

TEXTES GÉNÉRAUX

Administration - Finances - Affaires internationales

**Décision du 30 janvier 2007
portant règlement intérieur d'application du code des marchés publics**

NOR : DEVG0700029S

(Texte non paru au *Journal officiel*)

La ministre de l'écologie et du développement durable,
Vu le code des marchés publics, et notamment ses articles 1^{er}, 5, 6, 26, 27, 28, 29, 30 et 40 ;
Considérant la nécessité pour le pouvoir adjudicateur de définir certaines règles d'application du code des marchés publics pour le respect des principes généraux régissant la commande publique,

Décide :

Article 1^{er}

Le règlement intérieur, annexé à la présente décision, définit les modalités d'application de certaines procédures de passation de marchés publics et d'accords-cadres.

Il est applicable aux services d'administration centrale et aux services à compétence nationale.

Article 2

La décision ministérielle du 23 septembre 2005 portant règlement intérieur d'application du code des marchés publics est abrogée.

Article 3

Le directeur général de l'administration est chargé de l'exécution de la présente décision qui sera publiée au *Bulletin officiel* du ministère de l'écologie et du développement durable.

Fait à Paris, le 30 janvier 2007.

NELLY OLIN

A N N E X E

PORTANT RÈGLEMENT INTÉRIEUR D'APPLICATION DU CODE DES MARCHÉS PUBLICS
AU MINISTÈRE DE L'ÉCOLOGIE ET DU DÉVELOPPEMENT DURABLE

I. – Principes généraux

En vue d'assurer l'efficacité de la commande publique et la bonne utilisation des deniers publics, quel que soit leur montant, les marchés et accords-cadres passés par le ministère de l'écologie et du développement durable respectent les principes posés par le code des marchés publics : liberté d'accès à la commande publique, égalité de traitement des candidats, transparence des procédures.

Ils sont précédés d'une définition précise du besoin et de son estimation sincère et raisonnable. Ils respectent les obligations de publicité et de mise en concurrence conduisant au choix de l'offre économiquement la plus avantageuse. Pour tout achat, une traçabilité écrite de l'ensemble des actes de la procédure aboutissant à ce choix est établie.

II. – Détermination des besoins et computation des seuils

Les besoins en travaux, fournitures et services s'apprécient pour l'ensemble de l'administration centrale et des services à compétence nationale rattachés. Toutefois, les besoins de prestations intellectuelles spécifiques s'apprécient au niveau de chaque direction ou service à compétence nationale concerné.

Les besoins en fournitures et services sont évalués pour une durée minimale d'un an.

III. – Les procédures adaptées

III. – 1. Les marchés et accords-cadres passés selon la procédure adaptée définie à l'article 28, hors circonstances particulières dûment justifiées, respectent a minima les règles de publicité et de mise en concurrence ci-après :

Moins de 4 000 euros (HT). La publicité et la mise en concurrence ne sont pas obligatoires mais l'acheteur doit pouvoir démontrer qu'il a retenu l'offre économiquement la plus avantageuse.

4 000 euros à moins de 15 000 euros (HT). L'acheteur a le choix entre :

- une publicité, par prospection sur divers supports d'information concernant les prestataires potentiels ou les produits existants, suivie d'une mise en concurrence par lettre de consultation auprès de 3 à 6 entreprises au minimum en fonction du montant prévisionnel de l'achat et du degré de concurrence du marché du produit, des travaux ou du service en cause,
- une publicité et une mise en concurrence par émission d'un avis sur la plate-forme interministérielle « *marchés-publics.gouv.fr* ».

15 000 euros (HT) à moins de 90 000 euros (HT). La publicité et la mise en concurrence sont assurées par publication d'un avis sur la plate-forme interministérielle *marchés-publics.gouv.fr*. en laissant un délai de remise des offres ajusté à la complexité d'élaboration de l'offre et de 15 jours calendaires minimum.

A partir de 90 000 euros HT, l'article 40 du code des marchés publics fixe les exigences à respecter.

III. – 2. Les marchés publics et accords-cadres concernant des achats de services relevant de l'article 30 sont passés selon une procédure adaptée qui, hors circonstances particulières dûment justifiées, respecte a minima les règles de publicité et de mise en concurrence ci après :

Moins de 15 000 euros (HT). L'acheteur n'est pas tenu par une obligation de publicité et de mise en concurrence mais doit pouvoir démontrer qu'il retient l'offre économiquement la plus avantageuse.

De 15 000 euros (HT) à moins de 90 000 euros (HT). L'acheteur a le choix entre :

- une publicité, par prospection sur divers supports d'information concernant les prestataires potentiels existants, suivie d'une mise en concurrence par lettre de consultation auprès de 3 à 6 entreprises au minimum en fonction du montant prévisionnel de l'achat et du degré de concurrence du marché du service en cause ;
- une publicité et mise en concurrence par publication d'un avis sur la plate-forme interministérielle *marchés-publics.gouv.fr*.

A partir de 90 000 euros (HT). La publicité et la mise en concurrence sont assurées par émission d'un avis d'appel public à la concurrence au moyen de la plate-forme interministérielle *marchés-publics.gouv.fr* associé à un délai de remise des offres ajusté à la complexité d'élaboration de l'offre et de 15 jours calendaires minimum.

III. – 3. Pour informer clairement les prestataires des attentes du ministère, le contenu de l'avis de publicité pour les marchés ou accords-cadres visés au III du présent règlement comporte au moins :

L'identification précise du ministère et du service acheteur, l'objet détaillé du marché ou de l'accord-cadre, les spécifications du produit, du service ou des travaux objet de l'achat, les délais et lieu(x) d'exécution, les critères d'appréciation de l'offre, les délai exact et lieu de remise des offres.

Lorsque le montant estimé du besoin atteint 210 000 euros (HT), les prestations de services relevant de l'article 30 du code des marchés publics sont définies au moyen de spécifications techniques.

En cas de recours à plusieurs supports de publicité pour un achat, les avis sont rédigés en termes identiques.