



REGLEMENT INTERNE DE LA COMMANDE PUBLIQUE

LES PRINCIPAUX TEXTES RELATIFS A LA COMMANDE PUBLIQUE

- **Le Code Général des Collectivités Territoriales (CGCT) ;**
- **Le Code de la Commande Publique (CCP) :**
Deux textes portent le code applicable depuis le 1^{er} avril 2019 :
 - L'ordonnance n°2018-1074 du 26 novembre 2018 portant partie législative,
 - Le décret 2018-1075 du 3 décembre 2018 portant partie réglementaire.
- **Les Cahiers des Clauses Administratives Générales (CCAG) :**

Le CCA. Prestations Intellectuelles (PI) ;
Le CCAG Techniques de l'information et de la Communication (TIC) ;
Le CCAG Travaux ;
Le CCAG Fournitures Courantes et Services (FCS).

PREAMBULE

La commande publique est guidée par trois principes fondamentaux :

- Liberté d'accès à la commande publique ;
- Égalité de traitement des candidats ;
- Transparence des procédures.

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

Liberté d'accès à la commande publique :

- Tout opérateur doit pouvoir accéder aux marchés publics et conclure des marchés publics. L'objectif est l'ouverture à la concurrence.

Égalité de traitement des candidats :

- Les opérateurs économiques sont traités de manière égalitaire sans discrimination. Ce principe s'applique lors de toutes les étapes de la procédure : préparation (lors de la définition du besoin), passation des procédures (lors de la phase d'attribution du contrat), exécution du marché (gestion technico-financière du contrat).

Transparence des procédures :

- Tout élément de définition, de choix ou d'exécution du marché doit être préalablement annoncé et ne peut pas être modifié. L'établissement doit être en mesure de justifier ses choix et décisions et d'en conserver la traçabilité.

L'objectif de la commande publique, quel qu'en soit le montant, est avant tout de satisfaire un besoin identifié en parvenant à la meilleure performance en termes de rapport qualité/coût.

Le présent règlement a pour but d'établir, en complément de la réglementation en matière de commande publique, les modalités internes des achats publics de l'Agence du Tourisme de la Corse.

Il permet de déterminer les mesures de publicité et de mise en concurrence, en adéquation avec l'enjeu du marché, devant être mises en œuvre par l'établissement.

Le règlement interne de la commande publique s'impose au pouvoir adjudicateur et aux personnels de l'Agence du Tourisme de la Corse ainsi qu'à tous les candidats aux marchés.

Il est consultable et téléchargeable sur le site pro : <https://www.corsica-pro.com/fr/agence-tourisme-corse/marches-publics-et-juridiques>.

SOMMAIRE

ETAPE N°1 : LA DEFINITION DU BESOIN.....	5
1. Les principes à respecter	5
2. Comment s’y prendre.....	5
ETAPE N°2 : LA DETERMINATION DES SEUILS	6
1. Les principes à respecter	6
2. Montant des seuils	7
ETAPE N°3 : LE CHOIX D’UNE PROCEDURE.....	8
1. Les différentes procédures.....	8
2. Les techniques d’achat (article L2115-1).....	9
ETAPE N°4 : LE CHOIX DES SUPPORTS DE PUBLICITE	10
1. Les principes à respecter	10
2. Tableau récapitulatif.....	10
3. La dématérialisation des marchés publics.....	11
4. Comment s’y prendre.....	11
5. Optimiser les achats	12
ETAPE N°5 : LA MISE EN ŒUVRE DE LA PROCEDURE D’ACHAT	13
1. La procédure adaptée, procédures interne à l’ATC.....	13
2. La procédure formalisée.....	16
ETAPE N°6 : L’ATTRIBUTION DU MARCHE.....	18
1. Procédure applicable à tous les marchés jusqu’à 214 999 € HT	18
2. Procédure applicable à tous les marchés à partir de 215 000 € HT	19
ETAPE N°7 : LE CONTRÔLE DE L’EXECUTION DU MARCHE	21
1. Le suivi de l’exécution.....	21
2. Les sanctions dans l’exécution	22
ANNEXES.....	24
Annexe 1 : Lexique marchés publics.....	24
Annexe 2 : Fiche d’expression du besoin pour les achats ≤ 40 000 € HT et faisant l’objet d’un contrat....	26
Annexe 3 : Fiche d’expression du besoin pour les achats ≥ 40 000 € HT et faisant l’objet d’un contrat....	27
Annexe 4 : Modèle de Plan CCTP.....	29
Annexe 5 : Modèle de 1 ^{ère} page du CCTP	31
Annexe 6 : Rapport d’analyse des candidatures	32

Annexe 7 : Rapport d'analyse des offres.....	35
Annexe 8 : Délibération ATC/CA/4/3 du 13 octobre 2021 portant désignation des membres de la CAO de l'ATC.....	40
Annexe 9 : Admission des fournitures courantes.....	41
Annexe 10 : Avenant	43

ETAPE N°1 : LA DEFINITION DU BESOIN

1. Les principes à respecter

« La nature et l'étendue des besoins à satisfaire sont déterminées avec précision avant le lancement de la consultation en prenant en compte des objectifs de développement durable dans leurs dimensions économique, sociale et environnementale » (article L2111-1 du code de la commande publique).

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

2. Comment s'y prendre

Deux procédures sont à envisager :

2.1 Les besoins programmables annuellement

Il s'agit des besoins identifiables d'une année sur l'autre et des besoins expressément validés dans le cadre de la procédure budgétaire.

2.2 Les besoins ponctuels au cours d'une année et non programmés

Le pôle ou le service demandeur doit mentionner dans sa demande (*fiche interne « infos préalables au lancement d'un marché »*) toutes les caractéristiques qu'il souhaite voir prises en compte par l'acheteur.

En matière de services et de fournitures, les besoins sont donc évalués au niveau de chaque pôle ou service et sont centralisés par le secrétariat général et la cellule marché publics de l'établissement.

Une fois les besoins définis de manière qualitative et quantitative, la cellule marchés publics détermine :

- S'il existe déjà un marché en cours d'exécution pouvant satisfaire le besoin défini, auquel cas l'acheteur doit obligatoirement y recourir ;
- Si le besoin à satisfaire peut-être globaliser au sein d'une même commande pour plusieurs pôles ou services.

ETAPE N°2 : LA DETERMINATION DES SEUILS

1. Les principes à respecter

Le calcul des seuils est primordial dans la mesure où il conditionne le recours à certaines procédures de passation. L'acheteur public **doit estimer le montant de son besoin sur toute sa durée, périodes de reconduction comprises**. L'évaluation des besoins est différente selon la nature du marché.

Pour un marché de travaux, le montant du marché prend en compte la valeur globale des travaux se rapportant à une opération (qui peut comporter un ou plusieurs ouvrages) ainsi que la valeur des fournitures et des services nécessaires à leur réalisation. Les marchés publics de travaux ont pour objet :

- Soit l'exécution, soit la conception et l'exécution de travaux ;
- Soit la réalisation, soit la conception et la réalisation d'un ouvrage répondant aux exigences fixées par l'acheteur qui exerce une influence déterminante sur sa nature ou sa conception. Un ouvrage est un ensemble de travaux de bâtiment ou de génie civil destiné à remplir par lui-même une fonction économique ou technique.

Pour les fournitures et services, c'est la valeur totale des fournitures et des services considérés comme homogènes qui est prise en compte, soit parce qu'ils ont une caractéristique propre, soit parce qu'ils constituent une unité fonctionnelle c'est-à-dire parce qu'ils servent à la même chose (ensemble des prestations nécessaires à un même projet).

La règle est que les marchés publics doivent être passés en lots séparés, **c'est la valeur estimée de tous les lots qui doit être prise en compte**.

Il existe 2 dérogations à ce principe qui permettent de passer certains lots en procédure adaptée, même si la valeur globale est supérieure aux seuils de procédure formalisée. Si la valeur estimée de chaque lot concerné est inférieure à 80 000 € HT pour les fournitures et les services ou à 1 million € HT pour des travaux, le montant cumulé de ces petits lots ne dépasse pas 20 % de la valeur de tous les lots.

Depuis 2006, l'allotissement a été rendu obligatoire pour les marchés. Le code de la commande publique a conforté ce dispositif, en précisant aux articles L. 2113-10 et L. 2113-11, que tous les marchés doivent être passés en lots séparés lorsque leur objet permet l'identification de prestations distinctes. Destiné à favoriser la concurrence entre les entreprises et leur permettre, quelle que soit leur taille, d'accéder à la commande publique, l'allotissement est particulièrement approprié lorsque l'importance des travaux, fournitures ou services à réaliser risque de dépasser les capacités techniques ou financières d'un seul opérateur économique. L'allotissement est particulièrement favorable aux petites et moyennes entreprises, dans la mesure où il leur permet d'accéder plus facilement à la commande publique. De ce fait, la pratique dite de saucissonnage, qui consiste à passer plusieurs procédures de faible montant les unes après les autres pour rester en-deçà des seuils de procédures formalisées est interdite.

2. Montant des seuils

Les seuils des marchés publics applicables au 1^{er} janvier 2023.

	Choix libre	Marché à procédure adaptée ou MAPA	Procédure formalisée
Travaux	En dessous de 40 000 € HT	Entre 40 000 € et 5 381 999 € HT	A partir de 5 382 000 € HT
Fournitures et Services	En dessous de 40 000 € HT	Entre 40 000 € et 214 999 € HT	A partir de 215 000 € HT

Afin que le présent règlement soit constamment à jour, les seuils applicables aux différentes procédures seront automatiquement appliqués dès leurs parutions au Journal Officiel de la République Française (les seuils sont révisés tous les deux ans).

Les services de l'Agence du Tourisme de la Corse doivent garder à l'esprit les règles relatives à la computation des seuils (art. R2121-1 à R2121-4 du code de la commande publique). La détermination de la valeur estimée des besoins au regard des notions d'opération et de prestations homogènes doit donc faire l'objet d'une attention particulière. Le besoin ne doit pas être découpé dans le but de bénéficier artificiellement de la dispense de procédure.

ETAPE N°3 : LE CHOIX D'UNE PROCEDURE

1. Les différentes procédures

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

- I - Soit sans publicité ni mise en concurrence préalables ;
- II - Soit selon une procédure adaptée ;
- III - Soit selon une procédure formalisée.

I – Procédure sans publicité ni mise en concurrence (article R2122-8)

L'acheteur peut passer un marché sans publicité ni mise en concurrence préalables pour répondre à un besoin dont la valeur estimée est inférieure à 40 000 euros hors taxes. L'acheteur veille à choisir une offre pertinente, à faire une bonne utilisation des deniers publics et à ne pas contracter systématiquement avec un même opérateur économique lorsqu'il existe une pluralité d'offres susceptibles de répondre au besoin.

Ces marchés doivent faire l'objet d'un écrit qui doit être adapté selon la nature et les caractéristiques des besoins : bon de commande et/ou devis, contrat d'engagement et cahier des charges regroupant caractéristiques techniques et clauses administratives, dossier de consultation complet (contrat d'engagement, CCTP3, CCAP4, RC5).

La cellule marchés publics tient à la disposition de tous les pôles et services, des modèles de documents, à adapter. Dans le cas d'une consultation sur devis, les pôles et services de l'Agence du Tourisme de la Corse veilleront à demander, dans la mesure du possible, 3 devis et au minimum 2 devis.

Chaque pôle et service veillera à réaliser une synthèse du sourcing de chaque consultation et à conserver sur le lien transmis par la cellule marché publics l'ensemble des documents (papier/mail...) propres à chaque consultation.

II – La procédure adaptée (MAPA) (article L2123-1)

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

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

Marchés passés selon une procédure adaptée :

- Marchés de fournitures et services d'un montant compris entre 40 000 € et 214 999 € HT ;
- Marchés de travaux d'un montant compris entre 40 000 € et 5 381 999 € HT.

La constitution d'un dossier de consultation complet est obligatoire : acte d'engagement, CCTP, CCAP et règlement de consultation. Selon la complexité du marché, il est possible de regrouper le CCAP et le CCTP dans un seul et même document intitulé « cahier des charges ».

III – Les procédures formalisées

L'article L2124 du code de la commande publique liste les différentes procédures de mise en concurrence lorsque la valeur estimée hors taxe du besoin est égale ou supérieure aux seuils européens, à savoir :

- La procédure d'appel d'offres (article L2124-2), ouvert ou restreint, par laquelle l'acheteur choisit l'offre économiquement la plus avantageuse, sans négociation, sur la base de critères objectifs préalablement portés à la connaissance des candidats ;
- La procédure avec négociation (article L2124-3), par laquelle l'acheteur négocie les conditions du marché public avec un ou plusieurs opérateurs économiques ;
- La procédure de dialogue compétitif (article L2124-4), dans laquelle l'acheteur dialogue avec les candidats admis à participer à la procédure en vue de définir ou développer les solutions de nature à répondre à ses besoins et sur la base desquelles ces candidats sont invités à remettre une offre.

2. Les techniques d'achat (article L2115-1)

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

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

Les techniques d'achat sont les suivantes :

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

ETAPE N°4 : LE CHOIX DES SUPPORTS DE PUBLICITE

Les supports de publicité à utiliser (liste non exhaustive) pour les procédures non formalisées :

- Site internet de l'Agence du Tourisme de la Corse : <https://www.corsica-pro.com> ;
- Profil acheteur : <https://www.achatspublicscorse.com> ;
- BOAMP.

1. Les principes à respecter

La publicité, quel que soit le montant du marché, doit être suffisante pour permettre une mise en concurrence effective et être efficace.

Au-delà de 90.000 € HT, les obligations de publicité (support et contenu) sont clairement prévues dans le code de la commande publique aux articles R2131-12 et R2131-16.

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

2. Tableau récapitulatif

Seuils de publicité des marchés des collectivités territoriales, de leurs établissements et de leurs groupements ainsi que des autres acheteurs (sauf l'État).

	PUBLICITE ADAPTEE	PUBLICITE AU BOAMP OU DANS UN JAL	PUBLICITE AU BOAMP ET AU JOUE
TRAVAUX	En dessous de 90 000 € HT	Entre 90 000 € et 5 381 999 € HT	A partir de 5 382 000 € HT
FOURNITURES ET SERVICES	En dessous de 90 000 € HT	Entre 90 000 € et 214 999 € HT	A partir de 215 000 € HT

Pour les procédures formalisées, les avis de marché sont d'abord publiés au Journal officiel de l'Union européenne et 48 heures plus tard, au niveau national (BOAMP) (article R2131-16 du code de la commande publique).

À noter : l'organisme public peut faire paraître une publicité supplémentaire sur un autre support que celui choisi à titre principal, dans la presse spécialisée correspondant au secteur économique concerné, informatique, communication, travaux... (article R2131.18 du CCP).

3. La dématérialisation des marchés publics

Depuis le 1^{er} octobre 2018, pour les marchés de plus de 25 000 € HT, la procédure de consultation doit être dématérialisée sur le profil acheteur de la collectivité.

L'Agence du Tourisme de la Corse publie ces marchés sur le profil acheteur : <https://www.achatspublicscorse.com>. Les réponses électroniques sont obligatoires. Les échanges avec les opérateurs économiques pendant la consultation se font obligatoirement par le biais de la plateforme. Ont accès à cette plateforme : la présidente, le directeur, le secrétaire général, la cellule marchés publics. La plateforme peut être utilisée avant et pendant l'exécution du contrat pour les demandes de précisions et/ou régularisation, les lettres de rejets, la transmission des avenants, etc.

4. Comment s'y prendre

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

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

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

4.1 La procédure adaptée

Trois seuils de commande sont à distinguer :

4.1.1 Marchés publics de petits montants inférieurs à 40 000 € HT

Pour ces marchés, aucune formalité de publicité ne s'impose. Néanmoins, si la prestation ne correspond pas à un besoin urgent ou que les pôles ou services n'ont pas la connaissance de l'offre, il convient de formaliser la publicité par l'envoi d'un sourcing (demande de devis à trois fournisseurs potentiels).

Si le pôle ou le service concerné n'est pas en mesure de connaître au moins trois fournisseurs susceptibles de soumissionner au marché et ne peut donc leur adresser des demandes de devis, l'Agence du Tourisme de la Corse procède alors à la publication d'une annonce sur un ou plusieurs supports, dans des revues professionnelles spécialisées, la presse locale, ainsi que sur son site internet pro.

4.1.2 Marchés publics à partir de 40 000€ et inférieurs à 90 000 € HT

Le principe est la diffusion d'une publicité sur le site internet pro de l'Agence du Tourisme de la Corse (<https://www.corsica-pro.com>) et sur la plateforme de dématérialisation de l'ATC (<https://www.achatspublicscorse.com>).

En fonction de la nature du marché, le secrétariat général et la cellule marchés publics déterminent si l'efficacité de la publicité exige de publier l'annonce dans une ou plusieurs revues professionnelles spécialisées ou au BOAMP.

4.1.3 Marchés publics à partir de 90 000 € HT et inférieurs aux seuils

Obligation de publier au BOAMP.

En complément de l'annonce publiée au BOAMP et en fonction de la nature du marché, le secrétariat général et la cellule marchés publics déterminent si l'efficacité de la publicité exige de publier l'annonce dans une ou plusieurs revues professionnelles spécialisées

5. Optimiser les achats

Les obligations de publicité et de mise en concurrence constituent le meilleur moyen d'optimiser l'achat public en faisant jouer la concurrence. Un soin particulier doit donc être apporté dans le choix des organes de presse spécialisée ou de sites internet, ce qui nécessite, par nature de prestations, une connaissance des différentes revues, de leur diffusion et de leur lectorat.

ETAPE N°5 : LA MISE EN ŒUVRE DE LA PROCEDURE D'ACHAT

Au regard des types de commandes, de leur fréquence, leur nature, mais aussi des nécessités d'une gestion rationnelle de la commande publique à l'Agence du Tourisme de la Corse, le respect des principes énoncés préalablement est garanti par la détermination de modalités minimales de passation de marchés, applicables en matière de travaux, de fournitures et de services.

1. La procédure adaptée, procédures interne à l'ATC

ETAPES PROCEDURE MARCHE EN DESSOUS DE 25 000 € HT (SOURCING 1)

MONTANT DES ACHATS	MODALITE DE MISE EN CONCURRENCE	PUBLICITE	DOSSIER DE CONSULTATION	DELAI DE REPONSE
En dessous de 25 000 € HT	Consultation (sourcing 1)	Pas de publicité	Demande de devis avec caractéristiques – Date limite de réception des offres	7J minimum

Définition et transmission du besoin à la cellule marchés publics
(Au minimum 3 semaines avant la date souhaitée)



Demande de trois devis (entre une semaine et 15 jours selon la complexité)

La demande doit spécifier les contraintes imposées par l'ATC en fonction du besoin à satisfaire et le délai de réponse



Phase d'achat (environ une semaine)

Bon de commande et/ou devis validés par la direction + engagement comptable
Pour les commandes supérieures à 10 000 € HT demande au prestataire choisi des pièces nécessaires à la notification



Signature et notification du marché au titulaire

Par la présidente de l'ATC ou son délégué
Publication des données essentielles pour les marchés > 25 000 € HT

ETAPES PROCEDURE MARCHÉ ENTRE 25 000 ET 39 999 € HT (SOURCING 2)

MONTANT DES ACHATS	MODALITE DE MISE EN CONCURRENCE	PUBLICITE	DOSSIER DE CONSULTATION	DELAÏ DE REPONSE
De 25 000 à 39 999 € HT	Consultation (sourcing 2)	Profil de l'acheteur et si nécessaire publicité presse locale et/ou spécialisée	Règlement de la consultation - Cahier des charges CCAP/CCTP – Acte d'engagement + annexes tableau de réponse, BPU, DQE...	15J minimum

Définition et transmission du besoin à la cellule marchés publics

(Au minimum 1 mois avant la date souhaitée)



Phase de sourcing (entre une semaine et 15 jours selon la complexité)

Afin de préparer la passation d'un marché, l'acheteur effectue des consultations, réalise des études de marché, sollicite des avis (catalogue devis ou prospection)

Le sourcing doit spécifier la nature du besoin et un délai de réponse

Un CCP, une annexe financière et un acte d'engagement est remis aux candidats

Attribution d'un numéro de consultation pour les marchés supérieurs à 25 000 € HT



Phase d'achat (environ une semaine)

Bon de commande et/ou devis validés par la direction + engagement comptable

Pour les commandes supérieures à 10 000 € HT demande au prestataire choisi des pièces nécessaires à la notification



Signature et notification du marché

Par la présidente de l'ATC ou son délégué

Publication des données essentielles pour les marchés > 25 000 € HT

ETAPES PROCEDURE MARCHE ENTRE 40 000 € HT ET 214 999 € HT (M.A.P.A)

MONTANT DES ACHATS	MODALITE DE MISE EN CONCURRENCE	PUBLICITE	DOSSIER DE CONSULTATION	DELAJ DE REPONSE
Fournitures et Services (39 999 à 214 999 € HT) Travaux (39 999 à 5 381 999 € HT)	MAPA	BOAMP + publication sur le Profil acheteur et si nécessaire par une presse locale et/ou spécialisée	Règlement de la consultation Cahier des charges : CCAP/CCTP – Acte d’engagement – BPU - DQE	21J minimum

De 2 à 4 mois selon la complexité du marché

Identification et définition d’un besoin et du coût
Définition de la procédure et d’un retroplanning
Élaboration du dossier de consultation des entreprises
Validation du DCE par la direction sur proposition de la cellule marché publics



Publicité : Minimum 21 jours de consultation (pourra être adaptée selon complexité du marché lancé).

Profil acheteur et site internet de l’ATC, presse locale, BOAMP, éventuellement presse spécialisée.

La publicité doit spécifier la nature du besoin, la procédure choisie, les critères d’attribution et la date limite de réception des candidatures et des offres.

Un dossier de consultation (DCE) comprenant le règlement de la consultation, le cahier des charges, un acte d’engagement et l’annexe financière est remis aux candidats



Réception des offres & ouverture des plis par le service « marchés publics »

Analyse des offres par le pôle/service en charge du dossier

Si elle est prévue dans le RC, négociation avec les candidats → rapport d’analyse des offres actualisées → examen du rapport et avis rendu par la direction de l’établissement

Demande pièces complémentaires au candidat retenu si nécessaire

Réception des pièces du candidat retenu et conformité



Offres rejetées

Envoi courrier – Délai de 7 jours



Signature et notification du marché au titulaire

Par la présidence de l'ATC ou son délégué

2. La procédure formalisée

Quel que soit le type de procédure choisie (appel d'offres ouvert ou restreint), il conviendra de se conformer aux prescriptions mentionnées dans le code de la commande publique.

Il faudra respecter :

- Les règles relatives à la publicité ;
- Les règles relatives au déroulement de la procédure, et notamment en ce qui concerne les documents (et leur contenu) à mettre à la disposition des candidats ;
- Obligation de rédiger un Dossier de Consultation des Entreprises contenant au moins un Acte d'Engagement, un Règlement de la Consultation, un CCAP, un CCTP ;
- L'obligation de transmission au contrôle de légalité qui s'impose pour tous les marchés des collectivités territoriales et de leurs établissements publics passés au-delà de 214 000 € H.T. (article D. 2131-5-1 du C.G.C.T.).

ETAPES PROCEDURE MARCHE A PARTIR DE 215 000 € HT (FOURNITURES ET SERVICES) 5 382 000 € HT (TRAVAUX)

MONTANT DES ACHATS	MODALITE DE MISE EN CONCURRENCE	PUBLICITE	DOSSIER DE CONSULTATION	DELAI DE REPONSE
Fournitures et Services à partir de 215 000 € HT Travaux à partir de 5 382 000 € HT	Procédure Formalisée	BOAMP ou JAL + publication sur le Profil acheteur et si nécessaire par une presse locale et/ou spécialisée	Règlement de la consultation Cahier des charges : CCAP/CCTP – Acte d'engagement – BPU - DQE	35J minimum

Le délai de principe entre la publication de l'annonce et la date de réception des offres est de 35 jours calendaires.

Cependant, l'Agence du Tourisme de la Corse veillera à allonger les délais si la procédure est lancée pendant la période des congés d'été (entre le 15 juillet et le 20 août), et la période de Noël, sauf caractère d'urgence.

De 2 à 4 mois selon la complexité du marché

Identification et définition d'un besoin et du coût.

Définition de la procédure et d'un retro planning.

Élaboration du dossier de consultation des entreprises.

Validation du DCE par la direction sur proposition de la cellule marché publics.



Publicité : Minimum 35 jours de consultation (pourra être adaptée selon complexité du marché lancé).

Profil acheteur et site internet de l'ATC, presse locale, BOAMP, éventuellement presse spécialisée.

La publicité doit spécifier la nature du besoin, la procédure choisie, les critères d'attribution et la date limite de réception des candidatures et des offres.

Un dossier de consultation (DCE) comprenant le règlement de la consultation, le cahier des charges, un acte d'engagement et l'annexe financière est remis aux candidats



Réception des offres & ouverture des plis par la cellule marchés publics

Analyse des offres par le pôle/service en charge du dossier

Examen des offres et avis rendu par la commission en charge du dossier et/ou Commission d'Appel d'Offres (selon le montant du marché)

Si elle est prévue dans le RC, négociation avec les candidats → rapport d'analyse des offres actualisées → examen du rapport et avis rendu par la Commission d'Appel d'Offres

Demande pièces complémentaires au candidat retenu

Réception des pièces du candidat retenu et conformité



Offres rejetées

Envoi courrier – Délai de 11 jours



Signature et notification du marché au titulaire

Signature de l'acte d'engagement par la présidente

ETAPE N°6 : L'ATTRIBUTION DU MARCHE

Le conseil d'administration a délégué par la délibération ATC/CA/4/5 du 22 novembre 2021 à Madame la présidente, pendant la durée de son mandat, les pouvoirs à prendre toute décision concernant la préparation, la passation, l'exécution et le règlement des marchés de travaux, de fournitures et de services lorsque les crédits sont inscrits au budget. Dans ce cas, le marché est signé par la présidente ou ses délégataires après qu'une décision a été prise.

1. Procédure applicable à tous les marchés jusqu'à 214 999 € HT

1.1 L'information auprès de la direction

La cellule marchés publics rappelle à la direction les informations sur le marché public qui comprend au moins les éléments suivants :

- Objet du marché ;
- Maître d'ouvrage ;
- Mode de consultation ;
- Estimation du marché ;
- Date d'envoi de l'avis de publicité ;
- Durée d'exécution du marché ;
- Contenu du prix ;
- Forme de prix ;
- Mode d'attribution des lots.

1.2 Le rapport d'analyse des candidatures et le rapport d'analyse des offres

Le rapport d'analyse des candidatures et le rapport d'analyse des offres présentés par la cellule marchés publics sont validés par la direction.

1.3 La décision de signer le marché

Le marché est signé par la présidente ou son délégué.

1.4 Information des candidats évincés (articles L2181-1 et R2181-1 et suivants)

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

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

1.5 Notification du marché

Les marchés ayant donné lieu à l'établissement d'un acte d'engagement et/ou d'un contrat sont notifiés au titulaire et signé par la présidente ou son délégataire (**respect d'un délai de 7 jours entre la date d'envoi de la notification et la date de signature du marché par l'acheteur**).

1.6 L'avis d'attribution (articles L2183-1 et R2183-1 et suivants)

L'Agence du Tourisme de la Corse publie ces avis d'attribution à partir de 40 000 € HT. L'avis d'attribution est publié dans le ou les mêmes(s) support(s) que l'avis à concurrence dans les 30 jours qui suivent la notification du marché.

2. Procédure applicable à tous les marchés à partir de 215 000 € HT

2.1 La réunion de la Commission d'appel d'offres

Lors de la réunion de la commission d'appel d'offres, le secrétariat général rappelle les informations sur le marché public qui comprend au moins les éléments suivants :

- Objet du marché ;
- Maître d'ouvrage ;
- Mode de consultation ;
- Estimation du marché ;
- Date d'envoi de l'avis de publicité ;
- Durée d'exécution du marché ;
- Contenu du prix ;
- Forme de prix ;
- Mode d'attribution des lots.

2.2 Le rapport d'analyse des candidatures et le rapport d'analyse des offres

Le rapport d'analyse des candidatures et le rapport d'analyse des offres sont validés en commission d'appel d'offres.

2.3 Le rapport de présentation (article R2184-2 code de la commande publique)

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

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

Dans la mesure où l'avis d'attribution contient les informations exigées, le pouvoir adjudicateur peut renvoyer, dans le rapport de présentation, à cet avis.

2.4 Le rapport de la commission d'appel d'offres et la décision de signer le marché

Le marché signé par la présidente doit alors être transmis au contrôle de légalité, accompagné des pièces mentionnées à l'article R 2131-5 du code général des collectivités territoriales.

Après retour de la délibération par le préfet, la présidente peut notifier le marché (contrat et / ou acte d'engagement

2.5 Information des candidats évincés (articles L2181-1 et R2181-1 et suivants)

Pour les marchés publics passés selon une procédure formalisée, l'acheteur, dès qu'il décide de rejeter une candidature ou une offre, notifie à chaque candidat ou soumissionnaire concerné le rejet de sa candidature ou de son offre en lui indiquant les motifs de ce rejet. Lorsque cette notification intervient après l'attribution du marché public, elle précise, en outre, le nom de l'attributaire et les motifs qui ont conduit au choix de son offre. Elle mentionne également la date à compter de laquelle l'acheteur est susceptible de signer le marché public dans le respect des dispositions de l'article R2182-1.

2.6 Notification du marché

Les marchés ayant donné lieu à l'établissement d'un acte d'engagement et/ou d'un contrat sont notifiés au titulaire et signés par la présidente (**respect d'un délai de 11 jours entre la date d'envoi de la notification et la date de signature du marché par l'acheteur**).

2.7 L'avis d'attribution (articles L2183-1 et R2183-1 et suivants)

L'Agence du Tourisme de la Corse publie ces avis d'attribution. L'avis d'attribution est publié dans le ou les mêmes(s) support(s) que l'avis à concurrence dans les 30 jours qui suivent la notification du marché.

ETAPE N°7 : LE CONTRÔLE DE L'EXECUTION DU MARCHE

1. Le suivi de l'exécution

Dès le début de la relation contractuelle, le pilotage du marché est assuré par le référent marché sous l'autorité du responsable de pôle/service. Il s'agit d'assurer l'exécution technique et financière de chaque marché (gestion des dépenses, des bons de commandes, la conformité des prestations, la validation du service fait). Plus globalement, toutes les opérations qualitatives et quantitatives de suivi et de contrôle ainsi que le suivi des éventuelles sous-traitances ou cotraitances. En cas de retard dans le déroulement du marché un règlement des pénalités est prévu.

1.1 Le contrôle technique

Il s'agit pour le pôle/service de vérifier la conformité de la commande : nombre de produits livrés, délais de livraisons respectés, correspondance des produits au cahier des charges (normes, labels...).

En cas de dysfonctionnements constatés, l'ordonnateur et la cellule des marchés publics doivent être informés. Dès connaissance du dysfonctionnement, un courrier ou une mise en demeure est adressé au titulaire du marché pour lui demander de satisfaire à ses obligations contractuelles.

A noter que le service fait comprend deux étapes, la **constatation du service fait** et la **certification du service fait**.

1.2 La constatation du service fait

Permet de vérifier l'exécution de la commande passée et la réalité de l'obligation de l'Agence du Tourisme de la Corse. Elle atteste la réalisation physique et la livraison des biens ou des prestations commandées. Elle permet de prononcer ou pas l'admission des biens ou des prestations et produit les éléments nécessaires au traitement total ou partiel des demandes de paiement. Ces vérifications relèvent du pôle/service gestionnaire.

1.3 La certification du service fait

Vaut liquidation de la dépense et ordre de paiement. **Elle engage la responsabilité administrative et pénale du signataire.** Dès réception de la facture accompagnée de la certification du service fait par le service comptable, ce dernier procède à une dernière vérification et établit le mandat de paiement. Dès signature du mandat par la personne habilitée, les documents sont transmis à la Paierie de Corse pour décaissement.

1.4 Le contrôle budgétaire

A chaque marché est annexé un tableau de suivi, sous forme de tableau informatique, renseigné par le référent marché ou son préposé à chaque mouvement financier (émission de bons, avances, acomptes) quel que soit le type de marché.

Dans cette phase, il s'agit de contrôler les surcoûts ou les aléas susceptibles de conduire à une augmentation du montant du marché initial et d'appliquer, si nécessaire, les pénalités de retard prévues dans les clauses contractuelles du marché.

Dans cette phase d'analyse à posteriori, il s'agit de s'interroger sur les points suivants :

- Efficacité de la mise en concurrence : le choix de la procédure est-il adapté ? ;
- L'allotissement est-il justifié (cas des lots infructueux) ? ;
- Les critères de choix sont-ils appropriés ? ;
- Les délais de paiement ont-ils été respectés ? ;
- Le détail quantitatif estimatif a-t-il été bien réalisé ? ;
- Était-il nécessaire de recourir à des bordereaux de prix complémentaires ?

2. Les sanctions dans l'exécution

L'établissement doit organiser son pouvoir de sanction dans le cahier des charges. Une attention toute particulière doit être portée lors de la rédaction des documents contractuels. En effet, c'est l'occasion pour la personne responsable du marché (pôle/service) d'organiser contractuellement les contraintes qu'elle pourra faire peser, le cas échéant, sur le titulaire du contrat s'il ne remplit pas correctement ses obligations.

Il peut être fait référence, dans le cahier des charges ou dans le cahier des clauses administratives particulières, au CCAG. Le principe reste que la sanction doit être proportionnée au manquement.

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

- Les sanctions pécuniaires ;
- La mise en régie ;
- La résiliation du contrat par l'Agence du Tourisme de la Corse.

L'Agence du Tourisme de la Corse reste libre de faire jouer ce type de clause pour contraindre le cocontractant. Elle peut estimer qu'il est préférable, dans l'intérêt de la bonne exécution du marché, de ne pas systématiquement les mettre en œuvre.

2.1 Les sanctions pécuniaires

Les sanctions pécuniaires prennent la forme de pénalités. Elles doivent avoir été stipulées dans le cahier des clauses administratives particulières ou dans le cahier des charges. Elles permettent de contraindre le titulaire du marché à respecter les délais contractuels (ex : délais de livraison) ou le niveau de qualité à atteindre.

2.2 La mise en régie

Ce pouvoir de sanction existe, en l'absence même de stipulation contractuelle en ce sens dans les cahiers des charges. Il s'agit d'une sanction qui ne peut être mise en œuvre que lorsque le manquement est important. Il s'agit de sanctionner le défaut d'exécution du marché. Il s'agit, après mise en demeure au titulaire du marché d'exécuter ses obligations, restée infructueuse, de faire exécuter l'obligation par un tiers, aux risques et périls du titulaire défaillant. Les coûts engendrés par le recours à un autre cocontractant sont à la charge du titulaire défaillant.

2.3 La résiliation : sanction du contrat

Cette sanction est possible même en l'absence de stipulation en ce sens dans le marché. Cette sanction est la sanction la plus grave et sanctionne une incapacité permanente du titulaire du marché à exécuter les obligations essentielles du contrat. Le degré de gravité du manquement constaté s'apprécie en fonction des conséquences sur le fonctionnement du service et/ou du caractère essentiel de l'obligation enfreinte.

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

ANNEXES

Annexe 1 : Lexique marchés publics

AE (Acte d'Engagement) : pièce contractuelle dans laquelle le candidat présente son offre financière.

Avance : doit être accordée au titulaire d'un marché lorsque le montant initial du marché ou de la tranche affermie est supérieur à 50 000 € HT et dans la mesure où le délai d'exécution est supérieur à deux mois.

BPU (Bordereau des Prix Unitaires) : liste les prix unitaires relatifs à chaque élément prévu dans le cahier des charges. Il se retrouve principalement dans les marchés à bons de commande.

CCAG (Cahiers des Clauses Administratives Générales) : fixent les dispositions applicables à chaque catégorie de marchés (C.C.A.G.-Marchés de fournitures courantes et services ; C.C.A.G. - Marchés publics de prestations intellectuelles ; C.C.A.G. - Marchés publics de travaux ; C.C.A.G.-Marchés publics industriels ; C.C.A.G. Marchés, publics de techniques de l'information et de la communication). Le pouvoir adjudicateur peut décider ou non de s'y référer.

CCAP (Cahier des clauses administratives particulières) : Document contractuel fixant les dispositions administratives propres au marché.

CCP (Cahier des clauses particulières) : Document contractuel réunissant le C.C.A.P. et le C.C.T.P.

CCTG (Cahier des clauses techniques générales) : fixe les dispositions techniques applicables à toutes les prestations d'une même nature.

CCTP (Cahier des clauses techniques particulières ou cahier des charges) : document contractuel dans lequel le pouvoir adjudicateur détaille les dispositions techniques propres au marché.

DPGF (Décomposition du prix global et forfaitaire) : fournit le détail du prix forfaitaire indiqué dans l'acte d'engagement.

DQE (Détail quantitatif estimatif) : document normalement non contractuel destiné à permettre la comparaison des prix en effectuant la somme des prix unitaires des quantités estimées des produits.

DLRO : date limite de remise des offres.

DUME : document unique de marché européen. Depuis le 1er avril 2018, les acheteurs ont l'obligation d'accepter le Document Unique de Marché Européen électronique, lorsque celui-ci est transmis par un opérateur économique candidatant à la passation d'un marché public ;

Accord-cadre à bons de commande : marché conclu avec un ou plusieurs prestataires et exécuté au fur et à mesure de l'émission de bons de commande. Il peut prévoir un minimum et/ou un maximum en valeur ou en quantité ou être conclu sans minimum ni maximum.

Prestation supplémentaires ou alternatives (exception) : prestations complémentaire/alternative demandées dans le cahier des charges.

RC (Règlement de consultation ou Règlement du Concours) : le règlement de consultation fixe les règles qui gouvernent l'attribution du marché. Il est une pièce constitutive du dossier de consultation des entreprises mais il n'est pas contractuel.

Variante : modification, à l'initiative du candidat, de certaines spécifications des prestations décrites dans le cahier des charges.

Offre anormalement basse : offre qui semble anormalement basse eu égard aux travaux, fournitures ou services, y compris pour la part du marché public que le soumissionnaire envisage de sous-traiter.

Offre inacceptable : offre dont le prix excède les crédits budgétaires alloués au marché public tels qu'ils ont été déterminés et établis avant le lancement de la procédure.

Offre inappropriée : offre sans rapport avec le marché public parce qu'elle n'est manifestement pas en mesure, sans modification substantielle, de répondre au besoin et aux exigences de l'acheteur formulés dans les documents de la consultation.

Offre irrégulière : offre qui ne respecte pas les exigences formulées dans les documents de la consultation notamment parce qu'elle est incomplète, ou qui méconnaît la législation applicable notamment en matière sociale et environnementale.



Direction ou pôle/service concerné :

Nature du besoin :

Quantités envisagées :

Date d'achat ou de réalisation :

Durée des prestations :

Montant estimé :

Critère de choix :

Prix :

Valeur technique :

Délais de livraison ou d'exécution :

Autre (préciser) :

**Fournisseurs/Prestataires retenus pour
l'envoi de la lettre de consultation : Nom
du fournisseur/Prestataire**

Adresse (courrier/Fax/mèl)

Signature de l'agent :

Signature du responsable :

Observations éventuelles :

Accusé de réception par la cellule des marchés publics : Le



Toutes les informations ci-dessous sont obligatoires avant transmission du C.C.T.P (au minimum un mois avant la date souhaitée de mise en publicité)

Service :

Nom de l'agent référent technique pour ce marché :

1/ Intitulé et objet du marché :

2/Type de procédure :

- ☐ Achat inférieur à 40 000 € HT
- ☐ MAPA (au-dessus de 40 000 € HT et seuil de 214 000 € HT)
- ☐ Procédure formalisée (au-dessus de 214 000 € HT)

3/Type de marché :

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

3/Nature du marché :

☐ ***Marché de fournitures :***

- ☐ Achat
- ☐ Location
- ☐ Crédit-bail
- ☐ Location-vente

☐ ***Marché de services***

☐ ***Marché de prestations intellectuelles***

4/Marché Alloti : ☐ oui ☐ non

Si non pour quelle raison ?

Justifications du non-allotissement :

5/Durée du marché :

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

Durée du marché (uniquement la 1 ère période) : an

Marché reconductible :

- ☐ oui ☐ non

Si oui, nombre de reconduction :

6/ Estimation financière HT :

Montant maximum annuel HT si accord cadre à bon de commande :

7/ Type de document financier fourni :

- ☐ Bordereau de prix unitaires
- ☐ Détail Quantitatif Estimatif

☐ Décomposition du prix global et forfaitaire

Si pas de document financier fourni, quel type de documentation financière est souhaitée pour l'Analyse des offres ?

8/ Y a-t-il des annexes au CCTP, si oui lesquelles ?

9/ Critère d'attribution (pondération nécessaire à l'analyse des offres) :

9.1-Critères de sélection des offres (Liste non limitative) :

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

9.2-Justificatifs phase de candidature :

Justificatifs	Case à cocher
Déclaration concernant le chiffre d'affaires global et le chiffre d'affaires concernant les fournitures, services, objet du marché, réalisés au cours des trois derniers exercices disponibles.	<input type="checkbox"/>
Déclaration appropriée de banques ou preuve d'une assurance pour les risques professionnels	<input type="checkbox"/>
Bilans ou extraits de bilans, concernant les trois dernières années des opérateurs économiques pour lesquels l'établissement des bilans est obligatoire en vertu de la loi.	<input type="checkbox"/>
Déclaration indiquant les effectifs moyens annuels du candidat et l'importance du personnel d'encadrement pour chacune des trois dernières années.	<input type="checkbox"/>
Présentation d'une liste des principales fournitures ou des principaux services effectués au cours des trois dernières années indiquant le montant, la date et le destinataire public ou privé. Les livraisons et les prestations de services sont prouvées par des attestations du destinataire ou, à défaut, par une déclaration de l'opérateur économique	<input type="checkbox"/>
Indication des titres d'études et professionnels de l'opérateur économique et/ou des cadres de l'entreprise, et notamment des responsables de prestation de services ou de conduite des travaux de même nature que celle du marché	<input type="checkbox"/>

10/ Date de notification souhaitée (délais de publicité et d'analyse inclus) :

11/ Information importante à apporter sur le déroulement du marché précédent :

12/Date de remise du CCTP (version finale) : Le

Signature de l'agent :

Signature du responsable :

Observations éventuelles :

Accusé de réception par la cellule des marchés publics : Le

CCTP

Le cahier des clauses techniques particulières (CCTP) est une pièce contractuelle essentielle qui nécessite une rédaction appropriée. **Élaboré par des techniciens/spécialistes, il doit définir une expression du besoin** qui soit conforme à la réglementation.

Structuration du CCTP

Le CCTP doit atteindre deux objectifs :

- Pendant la passation du marché, permettre à tous les candidats de comprendre clairement le besoin ;
- Pendant l'exécution du marché, être une véritable référence à laquelle l'on peut se reporter et utiliser comme « feuille de route ». Il faut donc y décrire précisément le rôle de chacun, les attentes et ce qui est demandé au titulaire.

Rédiger le CCTP

Le CCTP doit répondre à certains impératifs rédactionnels :

- Utilisation du présent ;
- Désignation du prestataire au moyen de la formule « le titulaire » ;
- Utilisation d'une terminologie homogène tout au long du document (employer toujours la même dénomination pour désigner tel ou tel élément, définir les abréviations figurant dans le document et respecter leurs définitions) ;
- Numérotation des articles ;
- Extrême rigueur concernant les termes les plus significatifs (ex. : ne pas confondre « compatible » et « conforme ») ;
- Dans la mesure du possible, expression globale en termes de résultat à atteindre plutôt qu'en termes de moyen ;
- En concevant le CCTP, être le plus précis possible et anticiper sur le futur, surtout pour les marchés portant sur plusieurs années ;
- Au fur et à mesure des procédures et de l'exécution des marchés, utiliser le retour sur expérience. Tenir compte notamment du retour des titulaires pour affiner les informations mises à disposition du candidat.



Attention

Juridiquement, les caractéristiques techniques ne peuvent avoir pour effet de restreindre la concurrence

Exemples de plans

Exemple n°1

Sommaire ;

- La présentation du contexte ;
 - o L'Agence du Tourisme de la Corse ;
 - o La destination et son positionnement.
- Les objectifs locaux ;

- L'objet de la consultation (besoins et attendus) :
 - Lot 1 ;
 - Lot 2.
- Les dossiers à remettre pour la consultation ;
- Les conditions générales pour les lots.

Exemple n°2

Sommaire :

- Préambule ;
- Contexte général ;
- Présentation de l'ATC ;
- Les objectifs poursuivis et les attentes ;
- Objet et contenu de la mission (s'il y a plusieurs phases)
 - Phase 1 ;
 - Phase 2 ;
 - Phase 3 ;
- Compétences attendues ;
- Contraintes de réalisation ;
- Délai ;
- Réunions ;
- Documents et rendus à fournir.

Exemple n°3

Sommaire :

- Présentation de l'ATC ;
- Description de l'existant ;
- Description générale du projet et des attentes ;
- Description du projet étape par étape (prise en charge, période de service régulier, modalités de reprise...) ;
- Glossaire définissant les termes sujets à litige ;
- Services associés et/ou particuliers exigés.

Exemple n°4

Sommaire :

- Présentation de l'ATC ;
- Description de l'existant ;
- Description générale du projet et des attentes ;
- Description des prestations demandés étape par étape ;
- Organisation du projet (Présentation des équipes, Instances de pilotage et de suivi) ;
- Délais ;
- Propriété intellectuelle (Si besoin) ;
- Glossaire définissant les termes sujets à litige ;
- Services associés et/ou particuliers exigés.



AGENCE DU TOURISME DE LA CORSE

Service

17, boulevard du roi Jérôme

20181 AJACCIO Cedex 1

☎: 04.95.51.77...

Marché ou accord cadre de

.....

**Cahier des clauses
techniques particulières**

Objet du marché ordinaire ou de l'accord cadre

Objet du marché ou de l'accord cadre

Numéro de Marché ou de l'accord cadre: MP 202...-...

SOMMAIRE



MINISTÈRE DE L'ÉCONOMIE ET DES FINANCES

direction des Affaires Juridiques

MARCHES PUBLICS

OUV3

RAPPORT D'ANALYSE DES CANDIDATURES ¹

Le formulaire OUV3 est un modèle de rapport qui peut être utilisé par le pouvoir adjudicateur ou l'entité adjudicatrice pour analyser les candidatures reçues dans le cadre de la passation d'un marché public.

A - Identification du pouvoir adjudicateur ou de l'entité adjudicatrice

■ Désignation du pouvoir adjudicateur ou de l'entité adjudicatrice

(Reprendre le contenu de la mention figurant dans l'avis d'appel public à la concurrence ou la lettre d'invitation à soumissionner ou à participer au dialogue.)

■ Identification du service chargé de l'analyse des candidatures

(Indiquer le nom du service qui a été désigné pour réaliser l'analyse des candidatures.)

B - Objet de la consultation

(Reprendre les éléments figurant dans l'avis d'appel à la concurrence ou la lettre d'invitation à soumissionner ou à participer au dialogue.)

C - Déroulement de la consultation

(Reprendre les éléments figurant dans l'avis d'appel à la concurrence, le règlement de consultation ou la lettre d'invitation à soumissionner ou à participer au dialogue.)

■ Publicité

(Indiquer la date, les références et l'organe de publication de chaque avis d'appel public à la concurrence.)

■ Date et heure limites de réception des candidatures

¹

Formulaire non obligatoire disponible, avec sa notice explicative, sur le site du ministère chargé de l'économie.

■ Nombre de candidats admis à présenter une offre fixé dans l'avis d'appel public à la concurrence ou la lettre d'invitation à soumissionner ou à participer au dialogue (cas où le nombre de candidats admis à présenter une offre a été fixé par le pouvoir adjudicateur ou l'entité adjudicatrice)

(Cocher la ou les cases correspondantes.)

☐ Nombre minimum :

☐ Nombre maximum (le cas échéant) :

D - Admission des candidatures

LOT n° :

(En cas d'allotissement, les rubriques D1 et D2 sont à renseigner pour chacun des lots de la procédure de passation du marché public ou de l'accord-cadre dont les candidatures font l'objet du présent rapport d'analyse. Préciser pour chaque lot, son numéro et son intitulé tels qu'ils figurent dans l'avis d'appel public à la concurrence ou la lettre d'invitation à soumissionner ou à participer au dialogue.)

D1 - Candidatures reçues

■ Nombre de plis reçus

▪ Dans les délais : (Nombre).

▪ Hors délais : (Nombre).

■ Liste des candidatures reçues :

N° D'ordre d'arrivée du pli (*)	Nom commercial et dénomination sociale, adresse de l'établissement (**), Adresse électronique, numéros de téléphone et de télécopie, numéro SIRET du candidat individuel ou du mandataire (en cas de groupement d'entreprises candidat)

(*) Numéro d'ordre d'arrivée du pli.

(**) Préciser l'adresse du siège social du candidat individuel ou du mandataire si elle est différente de celle de l'établissement.

D2 - Examen des candidatures

■ Niveaux minimums de capacité

(A renseigner uniquement en cas de niveaux minimums de capacité requis)

Reprendre les niveaux de capacité figurant dans l'avis d'appel à la concurrence, le règlement de consultation ou la lettre d'invitation à soumissionner ou à participer au dialogue.)

■ Critères de sélection des candidatures

(A renseigner uniquement en cas de limitation du nombre de candidats admis à présenter une offre)

Reprendre les critères et leur pondération prévus dans l'avis d'appel à la concurrence, le règlement de consultation ou la lettre d'invitation à soumissionner ou à participer au dialogue.)

■ Admission des candidatures

Après examen des candidatures, il est proposé, pour chacune des candidatures analysées, de prendre la décision suivante :

N° d'ordre d'arrivée (*)	Proposition (**)		Motif de l'élimination
	Admission	Elimination	

(*) Indiquer le numéro d'ordre d'arrivée figurant dans le registre des dépôts (*formulaire OUV1*) et rappelé en rubrique D1.

(**) Cocher la case correspondante à la décision proposée.

E - Signature du responsable du service chargé de l'analyse des candidatures.

A _____, le _____

Signature



MINISTÈRE DE L'ÉCONOMIE ET DES FINANCES
direction des Affaires Juridiques

ARCHES PUBLICS

RAPPORT D'ANALYSE DES OFFRES²

OUV8

Le formulaire OUV8 est un modèle de rapport d'analyse qui peut être utilisé par le pouvoir adjudicateur ou l'entité adjudicatrice pour analyser les offres reçues dans le cadre de la passation d'un marché public.

A - Identification du pouvoir adjudicateur ou de l'entité adjudicatrice

■ **Désignation** du pouvoir adjudicateur (ou de l'entité adjudicatrice)

(Reprendre le contenu de la mention figurant dans l'avis d'appel public à la concurrence ou la lettre d'invitation à soumissionner ou à participer au dialogue.)

■ **Identification** du service chargé de l'analyse des offres

(Indiquer le nom du service qui a été désigné pour réaliser l'analyse des offres.)

B - Objet de la consultation

(Reprendre les éléments figurant dans l'avis d'appel public à la concurrence ou la lettre d'invitation à soumissionner ou à participer au dialogue.)

C - Déroulement de la consultation

(Reprendre les éléments figurant dans l'avis d'appel public à la concurrence, le règlement de consultation ou la lettre d'invitation à soumissionner ou à participer au dialogue.)

■ **Publicité**

(Indiquer la date, les références et l'organe de publication de chaque avis d'appel public à la concurrence.)

■ **Date et heures limites de réception des offres**

■ **Délai de validité des offres**

² Formulaire non obligatoire disponible, avec sa notice explicative, sur le site du ministère chargé de l'économie.

■ Demande de précisions ou de compléments sur la teneur des offres : ☐ Non OU ☐ Oui
(Cocher la case correspondante.)

LOT n° :

(En cas d'allotissement, les rubriques D et E sont à renseigner pour chacun des lots de la procédure de passation du marché public ou de l'accord-cadre dont les offres font l'objet du présent rapport d'analyse. Préciser pour chaque lot, son numéro et son intitulé tels qu'ils figurent dans l'avis d'appel public à la concurrence ou la lettre d'invitation à soumissionner ou à participer au dialogue.)

D - Examen des offres.

■ Nombre de plis reçus

- Dans les délais : (Nombre).
- Hors délais : (Nombre).

■ Liste des offres reçues

N° D'ordre D'arrivée du pli (*)	Nom commercial et dénomination sociale, adresse de l'établissement (**), Adresse électronique, numéros de téléphone et de télécopie, numéro SIRET Du candidat individuel ou du mandataire (en cas de groupement d'entreprises candidat)

(*) Numéro d'ordre d'arrivée du pli figurant dans le registre des dépôts (formulaire OUV1).

(**) Préciser l'adresse du siège social du candidat individuel ou du mandataire si elle est différente de celle de l'établissement.

■ Élimination des offres

Au vu des offres reçues, il est proposé d'éliminer les offres suivantes :

N° D'ordre D'arrivée du pli (*)	Nom commercial du Candidat individuel Ou du mandataire (En cas de groupement d'entreprises candidat)	Motif de l'élimination (**)

(*) Indiquer le numéro d'ordre d'arrivée figurant dans le registre des dépôts (formulaire OUV1) et rappelé ci-dessus.

(**) Indiquer si l'offre est irrecevable, irrégulière, inacceptable, inappropriée ou anormalement basse.

Si une offre paraît anormalement basse, le pouvoir adjudicateur ou l'entité adjudicatrice ne peut la rejeter que par décision motivée et après avoir demandé par écrit les précisions qu'il juge utiles et vérifié les justifications fournies (formulaires OUV6 et OUV7).

E - Analyse des offres

■ Rappel des critères de sélection des offres et de leur pondération, tels qu'ils figurent dans l'avis d'appel public à la concurrence, le règlement de consultation ou la lettre d'invitation à soumissionner ou à participer au dialogue

E1 - Critère n°1 :*(Appréciation de chaque offre au vu du critère.)*

Critère n° 1	Soumissionnaire n°.....	Soumissionnaire n°.....	Soumissionnaire n°.....	Soumissionnaire n°.....
Note attribuée				

E2 - Critère n°2 :*(Appréciation de chaque offre au vu du critère.)*

Critère n° 2	Soumissionnaire n°.....	Soumissionnaire n°.....	Soumissionnaire n°.....	Soumissionnaire n°.....
Note attribuée				

E3 - Critère n°3 :*(Appréciation de chaque offre au vu du critère.)*

Critère n° 3	Soumissionnaire n°.....	Soumissionnaire n°.....	Soumissionnaire n°.....	Soumissionnaire n°.....
Note attribuée				

E4 - Classement des offres

Après examen des critères de sélection des offres, il est proposé d'attribuer à chaque candidat la note suivante :

	Pondération	Nom du soumissionnaire	Nom du soumissionnaire	Nom du soumissionnaire	Nom du soumissionnaire
Critère n°1	<i>Avant pondération</i>				
	<i>Après pondération</i>				
Critère n°2	<i>Avant pondération</i>				
	<i>Après pondération</i>				
Critère n°3	<i>Avant pondération</i>				
	<i>Après pondération</i>				
TOTAL					

Au vu de la note proposée ci-dessus à chacun des soumissionnaires dont l'offre a été examinée, il est proposé le classement des offres suivant :

N° de classement Des offres Examinées	Nom commercial du soumissionnaire individuel Ou du mandataire (en cas de groupement d'entreprises candidat)
1	
2	
3	
4	

F - Proposition d'attribution

LOT n° :

(En cas d'allotissement, préciser pour chaque lot dont les offres font l'objet du présent rapport d'analyse, son numéro et son intitulé tels qu'ils figurent dans l'avis d'appel public à la concurrence ou la lettre d'invitation à soumissionner ou à participer au dialogue.)

Au vu de la sélection et du classement des offres opérés ci-dessus, il est proposé au pouvoir adjudicateur ou à l'entité adjudicatrice d'attribuer le marché public ou l'accord-cadre au soumissionnaire suivant :

(Indiquer ci-dessous le candidat qu'il est proposé de retenir pour le lot identifié.)

■ Identité du soumissionnaire retenu

[Indiquer le nom commercial et la dénomination sociale du candidat individuel ou de chaque membre du groupement d'entreprises candidat, les adresses de son établissement et de son siège social (si elle est différente de celle de l'établissement), son adresse électronique, ses numéros de téléphone et de télécopie et son numéro SIRET. En cas de candidature groupée, identifier le mandataire désigné pour représenter l'ensemble des membres du groupement et coordonner les prestations.]

■ Montant de l'offre qu'il est proposé de retenir

- Taux de la TVA :
- Montant HT :
- Montant TTC :

■ Motifs du choix de l'offre proposé

G - Proposition de d'abandon de la procédure

LOT n° :

(En cas d'allotissement, préciser pour chaque lot dont les offres font l'objet du présent rapport d'analyse, son numéro et son intitulé tels qu'ils figurent dans l'avis d'appel public à la concurrence ou la lettre d'invitation à soumissionner ou à participer au dialogue.)

Après examen des offres, il est proposé au pouvoir adjudicateur ou à l'entité adjudicatrice d'abandonner la procédure pour les motifs suivants :

Et de mettre en œuvre la nouvelle procédure suivante :

(Cocher la case correspondante.)

- ☐ Un appel d'offres ;
- ☐ Un marché négocié ;
- ☐ Une procédure adaptée ;
- ☐ Un dialogue compétitif.

H - Signature du responsable du service chargé de l'analyse des offres.

A , le

Signature

Annexe 8 : Délibération ATC/CA/4/3 du 13 octobre 2021 portant désignation des membres de la CAO de l'ATC

Accusé de réception - Ministère de l'Intérieur

02A-392178570-20211013-21-ATC-CA-4-3-AI

Accusé certifié exécutoire

Réception par le préfet : 22/11/2021

Affichage : 22/11/2021

Pour l'autorité compétente par délégation



ARTICLE PREMIER :

DESIGNE ainsi qu'il suit, après élection au scrutin de liste, dix représentants du conseil d'administration devant siéger à la Commission d'appel d'offres de l'ATC, présidée de droit par la présidente de l'Etablissement.

Membres titulaires :

- * M. VALDRIGHI Hervé
- * M. MELA Georges
- * Mme FAGNI Muriel
- * M. LE MAO Ghjuvan'Santu
- * M. CECCALDI Attilius

Membres suppléants:

- * M. CAITUCOLI Paul-Joseph
- * M. SAVELLI Jean-Michel
- * Mme CHIARELLI-LUZI Vannina
- * Mme GALLONI D'ISTRIA Eveline
- * M. LUCCIONI Don Joseph



MINISTÈRE DE L'ÉCONOMIE ET DES FINANCES
direction des Affaires Juridiques

MARCHES PUBLICS

EXE3

ADMISSION DES FOURNITURES COURANTES ³

Le formulaire EXE3 est un modèle, qui peut être utilisé par le pouvoir adjudicateur ou l'entité adjudicatrice, pour formaliser sa décision concernant l'admission des fournitures courantes, après avoir effectué les opérations de vérification quantitative et qualitative.

Si les mêmes prestations font l'objet de plusieurs admissions, l'acheteur renseigne autant de formulaires EXE3 qu'il y a d'admissions.

A - Identification du pouvoir adjudicateur ou de l'entité adjudicatrice

(Reprendre le contenu de la mention figurant dans les documents constitutifs du marché public.)

B - Identification du titulaire du marché public

[Indiquer le nom commercial et la dénomination sociale du titulaire individuel ou de chaque membre du groupement titulaire, les adresses de son établissement et de son siège social (si elle est différente de celle de l'établissement), son adresse électronique, ses numéros de téléphone et de télécopie et son numéro SIRET. En cas de groupement d'entreprises titulaire, identifier le mandataire du groupement.]

C - Objet du marché public

(Reprendre le contenu de la mention figurant dans les documents constitutifs du marché public. En cas d'allotissement, préciser également l'objet de la consultation. En cas d'accord-cadre, indiquer l'objet de ce dernier.)

☐ Référence du marché public :

D - Prestations attendues

☐ Bon de commande n° du

(A renseigner uniquement pour les marchés à bons de commande.)

☐ Nature des prestations objet de la présente décision :

☐ Date de livraison prévue :

E - Décision du pouvoir adjudicateur ou de l'entité adjudicatrice

E1 - Opérations de vérification

Les opérations de vérification ont eu lieu le

³ Formulaire non obligatoire disponible, avec sa notice explicative, sur le site du ministère chargé de l'économie.

(Cocher la case correspondante.)

- ☐ en présence du titulaire du marché public, ou de son représentant.
- ☐ en l'absence du titulaire du marché public, ou de son représentant, dûment avisé.

E2 - Décision à l'issue des opérations de vérification quantitative

A l'issue des opérations de vérification quantitative, le pouvoir adjudicateur ou l'entité adjudicatrice décide de :
(Cocher la ou les cases correspondantes.)

- ☐ accepter en l'état les prestations suivantes :
- ☐ mettre en demeure le titulaire du marché public :
☐ de reprendre l'excédent fourni relatif à la prestation suivante :
☐ de compléter la livraison ou d'achever la prestation suivante :

E3 - Décision à l'issue des opérations de vérification qualitative

A l'issue des opérations de vérification qualitative, le pouvoir adjudicateur ou l'entité adjudicatrice décide de :
(Cocher la case correspondante et renseigner les sous-rubriques avec précision.)

- ☐ prononcer l'admission des prestations suivantes :
- ☐ ajourner l'admission des prestations suivantes :
- Motifs de la décision d'ajournement :
 - Mises au point que doit effectuer le titulaire du marché public :
 - Délai imparti au titulaire pour présenter les prestations mises au point :
 - Délai imparti au titulaire pour faire connaître son acceptation de la décision d'ajournement :
 - Délai prévu pour procéder aux vérifications des prestations, à compter de leur nouvelle présentation par le titulaire :
 - Délai imparti au titulaire pour enlever les biens, fournitures ou prestations ayant fait l'objet de la décision d'ajournement :
- ☐ admettre les prestations suivantes avec réfaction :
- Motifs de la décision d'admission avec réfaction :
 - Montant de la réfaction proposée :
 - Délai imparti au titulaire pour présenter ses observations :
- ☐ rejeter les prestations suivantes :
- Motifs de la décision de rejet :
 - Délai imparti au titulaire pour présenter ses observations :
 - Délai imparti au titulaire pour exécuter à nouveau les prestations :
 - Délai imparti au titulaire pour enlever les prestations rejetées :

F - Signature du pouvoir adjudicateur ou de l'entité adjudicatrice

A , le

Signature

(représentant du pouvoir adjudicateur ou de l'entité adjudicatrice)



MINISTÈRE DE L'ÉCONOMIE ET DES FINANCES
direction des Affaires Juridiques

MARCHES PUBLICS
AVENANT N° 4

EXE10

Le formulaire EXE10 est un modèle d'avenant, qui peut être utilisé par le pouvoir adjudicateur ou l'entité adjudicatrice, dans le cadre de l'exécution d'un marché public.

A - Identification du pouvoir adjudicateur ou de l'entité adjudicatrice

(Reprendre le contenu de la mention figurant dans les documents constitutifs du marché public.)

B - Identification du titulaire du marché public

[Indiquer le nom commercial et la dénomination sociale du titulaire individuel ou de chaque membre du groupement titulaire, les adresses de son établissement et de son siège social (si elle est différente de celle de l'établissement), son adresse électronique, ses numéros de téléphone et de télécopie et son numéro SIRET. En cas de groupement d'entreprises titulaire, identifier le mandataire du groupement.]

C - Objet du marché public

☐ Objet du marché public:

(Reprendre le contenu de la mention figurant dans les documents constitutifs du marché public. En cas d'allotissement, préciser également l'objet et la dénomination du lot concerné.)

☐ Date de la notification du marché public :

☐ Durée d'exécution du marché public :mois ou jours.

☐ Montant initial du marché public :

- Taux de la TVA :
- Montant HT :
- Montant TTC :

D - Objet de l'avenant

☐ Modifications introduites par le présent avenant :

(Détaillez toutes les modifications, avec ou sans incidence financière, introduites dans le marché public par le présent avenant. Préciser les articles du CCAP ou du CCTP modifiés ou complétés ainsi que l'incidence financière de chacune des modifications apportées.)

☐ Incidence financière de l'avenant :

L'avenant a une incidence financière sur le montant du marché public :

(Cocher la case correspondante.)

☐ Non

☐

Oui

Montant de l'avenant :

- Taux de la TVA :
- Montant HT :
- Montant TTC :
- % d'écart introduit par l'avenant :

Nouveau montant du marché public :

- Taux de la TVA :
- Montant HT :
- Montant TTC :

E - Signature du titulaire du marché public

Nom, prénom et qualité du signataire (*)	Lieu et date de signature	Signature

(*) Le signataire doit avoir le pouvoir d'engager la personne qu'il représente.

F - Signature du pouvoir adjudicateur ou de l'entité adjudicatrice

Pour l'Etat et ses établissements :

(Visa ou avis de l'autorité chargée du contrôle financier.)

A : , le
 Signature
(représentant du pouvoir adjudicateur ou de l'entité adjudicatrice)

G - Notification de l'avenant au titulaire du marché public

■ En cas de remise contre récépissé :

Le titulaire signera la formule ci-dessous :

« Reçue à titre de notification copie du présent avenant »

A, le

Signature du titulaire,

■ En cas d'envoi en lettre recommandé avec accusé de réception :

(Coller dans ce cadre l'avis de réception postal, daté et signé par le titulaire du marché public ou de l'accord-cadre.)

■ En cas de notification par voie électronique :

(Indiquer la date et l'heure d'accusé de réception de la présente notification par le titulaire du marché public ou de l'accord-cadre.)