

Groupes d'Etudes des Marchés

- Groupes d'études marchés rattachés jusqu'alors à l'OEAP (OECP)
- Non prévus par les nouveaux textes régissant l'achat public
- Elaborer des guides de recommandations sur des sujets touchant à l'achat

Principes fondamentaux de la commande publique

- Liberté d'accès à la commande publique : large publicité, **bonne définition du besoin**, allotissement...
- Égalité de traitement des candidats : pas de traitement « privilégié » d'une entreprise.
- Transparence des procédures : publicité, diffusion à tous les candidats des mêmes informations, affichage des critères de sélection ...

➔ Traçabilité des opérations

Appel d'offres/MAPA/MNSC

- AO est la règle > 209 000 € par familles de produits ou services
- MAPA : possible en-dessous du seuil
- Marché négocié sans publicité et sans mise en concurrence l'exception, mais recours possible avec justification

Les règles de l'AO

- Publicité très formalisée
- L'ensemble des dispositions du cahier des charges s'impose, sans restriction
- Tout ce qui est écrit doit être appliqué
- Intangibilité de l'offre
- Interdiction de négocier (possible pour MAPA)

Spécifications et critères

Spécifications techniques

- liberté d'écriture, sous réserve du respect des trois principes
 - Ce qui est écrit s'impose à toutes les parties
-
- ➔ Spécifications = exigence
 - ➔ s'assurer du bien-fondé des exigences posées

Spécifications et critères

Critère = élément de notation pour le classement des offres

Liberté de choix : pertinent, quantifiable, lié à l'objet (prix, qualité, délais, DD....)

Pour retenir l'offre présentant le meilleur rapport Q/P

Critères pondérés

- Pondération libre
- Méthode de notation qui doit garantir traitement égalitaire des offres et rendre compte de la bonne mesure des écarts

En résumé

- Bien définir les besoins / spécifications
- S'assurer que cette définition n'empêche pas la concurrence ou alors bien le justifier (MNSC)
- Définir les critères et la pondération permettant de choisir le meilleur rapport Q/Prix, tel que déterminé par l'acheteur