauf :

- si elles sont le mandataire d'une personne publique ,
- ou participent à un groupement de commandes avec des personnes publiques.

Avec une personne privée ou publique

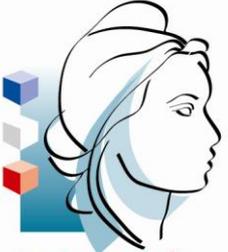
Le cocontractant de l'acheteur public doit être un **opérateur économique** : réalisation de travaux ou d'ouvrages, prestations de services, livraison de fournitures, **d'origine privée ou publique**.



Un marché public, à partir de combien ?

Tout achat dès le 1^{er} euro

Pour un bon fonctionnement de la collectivité, l'assemblée délibérante doit, par délibération, donner une délégation à l'exécutif (maire, président) pour qu'il puisse conclure les marchés inférieurs à X euros (ce montant doit être déterminé par l'assemblée délibérante).



Quelles sont les grands principes des marchés publics?

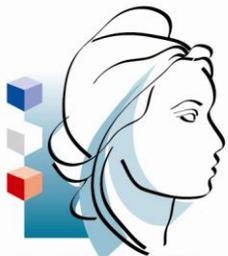
Égalité de traitement entre les candidats

Transparence des procédures

Liberté d'accès à la commande publique

Les mesures de publicité et de mise en concurrence assurent le respect de ces principes.

Les modalités de publicité et de mise en concurrence à mettre en œuvre sont déterminées en **fonction du montant estimé du besoin à satisfaire.**



Les marchés publics, ça s'anticipe !

Bien définir son marché pour bien connaître son montant

Les seuils de **publicité** /pouvoirs adjudicateurs / **travaux**

< à 15 000 € HT :

pas de publicité obligatoire

De 15 000 € HT à 90 000 € HT : Publicité obligatoire

Publicité dite « adaptée »

De 90 000 € HT à 5 186 000 € HT : Publicité obligatoire

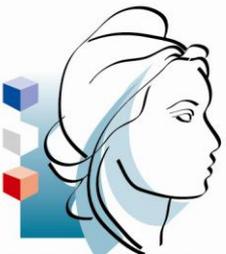
Publicité dans un Journal d'Annonces Légales (JAL) ou au Bulletin Officiel des Annonces de Marchés Publics (BOAMP)

- + publication sur le profil acheteur de la collectivité
- + si nécessaire publication dans la presse spécialisée.

> à 5 186 000 € HT : Publicité obligatoire

Publicité au BOAMP

- + publicité au Journal Officiel de l'Union Européenne (JOUE)
- + publication sur le profil acheteur de la collectivité



Les marchés publics, ça s'anticipe !

Les seuils de publicité /pouvoirs adjudicateurs / Fournitures et services de l'article 29 du CMP

< à 15 000 € HT :

pas de publicité obligatoire

De 15 000 € HT à 90 000 € HT : Publicité obligatoire

Publicité dite « adaptée »

De 90 000 € HT à 207 000€ HT : Publicité obligatoire

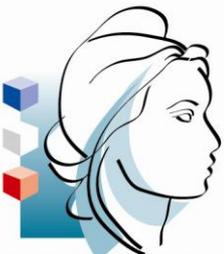
Publicité dans un Journal d'Annonces Légales (JAL) ou au Bulletin Officiel des Annonces de Marchés Publics (BOAMP)

- + publication sur le profil acheteur de la collectivité
- + si nécessaire publication dans la presse spécialisée.

> à 207 000 € HT : Publicité obligatoire

Publicité au BOAMP

- + publicité au Journal Officiel de l'Union Européenne (JOUE)
- + publication sur le profil acheteur de la collectivité



Les marchés publics, ça s'anticipe !

Les services visés par l'article 29 du CMP :

1. Services d'entretien et de réparation ;
2. Services de transports terrestres [...]
3. Services de transports aériens de voyageurs et de marchandises ;
4. Services de transports de courrier par transport terrestre et par air ;
5. Services de communications électroniques ;
6. Services financiers : services d'assurances, services bancaires et d'investissement [...]
7. Services informatiques et services connexes ;
8. Services de recherche-développement [...]
9. Services comptables, d'audit et de tenue de livres ;
10. Services d'études de marché et de sondages ;
11. Services de conseil en gestion et services connexes ;
12. Services d'architecture ; services d'ingénierie et services intégrés d'ingénierie ; services d'aménagement urbain et d'architecture paysagère ; services connexes de consultations scientifiques et techniques ; services d'essais et d'analyses techniques ;
13. Services de publicité ;
14. Services de nettoyage de bâtiments et services de gestion de propriétés ;
15. Services de publication et d'impression ;
16. Services de voirie et d'enlèvement des ordures, services d'assainissement et services analogues.

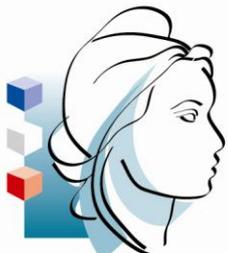


Les marchés publics, ça s'anticipe !

Les seuils de **publicité** /pouvoirs adjudicateurs / Marchés de **services de l'article 30** du CMP

< à 15 000 € HT :
pas de publicité obligatoire

> à 15 000 € HT Publicité obligatoire
Publicité dite « adaptée »



Les marchés publics, ça s'anticipe !

Les seuils de **procédures** / pouvoirs adjudicateurs / **travaux**

< à 15 000 € HT :

Pas de procédure de mise en concurrence obligatoire

De 15 000 € HT à 5 186 000 € HT : Procédure de mise en concurrence obligatoire

Procédure adaptée

> à 5 186 000 € HT : Procédure de mise en concurrence obligatoire

Procédures applicables :

- appel d'offres ouvert ou restreint, art. 33

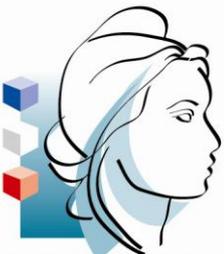
- procédures négociées, art. 35

- dialogue compétitif, art. 36

- conception-réalisation, art. 37

- concours, art. 38

*Procédure de
droit commun*



Les marchés publics, ça s'anticipe !

Les seuils de procédures / pouvoirs adjudicateurs / Fournitures et services de l'article 29 du CMP

< à 15 000 € HT :

Pas de procédure de mise en concurrence obligatoire

De 15 000 € HT à 207 000€ HT : Procédure de mise en concurrence obligatoire

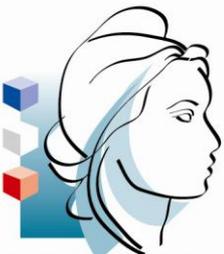
Procédure adaptée

> à 207 000 € HT : Procédure de mise en concurrence obligatoire

Procédures applicables :

- appel d'offres ouvert ou restreint, art. 33
- procédures négociées, art. 35
- dialogue compétitif, art. 36
- système d'acquisition dynamique, art. 78
(uniquement pour fournitures courantes)
- concours, art. 38

*Procédure de
droit commun*



Les marchés publics, ça s'anticipe !

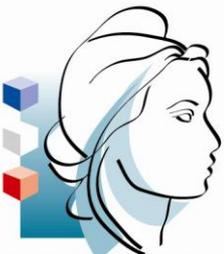
Les seuils de **procédures** / pouvoirs adjudicateurs / **Marchés de services de l'article 30** du CMP

< à 15 000 € HT :

Pas de procédure de mise en concurrence obligatoire

> à 15 000 € HT : Procédure de mise en concurrence obligatoire

Procédure adaptée



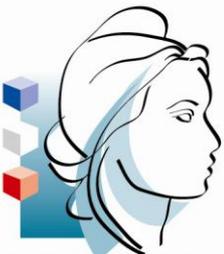
Comment savoir si on dépasse un seuil ?

Pour les marchés de travaux : notions d'**ouvrage** et d'**opération**.

Pour évaluer le montant d'un marché de travaux, doit être prise en compte la valeur globale des travaux se rapportant à une même opération, qui peut porter sur un ou plusieurs ouvrages, valeur à laquelle on ajoute la valeur des fournitures nécessaires à leur réalisation que le pouvoir adjudicateur met à la disposition des opérateurs.

Attention : pas d'incorporation de la maîtrise d'œuvre.

Exemples : Constitue une seule et même opération, les travaux suivants : des marchés conclus simultanément pour la réalisation de trottoirs en quatre endroits différents d'une même commune ; des travaux d'étanchéité de peinture effectués par le même syndicat pour la réfection et le fonctionnement de deux châteaux d'eau à des dates rapprochées ...



Comment savoir si on dépasse un seuil ?

Pour les marchés de fournitures et de services : notion d'**homogénéité**.

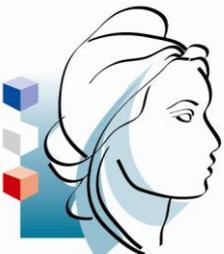
Pour évaluer le montant il faut prendre en compte la valeur totale des fournitures ou des services qui sont homogènes :

- en raison de leurs **caractéristiques propres**,
- ou parce qu'ils constituent **une unité fonctionnelle**.

L'homogénéité des besoins est une notion qui peut varier d'un acheteur à l'autre et qu'il lui appartient d'apprécier, en fonction des caractéristiques des activités qui lui sont propres et de la cohérence de son action.

Exemple : une paire de ciseaux constitue pour une collectivité locale une fourniture de bureau, mais du matériel chirurgical pour des établissements hospitaliers.

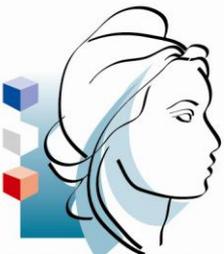
L'article 27 du CMP précise que **pour les marchés d'une durée < ou = à 1 an, conclus pour répondre à un besoin régulier, la valeur totale du marché est celle qui correspond aux besoins d'1 année .**



Quelle forme de marché choisir ?

L'**allotissement** est la décomposition d'un marché en plusieurs lots pour des raisons économiques, financières ou techniques. Les lots sont susceptibles de faire l'objet d'une attribution distincte.

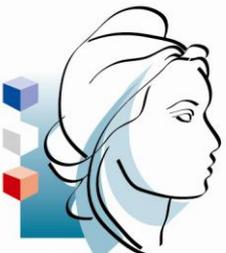
L'acheteur doit allotir (article 10 CMP) sinon il doit se justifier. (ex : si l'objet du marché ne permet pas l'identification de prestations distinctes)



Quelle forme de marché choisir ?

Le **marché à bons de commande** est un marché fractionné dans le temps, conclu pour 4 ans maximum et **exécuté par l'émission de bons de commande au fur et à mesure de l'évolution du besoin** de la personne publique.

Le **marché à tranches conditionnelles** est un marché fractionné lorsque l'acheteur public décide de réaliser un ensemble d'opérations sur la base d'un programme global, mais dont **l'exécution dans son intégralité peut être incertaine** pour des motifs d'ordre technique, économique ou financier. Ce marché devra comporter une tranche ferme et une ou plusieurs tranches conditionnelles.



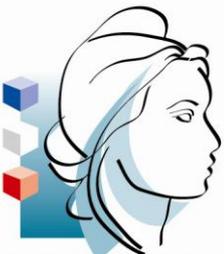
Quelle publicité faire ?

L'avis de préinformation :

L'article 39 du code prévoit que les marchés de fournitures ou de services d'un montant supérieur à 750 000 euros HT et les marchés de travaux supérieurs au seuil de procédure formalisée peuvent donner lieu à la publication, soit au JOUE, soit sur le profil d'acheteur du pouvoir adjudicateur, d'un avis de préinformation.

La publication de cet avis de préinformation présente l'avantage de réduire les délais de réception des offres des candidats.

**Le choix de la publicité dépend
de l'objet et du montant du marché.**

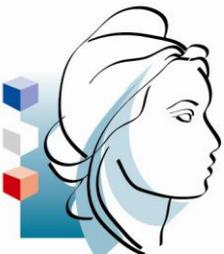


Quelle publicité faire ?

Le cas de la publicité adaptée

Pour les marchés dont le montant estimé est compris entre 15 000 et 90 000 € HT, il appartient à l'acheteur de déterminer les modalités de publicité qui sont les mieux adaptées aux **caractéristiques** de ce marché :

- objet**,
- montant**,
- degré de concurrence** entre les entreprises concernées,
- et **conditions** dans lesquelles il est passé.

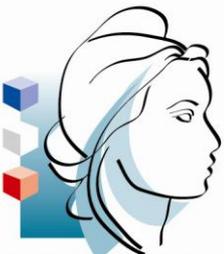


Quelle publicité faire ?

Le cas de la publicité adaptée

Quel que soit le support de publicité choisi, des **informations minimales** doivent obligatoirement être portées à la connaissance des candidats potentiels.

Ainsi doivent toujours être mentionnés : **l'identité et les coordonnées de l'acheteur, l'objet des prestations** envisagées, les **critères d'attribution** du marché et, lorsque le prix n'est pas l'unique critère de choix, les conditions de **mise en œuvre de ces critères**.



Quelle mise en concurrence ?

Marché à procédure adaptée (MAPA)

Procédure dont les modalités sont librement fixées par l'acheteur public en fonction de la nature du besoin, du nombre ou de la localisation des entreprises susceptibles d'y répondre ainsi que des circonstances de l'achat et pour les besoins d'un montant inférieur à certains seuils.

Marché à procédure formalisée

Le déroulement de la mise en concurrence est imposée par le code

Ex : appel d'offres ouvert



Quelle mise en concurrence ?

Procédure ouverte

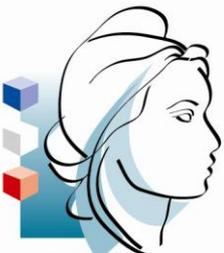
Procédure dans laquelle toute entreprise intéressée peut présenter une offre.

Procédure restreinte

Procédure dans laquelle toute entreprise préalablement sélectionnée est invitée, ensuite, à présenter une offre.

Procédure négociée

Les procédures négociées, sont les procédures dans lesquelles les pouvoirs adjudicateurs négocient les conditions du marché avec un ou plusieurs opérateurs économiques.



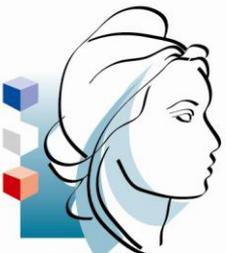
La CAO qu'est-ce que c'est ?

Composition

Membres à voix délibérative

La composition de la CAO dépend de la taille et de la nature de la collectivité.
(Article 22 du CMP)

- Les **communes de - de 3 500 hab.** comptent 3 membres titulaires et 3 membres suppléants élus, en plus du président de la CAO, qui est le maire.
- Les **communes de + de 3 500 hab.** comptent 5 membres titulaires et 5 membres suppléants élus, en plus du président de la CAO, qui est le maire.
- Les **EPCI et syndicats mixtes** ont un nombre de membres élus égal à celui de la CAO de la collectivité ayant le nombre d'habitants le plus élevé. Si le nombre réglementaire ne peut être atteint, il y aura l'élection d'au moins 2 membres. Lorsque l'organe délibérant comporte moins de 5 membres, l'élection des suppléants ne s'impose pas.



La CAO qu'est-ce que c'est ?

Composition

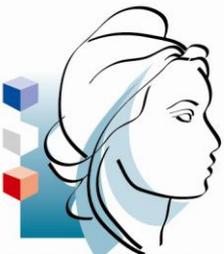
Membres à voix consultative

Peuvent participer aux CAO, avec voix consultative (article 23 du CMP) :

- Des membres du service technique compétent du pouvoir adjudicateur
- Des personnalités désignées par le président de la CAO en raison de leur compétence

Le président de la CAO peut également inviter :

- Le comptable public
- Un représentant de la DDPP (ex DGCCRF)



Le dossier de réponse des opérateurs économiques

La présentation du dossier de réponse n'est soumise à aucun formalisme particulier.

Il n'est, en particulier, plus exigé, en appel d'offres ouvert, que les opérateurs économiques présentent les pièces à l'appui de leur candidature dans une enveloppe distincte de celle contenant les pièces relatives à leur offre.

A chaque phase de sélection, les pièces demandées doivent être présentes dans le dossier de réponse de l'entreprise.

A défaut, l'offre est irrégulière et devra être rejetée.

Exception : lors de la 1^{ère} phase, le pouvoir adjudicateur peut accorder un délai de 10 jours maximum pour que l'opérateur économique puisse compléter son offre.



Sur quels critères choisir le titulaire du marché ?

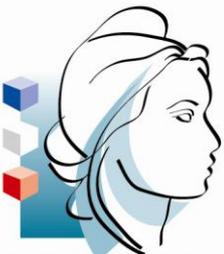
1^{ère} phase : sélection « administrative » / des candidatures

Les **critères de sélection des candidatures** permettent d'évaluer les capacités professionnelles, techniques et financières des candidats .

Cette vérification s'effectue au vu des documents ou renseignements demandés à cet effet dans les avis d'appel public à la concurrence ou, en l'absence d'un tel avis, dans le règlement de consultation.

S'il n'a pas fixé de niveaux minimaux de capacités, il ne peut éliminer que ceux dont les capacités sont, à l'évidence, sans qu'il soit besoin d'un examen approfondi du dossier de candidature, insuffisantes pour assurer l'exécution des prestations faisant l'objet du marché.

L'absence de références relatives à l'exécution de marchés de même nature ne peut justifier, à elle seule, l'élimination d'un candidat.



Sur quels critères choisir le titulaire du marché ?

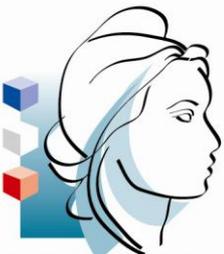
2^{ème} phase : sélection « technique » / des offres

L'acheteur public peut librement choisir les **critères de sélection des offres**.

Ex : valeur technique de l'offre, délai de livraison, prix ...

Ces critères devront être rendus publics dans l'avis d'appel public à la concurrence ou dans les documents de la consultation.

Ils ne doivent pas être discriminatoires, mais liés à l'objet du marché et suffisamment précis pour ne pas laisser une liberté de choix discrétionnaire au pouvoir adjudicateur .



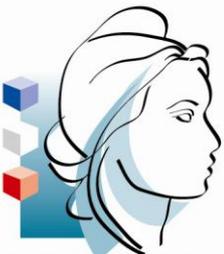
Sur quels critères choisir le titulaire du marché ?

Sélection de l'offre économiquement la plus avantageuse

Il est recommandé de sélectionner les offres en usant de **plusieurs critères d'attribution**. Ces critères sont **pondérés afin de sélectionner l'offre économiquement la plus avantageuse**.

L'offre économiquement la plus avantageuse n'est pas assimilable au prix le plus bas.

S'il ne doit y avoir qu'un seul critère, compte tenu de l'objet du marché, ça doit être le prix.

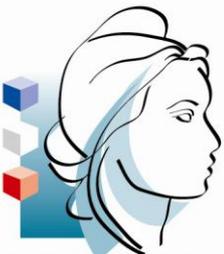


La dématérialisation des marchés

Les collectivités doivent mettre en ligne, sur site internet sécurisé (désigné sous le terme de « profil acheteur »), les **avis de publicité** et les **DCE** des marchés de **plus de 90 000 € HT**.

Au-delà de ce montant, la collectivité doit également être capable de **recevoir les réponses** dématérialisées des entreprises sur ce « profil acheteur ».

Plateforme de dématérialisation proposée par l'Adm74 :
www.mp74.fr



Le « c'est quoi déjà ? »

Acheteur public

On appelle acheteur l'entité publique qui passe le marché de fournitures, de prestations de services et de travaux.

Acte d'Engagement (AE)

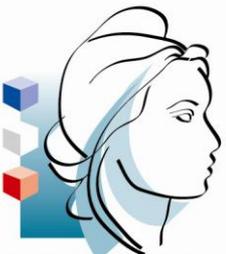
Pièce contractuelle signée par un candidat à un marché public dans laquelle il présente son offre, s'engage à se conformer aux clauses du cahier des charges et à respecter le prix proposé. L'acte d'engagement est ensuite signé par l'acheteur public.

Allotissement

Un lot est une unité autonome qui est attribuée séparément. L'allotissement est la décomposition d'un marché en plusieurs lots pour des raisons économiques, financières ou techniques. Les lots sont susceptibles de faire l'objet d'une attribution distincte.

Appel d'offres

Procédure formalisée, pour les besoins d'un montant supérieur à certains seuils, par laquelle l'acheteur public choisit l'offre économiquement la plus avantageuse, sans négociation, sur la base de critères objectifs préalablement portés à la connaissance des candidats. L'appel d'offres peut être ouvert ou restreint.



Le « c'est quoi déjà ? »

Avenant

Acte par lequel les parties à un contrat conviennent d'adapter ou de compléter une ou plusieurs des clauses du contrat.

Avis d'Appel Public à la Concurrence (AAPC)

Avis publié par l'acheteur public pour informer les candidats potentiels de la passation d'un ou de plusieurs marchés. Il peut également être appelé « avis de marché » ou « avis de publicité ».

Avis d'attribution

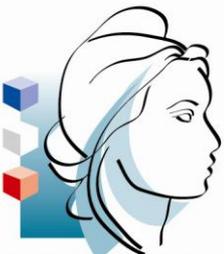
L'avis d'attribution est un document publié par l'acheteur public destiné à annoncer le candidat retenu à un marché.

Cahier des charges

Document déterminant les conditions dans lesquelles les marchés doivent être exécutés.

Cahier des Clauses Administratives Particulières (CCAP)

Document contractuel d'un marché public, qui décrit les conditions administratives particulières d'exécution des prestations, les conditions de règlement, les conditions de vérification des prestations et de présentation des sous-traitants.



Le « c'est quoi déjà ? »

Cahier des Clauses Administratives Générales (CCAG)

Document adopté par arrêté ministériel qui fixe, dans un domaine donné, les conditions administratives générales du marché. Il en existe dans cinq domaines : fournitures et services courants (FCS), prestations intellectuelles (PI), travaux (T), marchés industriels (MI) et techniques de l'information et de la communication (TIC). Un CCAG n'est applicable qu'aux marchés qui s'y réfèrent expressément.

Cahier des Clauses Techniques Générales (CCTG)

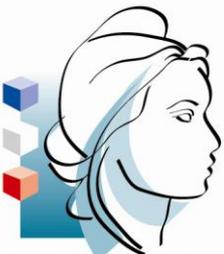
Document adopté par arrêté ministériel qui fixe, dans un domaine donné, les conditions techniques générales du marché. Il en existe dans de nombreux domaines. Un CCTG n'est applicable qu'aux marchés qui s'y réfèrent expressément.

Cahier des Clauses Techniques Particulières (CCTP)

Document contractuel d'un marché public, qui décrit les conditions techniques particulières d'exécution des prestations.

Dossier de Consultation des Entreprises (DCE)

Ensemble des documents élaborés par l'acheteur public, destiné aux entreprises intéressées par le marché, et dans lesquelles celles-ci doivent trouver les éléments utiles pour l'élaboration de leurs candidatures et de leurs offres.



Le « c'est quoi déjà ? »

Entité adjudicatrice

Organisme public exerçant des activités d'opérateurs de réseau (production, transport ou distribution d'électricité, gaz, chaleur, eau, etc...). Elle est soumise à des règles spécifiques fixées par la deuxième partie du code des Marchés Publics.

Groupement de commandes

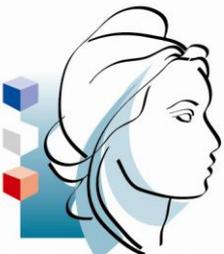
Les groupements de commandes permettent à plusieurs acheteurs publics de coordonner et de regrouper leurs achats pour, notamment, réaliser des économies d'échelle. Ils leur permettent également de se regrouper, pour choisir le ou les mêmes prestataires. Ils peuvent concerner tous les types de marchés. Des groupements de commandes peuvent être créés de manière temporaire ou permanente, selon qu'il s'agit de répondre à des besoins ponctuels ou récurrents.

Intérêt moratoire

Majoration automatique des sommes à verser à l'entreprise titulaire d'un marché par l'acheteur public, lorsqu'il ne respecte pas le délai contractuel ou réglementaire de paiement. Elle est exprimée en pourcentage.

Marchés à bons de commande

Marché fractionné dans le temps, conclu pendant quatre ans au maximum et exécuté par l'émission de bons de commande au fur et à mesure de l'évolution du besoin de la personne publique.



Le « c'est quoi déjà ? »

Maître d'œuvre

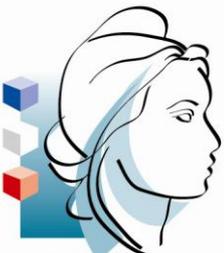
C'est la personne que le maître d'ouvrage a choisi pour confier l'établissement du projet et d'en contrôler l'exécution. Dans ce cadre, il doit entre autres, établir les pièces écrites et dessinées, préparer le dossier de consultation des entreprises et assurer le contrôle d'exécution des marchés de travaux.

Maître d'ouvrage

Il s'agit de la personne (publique, morale, ou privée) qui décide de réaliser une opération. Il doit arrêter le programme, trouver le financement, fixer le calendrier, choisir les professionnels chargés de la réalisation et signer l'ensemble des marchés (contrats d'études et de travaux).

Marché passé selon une procédure adaptée (MAPA)

Procédure dont les modalités sont librement fixées par l'acheteur public en fonction de la nature du besoin, du nombre ou de la localisation des entreprises susceptibles d'y répondre ainsi que des circonstances de l'achat et pour les besoins d'un montant inférieur à certains seuils.



Le « c'est quoi déjà ? »

Marché à tranches conditionnelles

Fractionnement d'un marché lorsque l'acheteur public décide de réaliser un ensemble d'opérations sur la base d'un programme global, mais dont l'exécution dans son intégralité peut être incertaine pour des motifs d'ordre technique, économique ou financier. Ce marché devra comporter une tranche ferme et une ou plusieurs tranches conditionnelles.

Offre inacceptable

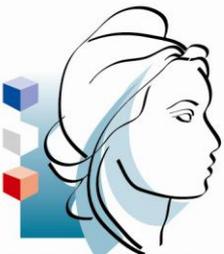
Une offre est inacceptable si les conditions qui sont prévues pour son exécution méconnaissent la législation en vigueur, ou si les crédits budgétaires alloués au marché après évaluation du besoin à satisfaire ne permettent pas au pouvoir adjudicateur de la financer.

Offre inappropriée

Est inappropriée une offre qui apporte une réponse sans rapport avec le besoin du pouvoir adjudicateur et qui peut en conséquence être assimilée à une absence d'offre.

Offre irrégulière

Une offre irrégulière est une offre qui, tout en apportant une réponse au besoin du pouvoir adjudicateur, est incomplète ou ne respecte pas les exigences formulées dans l'avis d'appel public à la concurrence ou dans les documents de la consultation.



Le « c'est quoi déjà ? »

Opérateur économique

Entité, quelque soit son statut juridique et son mode de financement, qui exerce une activité économique.

Procédure négociée

Les procédures négociées, sont les procédures dans lesquelles les pouvoirs adjudicateurs négocient les conditions du marché avec un ou plusieurs opérateurs économiques

Procédure ouverte

Procédure dans laquelle toute entreprise intéressée peut présenter une offre.

Procédure restreinte

Procédure dans laquelle toute entreprise préalablement sélectionnée est invitée, ensuite, à présenter une offre.

Profil acheteur

Site internet auquel l'acheteur public a recours pour mettre en ligne la publicité et le dossier de consultation des entreprises (DCE), recevoir des candidatures et des offres électroniques de manière sécurisée et confidentielle, recevoir et traiter les documents signés électroniquement par les candidats, et gérer les échanges de message entre les candidats et lui. Il est aussi appelé «plate-forme», «service de dématérialisation », «salle des marchés», «place de marchés», etc.



Le « c'est quoi déjà ? »

Pouvoir adjudicateur

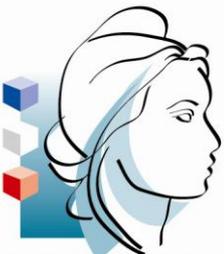
La notion de pouvoir adjudicateur sert à désigner l'acheteur public en tant que personne morale. Cette notion est fondamentale car elle détermine les organismes qui, en tant que pouvoir adjudicateur, sont soumis aux dispositions issues des directives communautaires « marchés publics ».

On distingue deux catégories de pouvoirs adjudicateurs issus de la directive 2004/18/CE du Parlement européen et du Conseil du 31 mars 2004 relative à la coordination des procédures de passation des marchés publics de travaux, de fournitures et de services :

- d'une part, les pouvoirs adjudicateurs soumis aux dispositions du code des marchés publics issu décret n° 2006-975 du 1er août 2006 portant code des marchés publics ;
- d'autre part, les pouvoirs adjudicateurs soumis à l'ordonnance n° 2005-649 du 6 juin 2005 relative aux marchés passés par certaines personnes publiques ou privées non soumises au code des marchés publics et au décret n° 2005-1742 du 30 décembre 2005 fixant les règles applicables aux marchés passés par les pouvoirs adjudicateurs mentionnés à l'article 3 de l'ordonnance n° 2005-649 du 6 juin 2005.

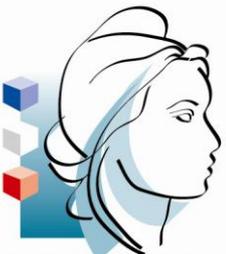
Règlement de consultation (RDC ou RC)

Pièce constitutive du dossier de consultation, qui fixe les règles particulières de la mise en concurrence. Le RC n'est pas obligatoire si tous les éléments qu'il devrait contenir figurent dans l'Avis d'Appel Public à la Concurrence (AAPC).



La jungle des abréviations

AAPC: Avis d'Appel Public à la Concurrence
AE: Acte d'engagement
AOO: Appel d'Offres Ouvert
AOR: Appel d'Offres Restreint
BPU: Bordereau des Prix Unitaires
BOAMP: Bulletin Officiel des Annonces de Marchés Publics
CAO: Commission d'Appels d'Offres
CCAG: Cahier des Clauses Administratives Générales
CCAP: Cahier des Clauses Administratives Particulières
CCTG: Cahier des Clauses Techniques Générales
CCTP: Cahier des Clauses Techniques Particulières
CMP: Code des Marchés Publics
DCE: Dossier de Consultation des entreprises
DPGF: Décomposition du Prix Global et Forfaitaire
DQE: Détail Quantitatif Estimatif
EPCI: Etablissement Public de Coopération Intercommunale
JAL: Journal d'Annonces légales
JO: Journal Officiel
JOUE: Journal Officiel de l'Union Européenne
MAPA: Marché A Procédure Adaptée
RC: Règlement de la Consultation



Où trouver de l'info ?

Le guide des bonnes pratiques en matière de marchés publics :

<http://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000025364925>

Le site où retrouver la réglementation et l'actualité des marchés publics, ainsi que les modèles de formulaires officiels et des fiches synthétiques :

<http://www.economie.gouv.fr/daj/marches-publics>