

1. Les marchés négociés sans publicité et sans concurrence
2. Le dialogue compétitif
Si par exemple il y a complexité de la mission, notamment sur le plan technique.
3. La conception-réalisation et le concours
4. Les marchés de maîtrise d'œuvre
5. L'accord-cadre
6. Le système d'acquisition dynamique
7. Les marchés de définition
8. Les marchés à bons de commande

1. LES MARCHÉS NÉGOCIÉS SANS PUBLICITÉ ET SANS CONCURRENCE

Il s'agit d'une procédure négociée, possible par exemple en cas d'achat d'urgence ou d'appel d'offres infructueux.

Ces marchés sont possibles dans certaines conditions :

- urgence impérieuse (inondations, tempêtes, etc.) ;
- fournitures à des fins de recherche, essai, expérimentation ;
- appel d'offres sans offres ou avec des offres inappropriées ;
- marchés complémentaires de fournitures ;
- marchés complémentaires de services ou de travaux ;
- marchés de services ou de travaux de réalisation de prestations similaires ;
- marchés de services attribués à un ou plusieurs lauréats d'un concours ;
- marchés ne pouvant être confiés qu'à un prestataire déterminé pour des raisons techniques, ou artistiques ;
- achats de matières premières cotées et achetées en bourse ;
- achats de fournitures auprès d'un fournisseur en cessation d'activité ou auprès des liquidateurs d'une faillite.

La passation des marchés négociés, et tout particulièrement des marchés négociés sans publicité ni concurrence, doit rester une exception et doit être bien motivée afin d'être juridiquement sécurisée.

2. LE DIALOGUE COMPÉTITIF

Chaque fois qu'un acheteur n'a pas les compétences en interne pour réaliser son cahier des charges, notamment du fait d'une complexité technique comme dans le cas de la construction d'une piscine, il peut recourir au dialogue compétitif.

Il est à noter que pour les marchés de travaux compris entre 200 000 et 5 000 000 €HT, le dialogue compétitif peut s'appliquer à tout moment, sans condition.

Comme en appel d'offres restreint, le dialogue compétitif comporte deux étapes :

- une sélection des candidats ;
- une analyse des offres remises par les candidats sélectionnés.

Les candidats sélectionnés sont auditionnés par l'acheteur public, qui engage un dialogue avec chacun d'eux. À l'issue de la phase de dialogue, les candidats remettent leur offre finale sur la base de la solution qu'ils ont présentée. Les offres finales sont classées par ordre décroissant, l'acheteur public choisissant l'offre économiquement la plus avantageuse selon la grille de notation préalablement élaborée dans le règlement de consultation.

Lorsqu'aucune offre finale n'a été remise ou que n'ont été proposées que des offres irrégulières ou inacceptables, le dialogue compétitif peut être déclaré infructueux. Dans ce cas, on peut engager une nouvelle procédure formalisée (nouveau dialogue compétitif ou appel d'offres), un marché négocié ou une procédure adaptée (MAPA) si le montant du marché le permet.

3. LA CONCEPTION-RÉALISATION ET LE CONCOURS (EXEMPLE : ARCHITECTURE)

Les procédures de conception-réalisation et de concours se rapprochent de l'appel d'offres mais les entreprises sont moins concernées du fait de l'ampleur et de la complexité des opérations en cause.

4. LES MARCHÉS DE MAÎTRISE D'ŒUVRE

Les marchés de maîtrise d'œuvre ont pour objet la réalisation d'un ouvrage ou d'un projet urbain ou paysager. Cette catégorie concerne directement les entreprises de travaux publics.

5. L'ACCORD-CADRE

D'origine communautaire, l'accord-cadre n'est pas en soi un marché, mais un contrat conclu par un ou plusieurs acheteurs publics avec un ou plusieurs opérateurs économiques. Il a pour objet d'établir les termes régissant les marchés à passer au cours d'une période donnée, notamment en ce qui concerne les prix, et le cas échéant, les quantités envisagées. La durée d'un accord-cadre est limitée à quatre ans, sauf cas exceptionnels dûment justifiés.

Il existe deux catégories d'accords-cadres :

- ceux qui fixent tous les termes des futurs marchés ;
- ceux qui ne les fixent pas.

Un accord-cadre peut être conclu avec un ou plusieurs attributaires. Il est plus adapté pour les prestations récurrentes (achat de mobilier, prestations juridiques, entretien des voies publiques, etc.).

Le mécanisme de l'accord-cadre permet :

- d'établir un référencement des candidats avec lesquels seront passés les marchés ;
- de déconnecter la phase de procédure formalisée (l'accord-cadre lui-même, passé selon la procédure classique de l'appel d'offres au-delà des seuils réglementaires) de la phase d'achat (les marchés en découlant).

6. LE SYSTÈME D'ACQUISITION DYNAMIQUE (SAD)

D'origine également communautaire, le SAD est un processus entièrement électronique de passation de marché public, pour des fournitures courantes. L'acheteur public attribue, après mise en concurrence, un ou plusieurs marchés à l'un des opérateurs préalablement sélectionnés sur la base d'une offre indicative.

Le SAD est une méthode d'achat permettant un référencement des fournisseurs pendant toute la durée du SAD. Il est conclu pour une durée de quatre ans maximum, sauf cas exceptionnels dûment justifiés. La différence avec l'accord-cadre, outre le fait qu'il est entièrement dématérialisé, est que de nouveaux opérateurs économiques peuvent venir se rajouter à la liste de ceux qui ont été référencés à l'occasion de la passation de chaque marché, d'où le côté dynamique de la procédure.

Cette procédure est intéressante pour l'acheteur public, lorsque les solutions des fournisseurs évoluent vite, par exemple dans la bureautique.

7. LES MARCHÉS DE DÉFINITION

Ces marchés ont pour objet d'explorer les possibilités et les conditions d'établissement d'un futur marché. Ils doivent permettre d'estimer son prix, les modalités de sa détermination et de prévoir les différentes phases d'exécution des prestations. De par leur relative complexité, ils sont peu adaptés aux TPE et PME.

8. LES MARCHÉS À BONS DE COMMANDE

En cas de définition d'un besoin délicat, et notamment de difficulté à prévoir avec suffisamment d'exactitude les quantités des produits ou services, il peut être recouru à la procédure des marchés à bons de commande (exemples : publication de brochures par ou pour les offices de tourisme,

réalisation et diffusion de lettres ou journaux d'information municipale, etc.). Il s'agit de marchés fractionnés dans le temps, conclus pendant quatre ans au maximum avec un ou plusieurs opérateurs économiques et exécutés par l'émission de bons de commande au fur et à mesure de l'évolution du besoin. L'émission des bons de commande s'effectue sans négociation ni remise en concurrence préalable des titulaires, selon des modalités expressément prévues par le marché.

Les marchés à bons de commande peuvent être de deux sortes :

- ceux comportant un minimum et un maximum en valeur ou en quantité ;
- ceux qui ne comportent ni montant ni quantité.

La fixation d'un montant sous la forme d'un minimum et d'un maximum est la règle générale, le maximum ne pouvant être supérieur à quatre fois le minimum.

Avant de répondre à un marché à bons de commande, un dirigeant d'entreprise devra se poser la question de savoir si son entreprise est capable d'assurer la livraison pendant toute la durée du marché et de respecter la récurrence qui est exigée au niveau des livraisons.