

LES MARCHÉS A PROCÉDURE ADAPTÉE

Les procédures formalisées imposées par le droit communautaire ne s'imposent qu'aux marchés d'un montant supérieur aux seuils qu'il fixe¹. Au-dessous de ces seuils, l'acheteur est libre d'organiser sa procédure comme il l'entend, dans le respect des principes constitutionnels de liberté d'accès à la commande publique, d'égalité de traitement des candidats et de transparence des procédures².

Leur procédure de passation doit être adaptée à la nature et aux caractéristiques du besoin à satisfaire, au nombre ou à la localisation des opérateurs économiques susceptibles d'y répondre ainsi qu'aux circonstances de l'achat ; c'est ce que signifie leur appellation de marchés à procédure adaptée (MAPA).

De nombreux acheteurs ignorent la liberté que cette procédure leur offre. Sa souplesse permet pourtant souvent de répondre de manière optimale à l'impératif que doit respecter tout acheteur : la meilleure utilisation des deniers publics.

Elle ouvre, en outre, les marchés publics aux entreprises inhabiles au maniement des procédures formalisées, notamment les petites et moyennes entreprises (PME).

Elle est enfin, source d'économie pour l'acheteur lui-même, car elle lui permet d'adapter les moyens mis en œuvre aux enjeux de son achat.

Attention ! La présente fiche n'a pas pour objet d'encourager les acheteurs à utiliser avec légèreté les MAPA : il va de soi qu'un marché de travaux de 4 000 000 euros HT, par exemple, doit faire l'objet d'une rigoureuse évaluation du besoin et d'efficaces mesures de publicité et de mise en concurrence. Elles seront, de fait, proches de celles pratiquées en procédures formalisées mais laissent place à la fois, à la discrétion de l'acheteur public, à la négociation et à des délais plus courts³.

Elle a pour objectif, à l'aide d'exemples, de permettre aux acheteurs de déterminer le cadre d'une procédure efficiente, c'est-à-dire des mesures de publicité et de mise en concurrence en adéquation avec l'enjeu du marché.

1. Quand recourir au marché à procédure adaptée ?

Les marchés peuvent être passés en procédure adaptée, soit en raison de leur montant, soit en raison de leur objet.

1.1. Les MAPA en raison de leur montant.

1.1.1 Les marchés dont les montants sont inférieurs à 25 000 euros HT.

Le 8° de l'article 30 du décret n°2016-360 du 25 mars 2016 dispense ces marchés des obligations de publicité et de mise en concurrence. Ce seuil de dispense de procédure a été relevé à 90 000 euros HT pour les marchés de fourniture de livres non scolaires passés par les acheteurs mentionnés aux 1° et 2° de l'article 3 de la loi du 10 août 1981 modifiée relative au prix du livre⁴. Cette mesure permet de ne pas faire peser sur ces marchés le formalisme des procédures formalisées, coûteux en temps et en moyens, en regard de leur très faible montant et faible enjeu. Pour ces achats, les acheteurs ne sont soumis qu'à

¹ Article 25 du décret n°2016-360 ; publiés au Journal officiel de la République française (article 42 de l'ordonnance n°2015-899), ces seuils évoluent tous les deux ans.

² CE, Avis, 29 juillet 2002, Société MAJ Blanchisseries de Pantin, n° 246921 ; 2003-473 DC 26 juin 2003.

³ Pour la détermination de ces modalités, l'acheteur peut s'inspirer des procédures formalisées, sans pour autant que les marchés en cause soient alors soumis aux règles formelles qu'elles comportent. En revanche, s'il se réfère expressément à l'une de ces procédures formalisées, l'acheteur est tenu de l'appliquer dans son intégralité (article 27 du décret n°2016-360).

⁴ Cf. fiche technique sur « La négociation sans publicité ni mise en concurrence ».

l'obligation, de bon sens, de veiller à assurer une utilisation optimale des deniers publics, c'est-à-dire d'acheter de manière pertinente en sollicitant, s'il y a lieu, différents prestataires⁵.

1.1.2 Les marchés dont les montants sont inférieurs aux seuils européens (article 25 du décret).

Il s'agit des marchés dont les montants sont inférieurs aux montants suivants :

- 135 000 euros HT pour les marchés de fournitures et de services de l'Etat et de ses établissements publics;
- 209 000 euros HT pour les marchés de fournitures et de services des collectivités territoriales et de leurs établissements publics, des établissements publics de santé, et des établissements publics du service de santé des armées ;
- 209 000 euros HT pour les marchés de fournitures acquises par des acheteurs opérant dans le domaine de la défense et pour les marchés de service de recherche et de développement pour lesquels l'acheteur acquiert la propriété exclusive des résultats et qu'il finance entièrement ;
- 5 225 000 euros HT pour les marchés de travaux.

1.1.3 Les "petits lots" d'un marché formalisé

Peuvent être passés selon la procédure adaptée, les lots inférieurs à 80 000 euros HT pour les marchés de fournitures et de services et à 1 000 000 euros HT dans le cas des marchés de travaux, à la condition que le montant cumulé des lots n'excède pas 20 % de la valeur de la totalité des lots⁶.

Ex: Un marché de nettoyage (marché de service) est alloti de la façon suivante :

Lot 1 : Prestations de nettoyage – Paris (montant estimé : 300 000 euros HT) ;
Lot 2 : Prestations de nettoyage – Petite couronne (montant estimé : 130 000 euros HT) ;
Lot 3 : Prestations de nettoyage – Grande couronne (montant estimé : 20 000 euros HT).
La valeur totale du marché est estimée à 450 000 euros HT.

Supérieur au seuil de l'article 42 de l'ordonnance, le marché doit être passé en procédure formalisée. Le lot n°3 s'apparente à un petit lot, et pourra être passé en procédure adaptée. Il respecte, en effet, les deux conditions cumulatives posées par le décret :

- Il est inférieur à 80 000 euros HT ;
- Son montant (20 000 euros HT) n'excède pas 20% de la valeur de la totalité des lots (20% de 450 000 euros HT = 90 000 euros HT).

La détermination de la valeur estimée des besoins au regard des notions d'opérations et de prestations homogènes doit faire l'objet d'une attention particulière (article 21 du décret). Les acheteurs ne doivent pas découper le montant de leurs marchés, dans le seul but de bénéficier de l'allègement des obligations de publicité et de mise en concurrence, aux dépens de la sécurité juridique des contrats ainsi conclus. Des prestations homogènes doivent être comptabilisées ensemble pour le calcul des seuils⁷.

Le « saucissonnage » pour permettre le recours au MAPA est illégal.

1.2. Les MAPA en raison de leur objet.

L'article 28 du décret concerne les catégories de services dits « sociaux et autres services spécifiques »⁸, que les directives communautaires soumettent à une procédure allégée. En raison de la spécificité de ces marchés publics, les acheteurs sont autorisés à recourir à la procédure adaptée, quel que soit le montant du besoin à satisfaire.

⁵ Les achats de moins de 25 000 euros HT des acheteurs publics peuvent être passés sans publicité ni mise en concurrence : voir la fiche technique « [les marchés publics négociés sans publicité ni mise en concurrence ?](#) »

⁶ Article 22 du décret n°2016-360.

⁷ Article 20 du décret n°2016-360.

⁸ Concernant les marchés de prestations juridiques, se reporter à la fiche technique sur « Les marchés de services juridiques ».

Ex: Marchés de services sociaux et sanitaires ou de services d'hôtellerie et de restauration

2. Quels documents sont nécessaires pour conclure un MAPA ?

Le contenu du dossier de consultation ainsi que le formalisme contractuel sont liés aux caractéristiques du marché. Le choix entre la rédaction d'une simple lettre de commande ou la rédaction d'un cahier des charges et ses pièces techniques va dépendre de plusieurs paramètres et notamment du prix, de l'objet et de la nature des prestations envisagées (condition de réalisation des prestations et degré de complexité).

Il appartient à l'acheteur de définir, pour chaque MAPA, le contenu de son dossier de consultation.

2.1. Un écrit est obligatoire au-dessus de 25 000 euros HT, mais sa forme est libre.

Les marchés et accords-cadres d'un montant égal ou supérieur à 25 000 euros HT sont passés sous la forme écrite. La rédaction d'un contrat écrit, même simplifié, permet d'encadrer l'exécution du marché⁹.

La forme de l'écrit est libre¹⁰ : lettre, contrat, devis accompagné de l'accord de l'acheteur, courriel,...

Il peut être utile, pour recueillir la signature et l'engagement du futur titulaire sur la prestation et son prix, de fournir aux candidats un acte à compléter¹¹. La souplesse de la procédure adaptée doit cependant être préservée. La fixation de règles internes trop rigides, sans utilité pour la qualité de l'achat, est à proscrire : la confection des pièces a un coût pour l'administration et pour les entreprises.

L'acheteur doit pouvoir effectuer ses achats de manière simple et rapide. Dès lors que l'offre est pertinente et le prix raisonnable, l'acheteur doit pouvoir contracter. L'acheteur devra conserver une trace de ses modalités d'achat. Cette traçabilité est proportionnée à l'achat effectué (copie de courriels, ou de catalogues, devis, résultats des comparaisons de prix,...).

2.2. La rédaction d'un cahier des charges est facultative mais fortement recommandée.

2.2.1 La définition des besoins est indispensable

Un bon achat suppose une définition préalable du besoin. Elle permet aux candidats de remettre une offre pertinente et de fixer un prix adapté à la prestation à réaliser.

On prendra garde que la définition des besoins doit être proportionnée à leur réalité. Une définition insuffisante suscite, souvent, des offres inappropriées et, toujours, des difficultés dans l'exécution. Au contraire, une définition excessivement précise, empêche les candidats de faire valoir leur savoir-faire spécifique, bride la négociation et nuit à une meilleure adaptation aux besoins.

Les prestations peuvent être définies, soit par référence à des normes, soit en termes de performances ou d'exigences fonctionnelles (art. 6 et 7 du décret).

Une définition des besoins, par référence aux résultats des prestations souhaitées par l'acheteur, peut suffire. Les finalités exprimées par l'acheteur permettent à l'entreprise spécialisée de proposer une offre adaptée à ses besoins.

⁹ Article 15 du décret n°2016-360.

¹⁰ Cependant, en application de certaines réglementations, la forme écrite des marchés à procédure adaptée est obligatoire quel que soit le montant pour certaines prestations : marché d'assurance, marché de maîtrise d'œuvre passé en application de la loi MOP.

¹¹ Le décret n°2016-360 ne comporte plus de dispositions en matière de signature des candidatures et des offres pour l'ensemble des procédures de passation des marchés publics. Désormais, les candidatures et les offres des opérateurs économiques n'ont pas à être signées manuscritement ou même électroniquement. Il n'en demeure pas moins que le marché public doit être évidemment signé (les articles 102 et 104 du décret mentionnent, à cet égard, la signature du marché).

Ex : Pour un marché d'imprimantes, la détermination de la finalité de l'achat (impression de documents), de sa fréquence d'utilisation (capacité d'impression de 1 000 pages par jour) et de la quantité voulue (une imprimante par service), dans la lettre de consultation envoyée par l'acheteur peut suffire, sans qu'il soit besoin de préciser toutes les spécifications techniques.

2.2.2 Le cahier des charges permet à l'acheteur de définir ses besoins

Le cahier des charges sert à définir le besoin de l'acheteur. Si sa rédaction, en procédure adaptée, n'est pas obligatoire, elle est néanmoins utile. Le renvoi au CCAG adéquat peut être conseillé car il permettra de prévenir d'éventuelles difficultés d'exécution. Cependant, l'acheteur doit veiller à ce que les clauses du CCAG correspondent à son besoin et mentionne, le cas échéant, les articles du CCAG auxquels il entend déroger.

Ex : Pour certains marchés, notamment de faible montant, un simple courriel adressé aux candidats potentiels porteur de la mention : « *Le présent contrat sera soumis au CCAG X, à l'exception des articles [énumérer les articles]* » suffit. Cette soumission sera confirmée auprès de l'attributaire au moment de la notification.

2.3. Le règlement de consultation.

Le règlement de la consultation peut, en procédure adaptée, se limiter aux caractéristiques principales de la procédure et du choix de l'offre¹².

Il revient à l'acheteur, en fonction des caractéristiques du besoin, du nombre et de la localisation des opérateurs économiques, de déterminer la précision du règlement de consultation adapté au marché envisagé, pour permettre, à la fois, de garantir l'égalité entre les candidats et d'être assuré de satisfaire son besoin.

Même pour un marché peu complexe, les candidats doivent pouvoir bénéficier d'une information optimale. Le règlement doit prévoir les grandes étapes de la procédure, et notamment le principe et les conditions de la négociation ainsi que les critères de sélection des offres (voir point 4).

Si toutes ces mentions figurent dans l'avis d'appel à la concurrence, l'acheteur peut se dispenser d'établir un règlement de la consultation.

3. Comment définir les mesures de publicité adaptées à son achat ?

3.1 En-deçà du seuil de 25 000 euros HT, l'acheteur peut décider que le marché sera passé sans publicité.

L'acheteur, responsable des deniers publics, veillera à choisir une offre financièrement raisonnable et cohérente avec la nature de la prestation.

S'il possède une connaissance suffisante du secteur économique, il peut effectuer son achat sans démarches préalables.

S'il ne possède pas de connaissances particulières du secteur économique, l'acheteur doit effectuer son achat comme tout particulier avisé, c'est-à-dire après s'être renseigné et avoir procédé à des comparaisons. Une demande de devis à quelques fournisseurs repérés est toujours utile : elle permet, en effet, de mettre en concurrence même de manière sommaire, plusieurs fournisseurs potentiels.

Attention ! La confection de devis a un coût pour les entreprises. L'acheteur évitera donc de les solliciter inutilement, en multipliant les demandes récurrentes de devis pour des prestations de faible montant.

¹² Le décret n°2016-360 ne pose pas d'exigences relatives aux mentions devant figurer dans le règlement de la consultation.

3.2 Pour les MAPA en raison de leur montant, entre 25 000 et les seuils de procédure formalisée, les modalités de publicité dépendent du statut de l'acheteur.

3.2.1 Pour les acheteurs autres que l'Etat, ses établissements publics autres qu'à caractère industriel et commercial, les collectivités territoriales et leurs établissements publics ainsi que leurs groupements

La publicité demeure adaptée en fonction des caractéristiques du marché, notamment le montant et la nature des travaux, des fournitures ou des services en cause¹³.

3.2.2 Pour l'Etat, ses établissements publics autres qu'à caractère industriel et commercial, les collectivités territoriales et leurs établissements publics ainsi que leurs groupements

Deux situations sont à distinguer selon que le montant du marché est inférieur ou supérieur à 90 000 €HT.

3.2.2.1. **Entre 25 000 et 90 000 euros HT, les modalités de publicité dépendent du montant, des caractéristiques et du secteur économique concerné.**

3.2.2.1.1. Publicité n'est pas publication.

Tout marché public supérieur au seuil de 25 000 euros HT doit faire l'objet d'une publicité (article 34 du décret).

L'obligation de publicité n'implique pas forcément publication¹⁴, notamment pour les achats de faible montant. La sollicitation notamment par moyens dématérialisés de plusieurs prestataires ou fournisseurs de services peut même constituer en elle-même un élément de publicité suffisant, si elle s'avère adaptée au marché. Une publication n'est donc pas nécessaire pour garantir l'impartialité et la non-discrimination¹⁵.

Ex : La consultation des opérateurs peut se faire par courriel, fax, ou courriers¹⁶. Elle n'implique pas forcément pour l'acheteur une publication.

Une publication peut néanmoins s'avérer nécessaire, compte tenu de l'objet du marché, de son montant, de ses caractéristiques ou du secteur économique concerné.

Elle peut faire l'objet d'une publicité dans la presse. Lorsque la publication d'une annonce détaillée dans la presse spécialisée ou au *Bulletin officiel d'annonces des marchés publics* (BOAMP) apparaît d'un coût disproportionné au montant et aux circonstances de l'achat, d'autres moyens de publicité sont disponibles : l'utilisation du profil d'acheteur¹⁷, la communication dans la presse, renvoyant au profil d'acheteur ou à son site internet ; l'utilisation du bulletin municipal ou l'affichage en mairie par exemple¹⁸.

La procédure adaptée laisse donc à chaque acheteur une grande liberté d'appréciation dans le choix de sa publicité, dès lors qu'il sera à même de justifier de la qualité de son achat et de la transparence de son choix.

L'objectif est de trouver une juste mesure entre l'efficacité de l'achat, qui suppose un minimum de mise en concurrence et l'équilibre économique de l'opération. L'investissement consacré à la mise en concurrence ne doit pas constituer un élément excessif de surcoût (frais de personnel, de publication et de traçabilité de la commande dès le 1^{er} euro).

¹³ Le 2° du I de l'article 34 du décret n°2016-360.

¹⁴ CJUE, 21 juillet 2005, *Conorzio Aziende Metano (CONAME)*, C-231/03.

¹⁵ Conclusions sous CJUE, 7 décembre 2000, *Telaustria Verlags GmbH*, C-324/98.

¹⁶ Réponse ministérielle n°18838, JOAN, 2 avril 2013, p.3582.

¹⁷ Le profil d'acheteur est «la plateforme de dématérialisation permettant notamment aux acheteurs de mettre les documents de la consultation à disposition des opérateurs économiques par voie électronique et de réceptionner par voie électronique les documents transmis par les candidats et les soumissionnaires » (art 31 du décret).

¹⁸ Rappelons cependant que le BOAMP, les journaux légaux et les journaux spécialisés offrent des conditions de tarif très avantageuses pour les marchés de ces montants.

3.2.2.1.2. Le choix de la publicité ne peut être fondé sur le seul montant du marché.

Le choix du support de publicité doit être adapté à l'objet, à la nature, à la complexité, au degré de concurrence entre les entreprises concernées, à l'urgence du besoin, et assurer une audience suffisante. L'important est que la publicité choisie garantisse l'efficacité de l'achat, c'est-à-dire qu'elle soit à même de susciter la concurrence nécessaire. Le montant n'est donc pas le seul élément à prendre en compte.

Les mesures de publicité doivent donc être déterminées *in concreto*. Elles sont librement définies par l'acheteur qui doit s'assurer qu'elles sont « *appropriées aux caractéristiques de ce marché, et notamment à son objet, à son montant, au degré de concurrence entre les entreprises concernées et aux conditions dans lesquelles il est passé* »¹⁹.

3.2.2.1.3. La publicité doit assurer une concurrence réelle.

Pour un marché de faible montant, une demande de devis à quelques entreprises locales susceptibles de fournir la prestation pourra être suffisante²⁰. En revanche, dans un secteur très concurrentiel et pour un marché de montant conséquent, la publicité devra être précise et diffusée largement, afin de garantir les meilleures conditions de concurrence.

Seule une publicité susceptible de toucher le secteur économique visé peut être considérée comme adaptée. Dès lors, il incombe à l'acheteur d'apprécier si le marché qu'il entend passer est un marché d'intérêt local, national ou européen et de réaliser une publicité appropriée.

Ex : L'achat de places pour les matches de l'Olympique Lyonnais peut se faire sans mise en concurrence

Le Conseil d'Etat illustre, pour la première fois, la notion d'absence de mise en concurrence et de publicité lorsque « *ces formalités sont impossibles ou manifestement inutiles en raison de l'objet du marché, de son montant ou du faible degré de concurrence dans le secteur considéré* » (ex-article 28 du code des marchés publics). L'acquisition de places par le conseil général du Rhône pour assister à des matchs de l'Olympique Lyonnais constitue un marché public. Ces prestations ont un caractère unique : une mise en concurrence pour l'achat spécifique de ces billets, dont seul le club de football est le distributeur, s'avérerait impossible au sens des dispositions de l'ex-article 28-II du code des marchés publics.

[CE, 28 janvier 2013, Département du Rhône](#), n°356670.

Ces dispositions de l'article 28-II du code des marchés publics ont été reprises au 10° du I de l'article 30 du décret n°2016-360 du 25 mars 2016²¹.

Pour les marchés passés selon une procédure adaptée, une publicité effectuée sur le seul profil d'acheteur peut être suffisante. Le Conseil d'Etat refuse d'interdire aux acheteurs de recourir à la seule publication des avis d'appel à la concurrence sur leur profil d'acheteur²². Cependant, ce moyen de publicité ne peut être un moyen unique suffisant que si le profil d'acheteur utilisé dispose d'une audience en rapport avec l'enjeu et le montant financier du marché. Pour des sites à audience réduite, ce mode d'information ne doit être utilisé que comme un moyen de publicité complémentaire, venant appuyer une publication par voie de presse.

La publicité adaptée est donc appréciée au regard d'un faisceau d'indices appliqué à la procédure examinée. Son degré peut influencer sur le nombre d'offres déposées : la publicité faite sur de multiples supports en entraînant une plus grande visibilité est susceptible d'être vue par de nombreux opérateurs, alors tentés de déposer une offre.

¹⁹ [CE, 7 octobre 2005, Région Nord Pas de Calais](#), n°278732.

²⁰ Conclusions N. Boulouis sur [CE, 10 février 2010, M. Perez](#), n°329100.

²¹ Le montant du marché ne figure plus, toutefois, parmi les raisons permettant de justifier le caractère impossible ou manifestement inutile de la mise en concurrence, étant donné que les dispositions du 8° du I de l'article 30 permettent une telle dispense de procédure en raison du montant.

²² [CE, 4 juillet 2012, Cabinet Froment-Meurice](#), n°353305.

Ex : La construction d'une antenne du Louvre à Lens.

La publication d'un avis de publicité dans La Voix du Nord, journal d'annonces légales, doublée d'une publication sur le site internet de la collectivité, pour un marché à procédure adaptée de 35 000 euros HT était insuffisante, compte tenu de l'objet du marché et malgré son montant limité. Le constat de l'insuffisance de la publicité effectuée par la région Nord-Pas-de-Calais était dû au fait que le marché concerné exigeait des candidats la présentation de références récentes de prestations faites dans de grands musées. En outre, un tel marché, de par sa spécificité et le prestige s'attachant à sa réalisation, était susceptible d'intéresser des opérateurs économiques autres que locaux.

[CE, 7 octobre 2005, Région-Nord-Pas-de-Calais](#), n°278732.

3.2.2.1.4. La publicité doit être précise.

Elle doit toujours être faite par l'acheteur public lui-même.

Les acheteurs publics sont libres de déterminer le contenu de leur avis d'appel à la concurrence. Doivent cependant être au moins portées à la connaissance des candidats potentiels les informations suivantes : 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 critères²³.

3.2.2.2. Entre 90 000 euros HT et les seuils de procédure formalisée : une publicité réglementée.

Sauf pour les marchés de services de l'article 28 pour lesquels aucun support de publicité n'est imposé en deçà du seuil européen applicable à ces marchés²⁴, les avis d'appel à la concurrence doivent être publiés soit dans le *Bulletin officiel des annonces des marchés publics* (BOAMP), soit dans un journal habilité à recevoir des annonces légales (JAL)²⁵.

Par ailleurs, l'acheteur apprécie si, compte tenu de la nature ou du montant du marché, une publication dans un journal spécialisé correspondant au secteur économique concerné ou au Journal officiel de l'Union européenne (JOUE) est nécessaire.

En outre, le décret impose aux acheteurs de compléter ces avis, s'ils estiment que cela est nécessaire pour garantir un degré de publicité adéquat, par une publicité complémentaire dans un organe de presse spécialisée. C'est à l'acheteur d'apprécier, compte tenu de la nature et du montant des travaux, des fournitures ou des services en cause, la nécessité d'une telle publication complémentaire.

Ex : La publicité opérée dans un journal d'annonces légales local, pour la rénovation d'orgues d'église, n'apparaît pas suffisante et nécessitera, par exemple, une publication dans une revue spécialisée.

Enfin, l'acheteur peut faire paraître une publicité supplémentaire sur un autre support que celui choisi à titre principal. Ces avis publiés à titre de publicité supplémentaire peuvent ne pas reprendre la totalité des informations, qui figurent dans l'avis publié à titre principal, à la condition qu'ils mentionnent les références précises de cet avis.

3.3 Pour les MAPA en raison de leur objet, les modalités de publicité dépendent du seuil européen applicable à ces marchés.

3.3.1 Entre 25 000 et le seuil européen applicable aux marchés de l'article 28 du décret, les modalités de publicité sont adaptées.

Pour les marchés de services relevant de l'article 28, la publicité demeure adaptée en fonction des caractéristiques du marché, notamment le montant et la nature des services en cause.

²³ [CE, Sect., 30 janvier 2009, Agence nationale pour l'emploi \(ANPE\)](#), n°290236

²⁴ Article 35-I, 1° du décret n°2016-360.

²⁵ Il n'existe plus de modèle d'avis obligatoire en-dessous des seuils des procédures formalisées.

3.3.2 Au-delà du seuil européen applicable aux marchés de l'article 28 du décret, la publicité est encadrée.

Lorsque la valeur estimée du marché est supérieure ou égale au seuil européen mentionné au 1° du I de l'article 35 du décret, les avis d'appel à la concurrence doivent être publiés au JOUE.

L'avis du 27 mars 2016 relatif aux contrats de la commande publique ayant pour objet des services sociaux et autres services spécifiques fixe ce seuil à 750 000 €HT pour les pouvoirs adjudicateurs et à 1 000 000€HT pour les entités adjudicatrices.

Récapitulatif des règles de publicité			
Champ d'application	Montant	Objet du marché : services, fournitures, travaux	Articles
Tous les marchés	X < 25 000 euros HT	Publicité non obligatoire	30 8°
Pour les acheteurs autres que l'Etat, ses EP autres qu'à caractère qu'industriel et commercial, les collectivités territoriales et leurs EP ainsi que leurs groupements			34 I 2°
Marchés relevant de l'article 27 du décret	25 000 ≤ X< seuils des procédures formalisées	Publicité adaptée : libre choix des supports	
Pour l'Etat, ses EP autres qu'à caractère qu'industriel et commercial, les collectivités territoriales et leurs EP ainsi que leurs groupements			
Marchés relevant de l'article 27 du décret	25 000 ≤ X< 90 000 euros HT	Publicité adaptée : libre choix des supports	34 I 1° a)
	90 000 ≤ X< seuils des procédures formalisées	JAL ou BOAMP	34 I 1° b)
		Eventuellement, publicité complémentaire dans une publication spécialisée correspondant au secteur économique	
Pour tous les acheteurs			
Marchés de services relevant de l'article 28 du décret	X < au seuil européen applicable à ces marchés	Publicité adaptée : libre choix des supports	35 I 1°
	X ≥ au seuil européen applicable à ces marchés	Publicité au JOUE	35 I 2°

4. Comment assurer une mise en concurrence effective en procédure adaptée ?

La libre détermination des modalités de mise en concurrence confère aux acheteurs de larges marges de manœuvre.

Cette liberté se caractérise, par exemple, dans le choix laissé à l'acheteur de fixer le délai de remise des candidatures et des offres ou dans le recours à la négociation. Celle-ci permet, en effet, à l'acheteur de négocier le contenu des prestations ou l'adaptation du prix aux prestations finalement retenues, à la différence d'une procédure d'appel d'offres ouvert ou restreint, où le cahier des charges joint au dossier de consultation des entreprises est intangible.

Attention ! L'acheteur devra être en mesure de prouver la réalité de la consultation notamment le cas échéant, par la production de pièces probantes. La conservation de ces pièces (avis de publicité, correspondances entre les parties, devis, ...) et la rédaction de documents de suivi de la procédure (historique du déroulement de la consultation, registre du dépôt des candidatures et des offres, comptes-rendus de négociation) permettront à l'acheteur de justifier du bien-fondé de ses choix, si ceux-ci s'avèrent ensuite contestés.

4.1 Les délais de remise des candidatures et des offres doivent permettre à tous les candidats potentiels de concourir.

La détermination des délais de remise des candidatures et des offres est laissée à la libre appréciation de l'acheteur (article 43 du décret). Elle doit tenir compte du montant du marché, de la complexité des prestations, de la facilité d'accès aux documents de la consultation, de la nécessité éventuelle d'une visite des lieux et de l'importance des pièces exigées des candidats.

Ces délais, portés à la connaissance des candidats, doivent permettre aux opérateurs économiques intéressés de disposer du temps nécessaire pour préparer leur dossier de candidature et leur offre.

Ex : Un délai de remise des offres de 16 jours est insuffisant pour un marché s'élevant à 60 000 euros HT et pour lequel la visite des lieux s'imposait²⁶.

Le délai de remise des plis est calculé à compter de la date de publication de l'avis de marché et non à compter de la date d'envoi à l'organe assurant la publicité²⁷. En l'absence de publication, le délai de remise des plis est calculé à partir de la date à laquelle l'entreprise est sollicitée par l'acheteur (par exemple, si un devis a été demandé).

Attention ! A défaut de publication d'un AAPC, l'acheteur, devra veiller à ce que la sollicitation directe des opérateurs intervienne concomitamment. Un envoi étalé dans le temps d'une demande de devis serait susceptible de rompre l'égalité de traitement entre candidats.

4.2 La sélection des candidatures doit respecter certaines exigences posées par le décret.

Au titre de la candidature, seuls peuvent être demandés des renseignements nécessaires.

L'acheteur public doit contrôler les garanties professionnelles, techniques et financières des candidats²⁸.

La phase d'examen des candidatures se déroule, en principe, avant la phase d'examen des offres. Cependant, aucune disposition du décret ne s'oppose à ce que les offres soient examinées avant les candidatures²⁹. En toute hypothèse, c'est au plus tard avant l'attribution du marché que l'acheteur doit contrôler les garanties professionnelles, techniques, économiques et financières des candidats.

²⁶ TA de Lille, 16 mars 2011, *Société Fornells*, n°1101226.

²⁷ [CE, 5 août 2009, Région Centre](#), n°307117.

²⁸ [CE, 29 avril 2011, Garde des Sceaux, Ministre de la Justice et des Libertés](#), n°344617.

²⁹ L'article 68 du [décret n° 2016-360 du 25 mars 2016](#) relatif aux marchés publics autorise l'acheteur, en appel d'offres ouvert, à examiner les offres avant les candidatures.

L'information appropriée des candidats sur les critères de choix des candidatures est nécessaire, dès l'engagement de la procédure, dans l'avis d'appel à la concurrence ou, le cas échéant, dans le règlement de consultation, notamment pour les marchés précédés d'une consultation au moyen de devis.

Cette information appropriée suppose que l'acheteur indique les documents et renseignements, au vu desquels il entend opérer la sélection des candidatures. Si l'acheteur fixe des niveaux minimaux de capacité, ces derniers doivent, aussi, être portés à la connaissance des candidats³⁰.

Par ailleurs, lorsque l'acheteur décide de limiter le nombre des candidats admis à présenter une offre, il doit informer les candidats sur les critères de sélection de ces candidatures dès l'engagement de la procédure d'attribution du marché, dans l'avis d'appel à concurrence ou le cahier des charges tenu à la disposition des candidats.

Cette information appropriée des candidats n'implique, en revanche, pas que le pouvoir adjudicateur indique les conditions de mise en œuvre des critères de sélection des candidatures, sauf dans l'hypothèse où ces conditions, si elles avaient été initialement connues, auraient été de nature à susciter d'autres candidatures ou à retenir d'autres candidats³¹.

Ces renseignements porteront sur la capacité technique et professionnelle (descriptif des moyens humains et matériels, compétences, ...) et financière (chiffre d'affaires, déclaration appropriée d'une banque,...) de l'opérateur économique.

Lorsque l'acheteur décide de fixer des niveaux minimums de capacité, ces derniers doivent être liés et proportionnés à l'objet du marché. Cette règle est encore plus stricte en procédure adaptée : l'acheteur doit veiller à ne pas demander aux entreprises, et notamment aux PME, des pièces excessives qui s'avèrent superflues.

Un acheteur peut exiger des candidats qu'ils justifient de leur capacité technique au moyen d'un certificat de qualification professionnelle. L'exigence d'un tel certificat ne doit pas avoir pour effet de limiter arbitrairement l'accès à la commande publique des opérateurs économiques. L'acheteur doit donc permettre aux candidats d'apporter tout moyen de preuve équivalent à ces certificats³².

Il est fréquent que des entreprises nouvellement créées candidatent à des marchés passés selon une procédure adaptée. Ces entreprises peuvent se voir demander des pièces dont elles ne disposent pas. C'est notamment le cas du chiffre d'affaires réalisé au cours des trois dernières années. Facteur d'innovation et de croissance économique, il est pourtant important que les sociétés créées récemment puissent accéder aux marchés publics. L'acheteur devra donc veiller à autoriser les candidats, de manière systématique, à prouver leurs capacités financières par tout autre moyen qu'il juge équivalent³³. Il peut ainsi être demandé aux candidats de fournir, par exemple, en remplacement des bilans, une « déclaration appropriée de banque »³⁴.

Attention ! L'acheteur ne doit en aucun cas exiger d'autres renseignements ou documents que ceux mentionnés au premier alinéa de l'article 50 du décret³⁵ et propres à garantir que les candidats disposent de l'aptitude à exercer l'activité professionnelle, de la capacité économique et financière ou des capacités techniques et professionnelles nécessaires à l'exécution du marché public. Ces conditions sont liées et proportionnées à l'objet du marché public ou à ses conditions d'exécution (article 51 de l'ordonnance). Des demandes excessives ont un coût inutile pour l'entreprise et pour l'acheteur. Aussi, les renseignements demandés doivent être objectivement rendus nécessaires par l'objet du marché et la nature des prestations à réaliser.

³⁰ CE, 24 février 2010, *Communauté des Cnes l'Enclave des Papes*, n°333569.

³¹ CE, 10 avril 2015, *chambre de commerce et d'industrie territoriale d'Ajaccio et de Corse-du-Sud*, n°387128.

³² Réponse ministérielle n°11666, JO Sénat, 6 mai 2010, p.1144.

³³ CE, 9 mai 2012, *Commune de Saint Benoît*, n°356455.

³⁴ Réponse ministérielle n°101273, JOAN, 17 mai 2011, p. 5148.

³⁵ Arrêté du 29 mars 2016 fixant la liste des renseignements et des documents pouvant être demandés aux candidats aux marchés publics.

4.3 La procédure adaptée permet une mise en œuvre plus souple des critères de sélection des offres.

Pour tous les marchés publics, l'acheteur doit, dès l'engagement de la procédure, dans l'avis de publicité ou les documents de la consultation, informer les candidats des critères de sélection des offres, ainsi que de leurs conditions de mise en œuvre, selon des modalités appropriées à l'objet, aux caractéristiques et au montant du marché concerné³⁶. En revanche, il n'est pas tenu de rendre publique sa méthode de notation.

4.3.1 L'existence de spécificités dans le choix des critères d'attribution.

En procédure adaptée, l'expérience du candidat peut être un critère d'attribution des offres.

Sa prise en compte doit néanmoins être rendue objectivement nécessaire par l'objet du marché et la nature des prestations à réaliser, sans effet discriminatoire³⁷.

Attention ! L'expérience professionnelle des candidats peut, dans certains cas, être retenue comme un critère de sélection des offres. Son utilisation doit néanmoins demeurer exceptionnelle. Elle concerne la passation de certains marchés, qui ont souvent pour objet des prestations de caractère intellectuel, comme les marchés de services juridiques. Pour de tels marchés, ni le prix, ni le délai d'exécution, ni le caractère innovant ne paraissent pertinents et de nature à permettre l'acheteur de sélectionner la meilleure offre. Face à cette problématique, l'acheteur pourra mesurer la qualité technique de l'offre au regard de l'expérience du soumissionnaire.

Pour ne pas être considéré comme discriminatoire, l'emploi de l'expérience comme critère d'attribution ne doit pas avoir pour effet de conférer, par l'importance de sa pondération, un avantage déterminant au candidat ayant le plus d'expérience.

4.3.2 Les modalités de mise en œuvre des critères de sélection des offres sont laissées à la discrétion de l'acheteur public.

La pondération des critères de choix, obligatoire en procédure formalisée, ne l'est pas en procédure adaptée³⁸. Son usage est cependant recommandé car cette méthode facilite le choix de l'offre économiquement la plus avantageuse et garantit le respect de l'égalité des candidats. Elle permet à chaque opérateur de connaître, avec précision, l'appréciation faite sur chaque élément de son offre.

4.3.3 Les variantes sont autorisées par principe.

Pour les marchés passés selon une procédure adaptée, les candidats peuvent proposer des variantes. L'acheteur peut cependant mentionner dans les documents de la consultation qu'il les interdit. Dans le silence de l'acheteur, les variantes sont autorisées, ce qui n'est pas le cas en procédure formalisée³⁹.

L'acheteur pourra mentionner dans les documents de la consultation, de manière succincte, les exigences minimales, ainsi que les modalités de leur présentation. Dans ce cas, seules les variantes répondant à ces exigences seront prises en considération.

Ne pas interdire les variantes constitue un moyen privilégié d'assurer une véritable adéquation entre les besoins de la personne publique et les offres des candidats. Les variantes permettent, en particulier pour les marchés passés en procédure adaptée, d'éviter que les acheteurs soient contraints de proposer un cahier des charges intangible et ouvrent la possibilité pour l'acheteur de bénéficier d'une prestation innovante, éventuellement à un meilleur prix. Elles sont également un moyen de favoriser les solutions innovantes, auxquelles l'acheteur n'avait pas pensé.

³⁶ CE, 30 janvier 2009, ANPE ; précité. [CE, 3 juin 2009, Cne de Saint Germain en Laye](#), n°311798.

³⁷ [CE, 2 août 2011, Parc naturel régional des Grands Causses](#), n°348254.

³⁸ Article 62 du décret n°2016-360 ; [CE, 26 septembre 2012, GIE « Groupement des poursuites extérieures »](#), n°359389.

³⁹ Article 58- I. 2° du décret n°2016-360.

4.4 La négociation doit être annoncée.

4.4.1 La décision de négocier.

L'acheteur peut négocier avec les candidats ayant présenté une offre. Il s'agit d'une possibilité et non d'une obligation. A cet égard, le choix de recourir ou non à la négociation ne peut être utilement critiqué devant le juge administratif⁴⁰.

Le recours à la négociation, en procédure adaptée, permet de favoriser la concurrence : elle doit permettre de retenir l'offre la plus compétitive et la mieux adaptée aux besoins et garantir ainsi une bonne utilisation des deniers publics. Outre l'éventuel gain financier, l'intérêt de la négociation réside avant tout dans l'aspect qualitatif de l'offre, notamment dans la mise au point des conditions d'exécution du cahier des charges.

La négociation devra être menée méthodiquement, afin de garantir l'égalité de traitement et assurer la transparence de la procédure. La traçabilité de la négociation avec chacun des candidats est importante. La communication d'une liste identique de questions adressées à l'ensemble des candidats, l'utilisation de comptes-rendus de négociation ou l'établissement d'une grille de négociation, peut s'avérer utile, afin de faciliter le suivi et le choix final de l'offre. Cette documentation permettra de prouver, le cas échéant, que l'ensemble des candidats a été invité à négocier sur les mêmes critères et dans des conditions identiques. La négociation permet aussi d'éclaircir ou de justifier la consistance de certaines offres : dans ce cas, les questions posées à chaque candidat peuvent être, bien sûr, différentes.

Le recours à la négociation doit être expressément indiqué, dès le lancement de la procédure de consultation, dans l'avis de publicité ou dans les documents de la consultation, afin de permettre aux candidats d'en tenir compte lors de l'élaboration de leur offre.

L'acheteur peut, sous certaines conditions, décider, au vu des offres remises, de ne pas négocier et d'attribuer le marché sur la base des offres initiales.

Ainsi, trois cas de figure peuvent se présenter :

- soit l'acheteur a annoncé sa décision de recourir à la négociation sans réserve. Dans ce cas, il est tenu de négocier ;
- soit il ne l'a pas prévu et il ne peut alors pas négocier ;
- soit, enfin, il a annoncé sa décision de recourir à la négociation en se réservant toutefois la possibilité d'attribuer le marché sur la base des offres initiales sans négociation⁴¹. Dans ce cas, s'il considère qu'il peut, au vu des offres remises, attribuer le marché, il n'est pas tenu de négocier⁴². Si, en revanche, il décide effectivement de négocier, après la remise des offres, avec certains candidats, conformément à ce qui était annoncé dans l'AAPC ou le RC, il n'est pas tenu d'en informer l'ensemble des candidats. En cas de contentieux, il reviendra au juge administratif de s'assurer que l'acheteur n'a méconnu aucune des règles s'imposant à lui, dont notamment le principe d'égalité de traitement des candidats.

4.4.2 Le choix des candidats admis à la procédure.

La négociation doit être menée avec tous les candidats ayant remis une offre, sauf si le règlement de la consultation ou les documents en tenant lieu précisent que la négociation ne sera menée qu'avec un nombre limité de candidats⁴³. Dans ce cas, l'acheteur doit indiquer les critères sur le fondement desquels il sélectionnera les entreprises admises à négocier, en indiquant leur nombre. Aucun texte ne fixe un nombre minimum ou maximum de candidats à retenir.

Retenir dans la négociation un nombre trop important de candidats est une perte de temps et donc un coût pour l'acheteur comme pour les entreprises. Il est difficile, en outre, pour un petit acheteur de négocier en même temps avec plus de deux ou trois candidats.

⁴⁰ CE, 18 septembre 2015, *société Axxess*, précité.

⁴¹ Il s'agit de l'hypothèse dans laquelle l'acheteur se réserve la possibilité de négocier.

⁴² CE 18 septembre 2015, *société Axxess*, précité et article 27 du décret.

⁴³ [CE, 30 novembre 2011, Ministre de la Défense et des Anciens Combattants](#), n°353121.

L'acheteur peut admettre à la négociation les candidats ayant remis des offres inappropriées, irrégulières ou inacceptables et ne pas les éliminer d'emblée. Aucune obligation d'accorder cette faculté de régularisation ne pèse sur l'acheteur⁴⁴.

L'acheteur est tenu d'éliminer les offres qui, à l'issue de la négociation, restent irrégulières, inacceptables ou inappropriées.

Une fois la négociation terminée, l'acheteur doit, pour choisir l'offre économiquement la plus avantageuse, classer les offres finales, en appliquant les critères de choix définis dans les documents de la consultation.

4.4.3 Le contenu de la négociation.

La négociation peut porter sur tous les éléments de l'offre ou se cantonner à un ou plusieurs éléments, limitant la négociabilité des offres.

L'acheteur peut négocier librement le contenu des prestations et l'adaptation du prix aux prestations finalement retenues. Une négociation sur les prix ne doit cependant pas aboutir à la formulation d'une offre anormalement basse⁴⁵.

Il est ainsi possible de négocier, par exemple, sur :

- la qualité : le niveau de qualité, son incidence sur le prix, ... ;
- le délai : temps de livraison, réactivité, ... ;
- la quantité : le volume nécessaire, la fréquence des commandes, ... ;
- le prix ou ses éléments : le coût de l'acquisition, le coût du stockage, le prix des accessoires, des options, des pièces de rechange, des garanties, de l'entretien, ...

Attention ! Une négociation ne doit, en aucun cas, se confondre avec un marchandage. Mener une négociation exclusivement fondée sur le prix ou imposer des conditions de réalisation inexécutables revient à exposer le marché au risque de défaillance de l'entreprise ou à celui de la passation ultérieure de coûteux avenants.

La négociation ne peut, non plus, servir de prétexte à la modification des caractéristiques principales du marché, telles que son objet ou les critères de sélection des candidatures et des offres. Elle ne peut conduire l'acheteur à renoncer à l'application d'un des critères retenus dans le règlement de consultation⁴⁶. La réalisation d'une telle hypothèse rendrait nécessaire une nouvelle mise en concurrence.

Une négociation demande des acheteurs compétents et conscients de leur double responsabilité : à l'égard du bon usage des deniers publics, comme à l'égard des entreprises et notamment des petites et moyennes entreprises.

Attention ! L'attention des acheteurs est tout particulièrement appelée sur le respect du secret industriel et commercial entourant le savoir-faire des candidats. La négociation ne peut être utilisée pour diffuser à l'ensemble des candidats la solution innovante imaginée par l'un d'entre eux.

5 Comment achever la procédure adaptée ?

5.1 Un rapport de présentation est facultatif pour les marchés de l'article 27 mais s'impose pour les marchés de l'article 28 dont le montant est égal ou supérieur au seuil européen applicable.

Les marchés passés selon une procédure adaptée en vertu de l'article 27 sont dispensés de la production d'un rapport de présentation (article 105 du décret).

⁴⁴ CE, 30 novembre 2011, n°353121, précité.

⁴⁵ Voir en ce sens la fiche technique relative à l'offre anormalement basse.

⁴⁶ [CE, 27 avril 2011, Président du Sénat](#), n°344244.

Il est néanmoins recommandé à l'acheteur, de prendre toutes les mesures propres à assurer la sauvegarde des informations lui permettant de justifier de la régularité de la procédure et de son choix : procédures de publicités éventuelles, retraits des dossiers, dépôt des candidatures et des offres, ... (voir supra point 4.).

Pour les marchés de l'article 28, un rapport de présentation doit être établi lorsque le montant de celui-ci est supérieur au seuil européen applicable à ces marchés (article 105 du décret).

5.2 L'information immédiate des candidats évincés⁴⁷.

Dès qu'il a décidé de rejeter une candidature ou une offre, l'acheteur est tenu d'informer chaque candidat ou soumissionnaire concerné, du rejet de sa candidature ou de son offre⁴⁸. Il n'est, en revanche, pas soumis au respect d'un délai de suspension de la signature prévu au I de l'article 101 du décret⁴⁹.

L'information immédiate présente l'avantage de faire connaître aux candidats non retenus le rejet de leur candidature ou de leur offre et d'anticiper toute contestation ultérieure.

Il s'agit aussi d'une mesure d'élémentaire courtoisie, propre à instaurer de bonnes relations avec des entreprises qui seront, peut-être, de futurs fournisseurs et qui aide les entreprises à organiser la programmation de leur travail.

L'absence d'obligation de respecter un délai de suspension rend possible une signature rapide, par les parties, du marché passé selon une procédure adaptée. Elle ferme alors le référé précontractuel aux candidats évincés.

Les acheteurs peuvent parfois avoir intérêt à s'astreindre volontairement à ces formalités, pour éviter les contestations du contrat après sa signature. Ils doivent alors :

- envoyer au *Journal officiel de l'Union européenne* (JOUE) un avis relatif à l'intention de conclure le contrat. Cet avis remplace alors la décision d'attribution. Il doit être établi conformément au modèle communautaire⁵⁰ ;
- respecter un délai de 11 jours, entre la date de publication de cet avis et la signature du marché.

Si ces deux formalités sont respectées, permettant ainsi aux candidats évincés d'exercer un référé précontractuel, le contrat ne pourra plus faire l'objet d'un référé contractuel, après sa signature (articles L. 551-15 et R. 551-11 du code de justice administrative).

5.3 L'information à la demande des candidats évincés.

Si l'acheteur est tenu d'informer immédiatement les entreprises concernées du rejet de leur candidature ou de leur offre, il n'est, en revanche, tenu de communiquer les motifs de ce rejet qu'au candidat qui en fait la demande par écrit, dans un délai de 15 jours à compter de la réception de cette demande⁵¹.

Toutefois, si l'acheteur a notifié volontairement, de façon complète, aux candidats évincés les décisions de rejet et d'attribution et les motifs détaillés de ces décisions, en application du premier alinéa de l'article 99-I, il n'est pas tenu de communiquer, à nouveau, ces motifs.

Les demandes d'information ne sont enserrées dans aucun délai. Elles peuvent être faites à tout moment : avant comme après la signature du marché.

Les motifs doivent être suffisamment détaillés de sorte que le candidat puisse utilement, le cas échéant, contester le rejet qui lui est opposé.

L'acheteur communique, en outre, aux candidats dont l'offre a été écartée pour un autre motif que son caractère inapproprié, irrégulier ou inacceptable, les caractéristiques et les avantages relatifs de l'offre retenue, ainsi que le nom du ou des attributaires du marché ou de l'accord-cadre, en prenant garde de ne pas porter atteinte au secret industriel et commercial.

⁴⁷ Voir en ce sens la fiche technique relative à [l'information des candidats évincés](#).

⁴⁸ Premier alinéa du I de l'article 99 du décret.

⁴⁹ [CE, 11 décembre 2013, société antillaise de sécurité](#), n°372214.

⁵⁰ « Avis de transparence ex ante volontaire » : http://simap.europa.eu/docs/simap/pdf_jol/fr/sf_015_fr.pdf

⁵¹ Deuxième alinéa du I de l'article 99 du décret.

L'information des candidats relative aux caractéristiques et avantages de l'offre retenue inclut la communication de la notation obtenue sur les sous-critères dès lors que ceux-ci sont susceptibles, en raison de l'importance de leur pondération, d'exercer une influence sur la présentation des offres⁵². Sauf à ce que l'acheteur établisse qu'il en résulterait une atteinte au secret industriel et commercial, cette communication comprend également, si la demande en est faite, les délais d'exécution ou le prix global de l'offre de l'attributaire dès lors que ces éléments font l'objet des critères de sélection des offres⁵³. En revanche, cette information n'impose pas que les motifs qui ont justifié les notes obtenues soient communiqués⁵⁴.

5.4 La notification du marché est obligatoire.

Après avoir été conclu et afin de présenter un caractère exécutoire, tout marché à procédure adaptée d'un montant supérieur à 25 000 euros HT doit être notifié à son attributaire, en application des dispositions de l'article 103 du décret.

L'acheteur est toutefois libre du choix du support et de la forme de la notification (lettre, télécopie, courriel,...). Pour les achats de très faible montant, l'achat (facture) peut valoir notification.

5.5 Hormis le cas des marchés de services d'un certain montant relevant de l'article 28 du décret, la publication d'un avis d'attribution n'est pas indispensable.

A l'exception des marchés de services de l'article 28 dont le montant est égal ou supérieur aux seuils européens publiés au *Journal officiel* de la République française (article 104-I. du décret), l'obligation de publier un avis d'attribution n'est pas applicable aux marchés passés selon la procédure adaptée. Une publication n'en est pas moins possible. L'intérêt de cette publication est de réduire le délai de recours du référé contractuel de 6 mois à 1 mois (article R. 551-7 du code de justice administrative).

La publication d'un tel avis permet également de faire courir le délai de 2 mois du recours en contestation de validité du contrat, à condition que l'avis mentionne à la fois la conclusion du contrat et les modalités de sa consultation, afin de pouvoir être regardé comme une mesure de publicité appropriée.

⁵² [CE, 7 novembre 2014, syndicat départemental de traitement des déchets ménagers de l'Aisne](#), n°384014.

⁵³ [CE, 11 mars 2013](#) et [29 mai 2013](#), *Ministre de la défense c/ société Aéromécanic*, n°364827.

⁵⁴ Conclusions du rapporteur public sur l'arrêt du [CE, 7 novembre 2014, syndicat départemental de traitement des déchets ménagers de l'Aisne](#), précité.

Articles du décret applicables expressément aux MAPA

Article	Contenu	Renvoi fiche
27 et 28	Conditions de recours aux MAPA	
27	Définition de la procédure adaptée	
28	Champ d'application des marchés de services sociaux et autres services spécifiques ^(*)	Introduction
34	Publicité	1.2
58	Variantes	2.4
91-III	MAPA et marché de conception-réalisation	
92	MAPA et marché public globaux de performance	
99-I	Information des candidats évincés	

Articles de l'ordonnance et du décret de portée générale, applicables aux MAPA

Article	Contenu	Renvoi fiche
1 de l'ordonnance	Principes fondamentaux de la commande publique	Introduction
30 et 31 de l'ordonnance	Définition des besoins	2.2
26 à 28 de l'ordonnance	Groupement de commandes et centrales d'achats	
32 de l'ordonnance	Allotissement	
15 du décret	Forme écrite des marchés dont le montant est supérieur à 25 000 euros HT	
6 du décret	Clauses sociales et environnementales	
13, 14 et 139 du décret	Marchés réservés, durée et prix du marché, avenants	
39 à 42 du décret	Modalités de transmission des documents et informations	
38 et 39 du décret	Documents de la consultation	
43, 44, 48, 49 et 53 du décret	Candidature	4.1 et 4.2
45 du décret	Groupement d'opérateurs économiques	
47, 55 et 62	Sélection des candidatures et des offres	4.2 et 4.3
77 du décret	Marchés à tranches conditionnelles	
78 et 80 du décret	Accords-cadres et marchés à bons de commande	
103 du décret	Obligation de notification	
109 à 131 du décret	Exécution des marchés (régime financier, sous-traitance et exécution complémentaire)	
133 à 137 du décret	Sous-traitance	

(*)Avis du 27 mars 2016 relatif aux contrats de la commande publique ayant pour objet des services sociaux et autres services spécifiques. Egalement, se reporter à l'annexe XIV de la directive 2014/24/UE du 26 février 2014 qui précise le code CPV des services sociaux et autres services spécifiques soumis à une procédure allégée, permettant ainsi au pouvoir adjudicateur de vérifier l'appartenance ou non du marché de services qu'il envisage de passer aux catégories de services visés par cette annexe.