



ASSOCIATION DES
MAIRES DU VAR

Marchés publics et délégation de service public Marchés publics

AOUT 2010



LA DEMATERIALISATION

La réglementation

Le décret n° 2009-1702 du 30 décembre 2009 modifiant les seuils applicables aux marchés passés en application du code des marchés publics et de l'ordonnance n° 2005-649 du 6 juin 2005 relative aux marchés passés par certaines personnes publiques ou privées non soumises au code des marchés publics et aux contrats de partenariat est venu modifier les dispositions de l'article 40 du CMP.

Il est ainsi précisé que pour les collectivités territoriales :

- en ce qui concerne les fournitures et les services, les avis d'appel public à la concurrence (AAPC) des marchés compris entre 90 000 € HT et 193 000 € HT devront être publiés soit dans le bulletin officiel des annonces des marchés publics (BOAMP), soit dans un journal habilité à recevoir des annonces légales (JAL), **mais également sur un profil d'acheteur.**

Au-delà de 193 000 € HT, **la publication de l'avis d'appel public à la concurrence sur le profil d'acheteur est tout aussi nécessaire** mais doit être complétée par une publication au BOAMP **et** au journal officiel de l'union européenne (JOUE).

*Ainsi la nouvelle réglementation est sans équivoque, il semble donc obligatoire depuis le **1^{er} janvier 2010** de publier chaque avis d'appel à la concurrence pour des marchés d'un montant supérieur à 90 000€ HT **sur un profil d'acheteur et par conséquent sur un site internet dématérialisé.***

	De 4 000 € HT à 90 000 € HT	De 90 000 € HT à 193 000 € HT	De 90 000 € HT à 4 845 000 € HT	Au-delà de 4 845 000 € HT
Marchés de fournitures et de services	La publication sur un module relatif aux marchés d'un montant inférieur à 90 000 € HT est suffisante	Publication sur le profil d'acheteur et soit au BOAMP soit dans un JAL	Publication sur le profil d'acheteur au BOAMP et au JOUE	Publication sur le profil d'acheteur au BOAMP et au JOUE
Marchés de travaux		Publication sur le profil d'acheteur et soit au BOAMP soit dans un JAL		

(de 0 à 4 000 € HT : règle des trois devis de trois opérateurs économiques différents)

- en ce qui concerne les travaux, les AAPC des marchés d'un montant compris entre 90 000 € HT et 4 845 000 € HT devront être publiés soit au BOAMP, soit dans un JAL, **mais également sur un profil d'acheteur.**

Au-delà de 4 845 000 € HT, **la publication de l'avis d'appel public à la concurrence sur le profil d'acheteur est également nécessaire** et doit être complétée par une publication au BOAMP **et** au JOUE.

L'article 39 de ce même Code précise que :

« le profil d'acheteur du pouvoir adjudicateur est le site dématérialisé auquel il a recours pour ses achats ».

Le ministère de l'Economie, de l'industrie et de l'emploi précise en ces termes que :

« le profil d'acheteur est le nom donné à un ensemble de moyens informatiques comprenant le portail et l'application logicielle de gestion des procédures de passation dématérialisées des marchés publics d'un acheteur public. C'est une « salle des marchés » ou une « place de marchés virtuelle ».

Deux formules d'inscription aux modules des marchés publics sont disponibles sur la nouvelle plateforme de dématérialisation

La première permettant de ne publier que les marchés de moins de 90 000 € HT

La seconde formule permettra quant à elle aux collectivités, à la fois de publier leurs marchés de moins de 90 000 € HT mais aussi ceux de plus de 90 000 € HT

Et à compter du 1^{er} janvier 2012, l'acheteur public ne pourra plus refuser de recevoir les candidatures et les offres qui lui sont transmises par voie électronique

Mettre en place un profil d'acheteur

L'acheteur public peut développer en interne l'application logicielle convenable, ou en faire l'acquisition ou la location auprès d'un prestataire privé.

A titre d'exemple :

- L'Etat s'est doté d'une plateforme nommée « *Place des Marchés Interministérielle* », (PMI) dont l'url est la suivante : <http://www.marches-publics.gou.fr/>. Il a acquis une solution en pleine propriété et externalise les travaux de développement, d'intégration, d'hébergement, de maintenance.

- Certains acheteurs se sont dotés d'une plateforme et proposent à d'autres acheteurs de les rejoindre sur celle-ci. On parle alors de sites mutualisés. C'est le cas de certaines régions.

A défaut, les petits acheteurs peuvent faire appel à un prestataire de

services offrant une plateforme commune.

Des entreprises commercialisent des prestations de dématérialisation dont les prix unitaires varient en fonction des quantités de procédures demandées. Des lots de 2, 5, 10, 50 ou des forfaits illimités peuvent être proposés.

Il est recommandé à l'acheteur d'utiliser un seul profil d'acheteur pour le traitement de toutes ses procédures, y compris les procédures adaptées.

L'utilisation de la plateforme simplifie les tâches incombant à l'acheteur public : une partie de ces tâches est automatisée, la procédure est sécurisée par l'utilisation de l'horodatage, du chiffrement et de la signature électronique.

Pour apprendre à passer un marché dématérialisé, il est recommandé de

mettre en place un « *site-école* » (site test parfois appelé « *bac à sable* ») sur le profil d'acheteur pour que les acteurs en présence puissent s'entraîner.

La généralisation de telles fonctionnalités, permet l'appropriation des règles et des modalités de fonctionnement des plateformes.

L'acheteur public doit être attentif à la sélection des fonctionnalités de la plateforme qu'il veut retenir, afin de choisir une solution technique proportionnée à ses besoins (toute procédure peut être faite sur le profil d'acheteur).

Le coût de certains choix fonctionnels peut être disproportionné au besoin réel.

La publicité dématérialisée des marchés

Que la procédure de passation soit dématérialisée ou non, les obligations de publicité sont identiques (art.39, 40 et 41 du code des marchés publics).

Au-dessus de 90 000 € HT, il est obligatoire de mettre l'avis de publicité sur son profil d'acheteur.

Le support pour la publicité

L'acheteur public choisit le support de publicité, en fonction de critères quantitatifs (seuils) et qualitatifs.

Le mode de publicité doit permettre d'assurer une concurrence effective entre tous les opérateurs économiques ayant vocation à répondre.

Les marchés d'un montant inférieur à 90 000 € HT

Bien que cette publicité ne soit pas obligatoire, il est recommandé à l'acheteur de diffuser son avis de publicité sur son profil d'acheteur.

Il est également recommandé aux acheteurs publics d'informer les candidats potentiels, par exemple au moyen de la publication d'un avis sur un support traditionnel, de leur intention de publier désormais leurs avis sur le profil d'acheteur.

Pour des sites dont l'audience est insuffisante eu égard à l'objet du marché, ce mode d'information ne peut être qu'un moyen de publicité supplémentaire, venant compléter une publication par voie de presse.

Pour les marchés d'un montant supérieur à 90 000 € HT

Outre les obligations de publicité traditionnelles, l'acheteur public doit publier tous ses avis de publicité sur son profil d'acheteur.

Le contenu de l'avis

Pour les marchés d'un montant inférieur à 90 000 € HT et pour les marchés de l'article 30

Le recours au profil d'acheteur permet que la publicité par voie de presse soit succincte renvoyant, pour les détails, à l'annonce mise en ligne sur le profil d'acheteur.

Pour les marchés d'un montant supérieur à 90 000 € HT

L'avis d'appel public à la concurrence obligatoire d'un marché doit fournir les mêmes informations (article 40), quel que soit son support : journal officiel de l'union européenne (JOUE), bulletin officiel des annonces de marchés publics (BOAMP), journaux d'annonces légales (JAL), profil d'acheteur.....

Le contenu des avis de publicité complémentaires est laissé à l'appréciation de l'acheteur public qui peut se contenter d'informations minimales, à la condition expresse qu'il renvoie aux insertions faites dans le cadre des publications obligatoires et qui contiennent la totalité des renseignements publiés.

La publicité complémentaire peut intervenir postérieurement aux publications obligatoires.

La date de publication de l'avis de publicité sur le profil acheteur

Pour les marchés d'un montant inférieur à 90 000 € HT

L'acheteur public apprécie à quel moment l'avis de marché doit être mis en ligne sur le profil d'acheteur. La date de mise en ligne doit y être indiquée.

S'il décide d'utiliser des supports publicitaires de nature différente, ces publications doivent être simultanées ou se suivre dans un délai bref.

Le délai entre la date de la dernière publication et celui de la remise des offres doit être raisonnable.

Pour les marchés d'un montant supérieur à 90 000 € HT

La publication de l'avis public à la concurrence (AAPC) sur le profil d'acheteur ne doit pas intervenir avant son envoi au JOUE.

Dès que l'annonce a été envoyée aux organes officiels pour une publication officielle (obligatoire), il est possible de mettre en ligne l'annonce.

Mais son contenu doit être strictement identique à celui des avis officiels.

La publication de l'avis de publicité se fait par télé-procédure. Une seule saisie suffit : simplification, rapidité et sécurité.

La transmission des avis au BOAMP et le délai de publication

L'acheteur renseigne un des formulaires en ligne :

- sur le site de la direction de l'information légale et administrative (DILA) : <http://www.boamp.fr/>
- ou sur le site d'un tiers habilité (format XML), qui le télétransmet.

La confidentialité des données est assurée, car elles sont gérées dans un compte personnel protégé par un mot de passe.

Le BOAMP publie les avis d'appel public à la concurrence dans un délai maximum de 6 jours suivant la date de leur réception.

En cas d'impossibilité de publier l'édition de BOAMP dans sa version imprimée, la publication de l'édition électronique est temporairement suffisante.

Mais, dans ce cas, en application de l'article 40-VII du CMP, la DILA avertit immédiatement les abonnés à la version imprimée de l'interruption temporaire de la parution de celle-ci.

La transmission des avis au JOUE

La DILA se charge d'envoyer un avis pour publication au JOUE, que cet avis lui ait été télétransmis ou qu'il ait été saisi directement sur son site. L'acheteur doit remplir les formulaires européens. Une seule saisie suffit. L'avis est alors publié

au BOAMP et au JOUE .

Le DILA fournit à l'annonceur la preuve de la réception de l'annonce par l'office des publications officielles de l'Union européenne (OPOUE), éditeur du JOUE .

Cette preuve est disponible dans le « portefeuille » de l'annonceur public sur le site des journaux officiels. Elle prend la forme d'un accusé de réception de courriel.

L'ensemble des formulaires européens est téléchargeable à l'adresse suivante : http://simap.europa.eu/buyer/forms-standard_fr.html.

La publication au JOUE est gratuite et se fait, en principe, dans un délai inférieur à 6 jours.

0 €	90 000 € HT	Seuils communautaires
Pas obligatoire	Les avis de publicité sont publiés au JAL ou au BOAMP, et sur le profil d'acheteur	Les avis de publicité sont publiés au BOAMP et au JOUE, ainsi que sur le profil d'acheteur
<i>Au BOAMP et au JOUE, les avis de publicité sont transmis exclusivement par voie électronique</i>		

Des réductions de délais sont permises par la mise en ligne de l' AAPC et du DCE sur le profil d'acheteur

La transmission de l'avis d'appel public à la concurrence par voie électronique, permet de réduire le délai de réception des candidatures et des offres. Cette réduction est librement fixée par l'acheteur mais ne peut être supérieure à 7 jours.

Dans le cadre d'une même procédure de passation, il est possible de cumuler () la réduction des délais permise par la transmission de l'AAPC par voie électronique (7 jours maximum) avec celle autorisée par la mise en ligne du dossier de la consultation (DCE) sur le profil d'acheteur (5 jours maximum).*

Si l'avis de publicité est publié à une date différente sur le profil d'acheteur, au BOAMP ou au JOUE, seule la date de la dernière publication est à prendre en compte car c'est seulement à cette date que l'obligation de publicité est entièrement satisfaisante.

Réduire les délais de manière trop importante peut s'avérer nuisible à la concurrence et augmenter le risque d'infructuosité.

() Un tel cumul est interdit lorsque l'acheteur a fixé le délai de réception à 22 jours en cas de publication d'un avis de pré-information prévu à l'article 39 du code des marchés publics.*

Marchés publics et délégation de service public
Marchés publics

AOUT 2010

Délai minimal de réception des candidatures et des offres dans le cas d'un appel d'offres ouvert (articles 57 III et 160 du CMP)

DELAIS	DELAIS DE BASE	EN CAS D'ENVOI D'UN AVIS DE PRE-INFORMATION
<i>Situation classique</i>	52 jours	22 jours
<i>AAPC transmis par voie électronique</i>	45 jours	15 jours
<i>AAPC transmis par voie électronique + mise en ligne du DCE</i>	40 jours	15 jours

Délai minimal de réception des candidatures et des offres dans le cas d'un appel d'offres restreint (articles 60-62 et 162-163 du CMP)

DELAIS DE RECEPTION DES CANDIDATURES	DELAIS DE BASE	EN CAS D'URGENCE
<i>Situation classique</i>	37 jours	15 jours
<i>Transmission de l'AAPC par voie électronique</i>	30 jours	10 jours

DELAIS DE RECEPTION DES OFFRES A PARTIR DE L'ENVOI DE LA LETTRE DE CONSULTATION	DELAIS DE BASE	EN CAS D'URGENCE	EN CAS D'ENVOI D'UN AVIS DE PRE-INFORMATION
<i>Situation classique</i>	40 jours	10 jours	22 jours
<i>Publication AAPC + DCE par voie électronique</i>	35 jours à condition que le DCE soit en ligne dès la publication des annonces de publicité	10 jours	17 jours

Délai minimal de réception des candidatures dans le cas d'une procédure négociée (articles 65 II et 165 du CMP)

DELAIS DE RECEPTION DES CANDIDATURES	DELAIS DE BASE	EN CAS D'URGENCE
<i>Situation classique</i>	37 jours	15 jours
<i>Transmission de l'AAPC par voie électronique</i>	30 jours	10 jours

Délai minimal de réception des candidatures dans le cas d'un dialogue compétitif (article 67 II du CMP)

DELAIS DE RECEPTION DES CANDIDATURES	DELAIS DE BASE
<i>Situation classique</i>	37 jours
<i>Transmission de l'AAPC par voie électronique</i>	30 jours

La transmission de l'AAPC par voie électronique et la publication du DCE sur le profil d'acheteur, autorisent des réductions de délais. L'acheteur public doit laisser, toutefois, assez de temps aux candidats pour préparer leur dossier.

La publicité complémentaire ou modificative

Pour les marchés qui font l'objet d'une publicité complémentaire sur le profil d'acheteur, c'est la date de publication de l'AAPC faite dans les supports obligatoires qui constitue le point de départ pour le calcul des délais.

Réinitialisation des délais en cas de publication d'avis rectificatif.

La publication d'un avis rectificatif est nécessaire, si une modification substantielle de DCE est apportée. Dans ce cas, le délai accordé aux entreprises est réinitialisé. La solution est donc identique à la précédente.

Les informations relatives à la dématérialisation qui doivent figurer dans l'AAPC

Les mentions figurant dans l'avis de publicité diffèrent selon les cas où l'opérateur économique choisit le mode de transmission et ceux où le mode de transmission lui est imposé par l'acheteur public.

Les formulaires d'avis sont obligatoires : l'acheteur doit les remplir scrupuleusement.

L'attention est appelée sur les dispositions suivantes qui doivent figurer sur l'avis d'appel public à la concurrence :

1) L'adresse de téléchargement, au sein du profil d'acheteur des différents documents du DCE (RC, cahier des charges, documents et renseignements complémentaires).

2) Dans l'hypothèse où l'acheteur public estime que certains documents de la consultation sont, soit sensibles ou confidentiels, soit trop volumineux, l'adresse (physique ou électronique) où ces éléments peuvent être demandés ;

3) Les modalités de transmission (dématérialisée ou papier) des candidatures et des offres retenues par l'acheteur public ;

- si l'acheteur public choisit le mode papier : une adresse de dépôt mais également une adresse électronique ou celle de son profil d'acheteur, pour les candidats, en procédure formalisée, qui ne respecteraient pas son choix du mode de transmission.

- si l'acheteur public impose le mode électronique : une adresse électronique ou celle de son profil d'acheteur mais également, le cas échéant, une adresse de dépôt physique pour l'envoi de la copie de sauvegarde.

L'article 56 ne permet pas un mode de transmission différencié entre la candidature et l'offre.

Une offre transmise par voie dématérialisée ne peut pas succéder à une candidature envoyée sur support papier et inversement.

4) Dans le cas d'une procédure restreinte, indication de l'envoi de la lettre de consultation par voie électronique.

Les offres, mêmes volumineuses , doivent parvenir complètes dans les délais fixés par l'acheteur public. L'opérateur économique est

responsable de l'envoi de son pli électronique dans les délais fixés. Une mention sur le profil d'acheteur peut utilement attirer son attention sur les délais éventuellement nécessaires à la transmission des fichiers volumineux.

Des mentions spécifiques peuvent enrichir, en tant que de besoin, la rubrique « *Renseignements complémentaires* » du modèle d'avis public à la concurrence fixé par l'arrêté du 28 août 2006 fixant les modèles d'avis pour la passation et pour l'attribution des marchés publics et des accords-cadres.

Ces mentions doivent être aussi détaillées et pratiques que possible, de manière à leur faciliter l'accès aux documents et aux procédures dématérialisées.

Ainsi, l'adresse du lien direct vers le profil d'acheteur doit figurer dans l'avis public à la concurrence, ainsi que, le cas échéant, l'adresse du lien direct vers le DCE.

Même pour les MAPA, ces mentions devraient figurer dans les avis de publicité.

La mise en ligne des dossiers de consultation des entreprises par l'acheteur public

L'article 41 du code des marchés publics précise les documents de la consultation qui doivent être mis en ligne. L'arrêté du 14 décembre 2009 relatif à la dématérialisation des procédures de passation des marchés publics, paru au journal officiel du 20 décembre 2009, prévoit les mesures d'application du dispositif.

Le dossier de consultation des entreprises (DCE) est mis en ligne sur le profil d'acheteur. Les conditions d'accès sont mentionnées dans l'avis de publicité (cf.infra) ou dans la lettre de consultation (articles 41,62,66 et 67du code des marchés publics).

0 €	90 000 € HT	Seuils communautaires
<p>- L'acheteur public peut imposer la transmission des candidatures et des offres par voie électronique.</p>	<p>L'acheteur public doit publier sur son profil d'acheteur les avis d'appel public à la concurrence (AAPC) et les dossiers de consultation des entreprises (DCE)</p> <p>- Pour tous les achats, l'acheteur public peut imposer la transmission des candidatures et des offres par voie électronique. Il en informe toujours les candidats, par exemple via le règlement de consultation (RC).</p> <p>Pour les achats de fournitures de matériels informatiques et de services informatiques : l'opérateur économique doit transmettre sa candidature et son offre électronique. Les candidatures et les offres papier sont refusées.</p> <p>L'acheteur public doit être en mesure de recevoir les plis électroniques.</p> <p>A compter du 1^{er} janvier 2012, l'acheteur public ne pourra plus refuser de recevoir les candidatures et les offres qui lui seront transmises par voie électronique.</p>	<p>- L'acheteur public doit être en mesure de recevoir toutes les candidatures et les offres par voie électronique</p>

La présentation des documents du DCE à mettre en ligne

Les noms des fichiers constitutifs du DCE doivent apparaître clairement, pour que les opérateurs économiques sachent, sans avoir à les ouvrir, de quels documents il s'agit.

L'acheteur pourrait, par exemple, intituler un fichier « lisez-moi d'abord ! » et y mettre sa charte de nommage : RC pour « règlement de consultation », CC pour « cahier des charges », AE pour « projet d'acte d'engagement à compléter »....

Pour gérer au mieux les modifications éventuelles, il est recommandé de préciser un numéro de version ou de dater chaque fichier. exemple CCTP v1 ; CCTP v1.1, etc.

Cela permet notamment aux candidats ayant choisi de télécharger le DCE sans s'identifier, de pouvoir facilement détecter, s'ils reviennent sur le profil d'acheteur, les changements éventuels dans les différents documents composant le DCE.

Le contenu informatif des fichiers mis en ligne est identique à celui des pièces remises aux opérateurs économiques qui en ont demandé la transmission sur un support papier ou éventuellement sur un support physique électronique.

Par exemple, si des formulaires électroniques sont joints au DCE mis en ligne, ils doivent être également joints au DCE transmis sur un support papier.

Les formats de fichier à utiliser

Le respect des principes de liberté d'accès à la commande publique, d'égalité des traitements des candidats et de transparence des procédures, implique que l'acheteur public choisisse un ou plusieurs formats largement disponibles, dont l'usage est répandu dans le secteur professionnel comprenant les opérateurs susceptibles d'être intéressés par le marché, afin que les documents puissent être lus ou téléchargés aisément.

La notion de « largement disponible » s'apprécie au regard de la situation propre de l'ensemble des Etats membres et pas uniquement à celle de la France. Elle ne s'apprécie pas par rapport aux habitudes de l'opérateur économique candidat.

Ainsi, l'opérateur économique pourra devoir renoncer à son format habituel si celui-ci n'est pas répandu. Le pouvoir adjudicateur devra veiller à ne pas imposer des coûts d'acquisition trop élevés et tenir compte des délais d'acquisition et de maîtrise des formats par le candidat pour fixer

les délais de remise (des candidatures) des offres.

Il est recommandé d'utiliser des fichiers mentionnés au référentiel général d'interopérabilité et des formats de documents révisables (y compris pour l'acte d'engagement).

Un mode révisable permet de modifier un fichier, en utilisant des moyens ordinaires liés à la manipulation du format support de ce document. Par exemple, l'acheteur peut mettre en ligne un modèle de fichier, une structure de feuille de calcul figée à l'exception des champs à remplir par l'entreprise : un fichier « bordereau de prix » en .ods ou .xls (modes révisables).

L'intérêt de ce mode révisable est de permettre :

- aux entreprises, de réutiliser, d'exploiter ce document, en évitant ainsi des ressaisies et donc des risques d'erreurs et de perte de temps ;
 - aux acheteurs, d'automatiser la collecte et la comparaison des données, des prix notamment.
- Le format PDF est un format de fichier figé. Le seul intérêt pratique est de mettre à disposition une image et de garantir l'absence de manipulations involontaires. La mise en page est conservée.

L'acheteur public peut, par exemple utiliser les formats de fichiers suivants :

TYPOLOGIE DES FICHIERS	EXTENSIONS CORRESPONDANTES
<i>Le format PDF (mode non révisable)</i>	.pdf
<i>Le format texte universel (mode révisable)</i>	.rtf
<i>Le format bureautique ouvert ODF (mode révisable, format ouvert, normalisé ISO)</i>	.odt pour les textes .ods pour les feuilles de calcul .odp pour les présentations de diaporama .odg pour les dessins et graphiques
<i>Le format bureautique propriétaire de Microsoft (mode révisable)</i>	.doc ou .docx pour les textes .xls ou .xlsx pour les feuilles de calcul .ppt ou .pptx pour les présentations de diaporama
<i>Le format de CAO « OpenDWG » (mode révisable) pour les plans ou dessins techniques Ou le format PDF 1.7 (mode non révisable, normalisé ISO, conservation des calques)</i>	.dxf
<i>Le format propriétaire DWG (mode révisable) pour les plans et dessins techniques ou le format propriétaire DWF (mode non révisable)</i>	.dwg
<i>Les formats images JPEG, PNG ou TIFF/EP pour les photographies, pour les images</i>	.jpg .png .tif
<i>Les formats audio MP3 (format compressé – qualité ordinaire) ou WAV (format non compressé – haute qualité) pour les fichiers sonores</i>	.mp3 .wav
<i>Le format vidéo MPEG-4</i>	.mp4
Il est recommandé de compresser les fichiers, en utilisant des logiciels du type 7-zip ou .zip.	

Possibilité et conditions de mise en ligne partielle du DCE

Une mise en ligne partielle est possible, y compris pour les achats de plus de 90 000 € HT, notamment lorsque, pour des raisons de confidentialité ou de volume, certains documents ne peuvent pas être en ligne.

L'article 3 de l'arrêté du 14 décembre 2009 relatif à la dématérialisation des procédures de passation des marchés publics l'autorise dans les cas suivants :

- en raison du caractère sensible ou confidentiel des informations contenues dans ces documents. (L'acheteur public, sous le contrôle du juge, détermine le caractère sensible ou confidentiel de certains éléments).

Le risque est, en effet, de voir diffuser rapidement et de manière non contrôlée des fichiers informatiques, dont le contenu est sensible.

- en raison de leur volume trop important. L'acheteur public peut apprécier ce volume par référence au temps de téléchargement, en fonction du débit

internet accessible aux opérateurs économiques potentiellement concernés.

Dans ces deux hypothèses, l'acheteur public transmet de manière traditionnelle ces éléments aux opérateurs économiques qui le demandent au service dont les coordonnées figurent dans l'appel public à la concurrence: papier, CD-ROM, clé USB....

Les conséquences d'une mise en ligne partielle

Lorsque le DCE n'est mis en ligne que partiellement, les réductions des délais de remise des candidatures ou des offres prévues par le code des marchés publics ne peuvent entièrement s'appliquer.

Le préalable pour mettre en ligne le DCE

L'acheteur public doit s'assurer que les documents constituant le DCE sont identiques quelle que soit la voie, papier ou électronique, par laquelle ces documents sont communiqués aux opérateurs économiques.

L'accès au DCE sur le profil d'acheteur doit toujours être libre, direct et complet. Il est recommandé de mentionner le lien vers les documents eux-mêmes.

L'avis de publicité doit comporter l'adresse à laquelle les documents de la consultation (ainsi que les autres documents et renseignements nécessaires) sont consultables.

La date de mise en ligne du DCE

En appel d'offres ouvert et pour bénéficier de la réduction des délais en appel d'offres restreint, les documents de la consultation doivent être disponibles sur le profil d'acheteur à la date de la publication de l'avis de publicité.

La mise en ligne du DCE sur le profil d'acheteur est possible dès l'envoi de l'annonce de publicité aux organes de publication.

La signature électronique du DCE par l'acheteur n'est ni obligatoire ni nécessaire.

Les informations devant figurer dans le règlement de la consultation

- *Le mode de transmission souhaité ou imposé par l'acheteur ;*
- *Le mode de transmission imposé par la réglementation, le cas échéant ;*
- *Le choix irréversible et global du mode de transmission ;*
- *L'adresse du profil d'acheteur ;*
- *Les formats de fichier acceptés par l'acheteur ;*
- *Les supports physiques acceptés par l'acheteur ;*
- *L'organisation de l'enveloppe virtuelle : organisation et nommage des fichiers ;*
- *L'obligation de signer électroniquement, le cas échéant ;*
- *La liste des catégories de certificats de signature électronique, le cas échéant ;*
- *Les formats de signature(*) acceptés et les applications de vérification de signature électronique utilisées par le pouvoir adjudicateur le cas échéant ;*
- *La confidentialité des enveloppes transmises par voie électronique (via le certificat de chiffrement) ;*
- *Le délai de réception et l'horodatage des enveloppes ;*
- *La possibilité d'adresser parallèlement une copie de sauvegarde, et l'adresse correspondante ;*
- *La taille maximum acceptée, en Mo, pour le dépôt des plis ;*
- *Si elle existe, la référence aux services d'une assistance pour le dépôt des plis.*

(*)Un format correspond à une façon de structurer et de stocker des données. Deux formats de signature (ex : PKCS # 7 ou XadES).

Sources : Guide pratique, DAJ MAI 2010/ Code des marchés publics / HA , le mensuel de l'acheteur public /