



Achat public de livres

Vade-mecum

**à l'usage des bibliothèques de l'État,
des collectivités et de leurs établissements**

— nouvelle édition —
août 2011



Direction générale
des médias et des
industries culturelles

**Le Vade-mecum à l'usage des bibliothèques de l'État, des collectivités
et de leurs établissements**

est une publication du Service du livre et de la lecture
de la Direction générale des médias et des industries culturelles
du Ministère de la culture et de la communication

Il a été rédigé et coordonné par Éléonore Clavreul
avec la collaboration de Rémi Gimazane, Hervé Renard et Liliane de Carvalho
(MCC/DGMIC, Service du livre et de la lecture, Département de l'édition et de la librairie)

et avec le concours de

Thierry Auger ([CNL](#), Centre national du livre)
Stéphanie Meissonnier, Sophie Garayoa ([FILL](#), Fédération interrégionale du livre
et de la lecture)
Élisabeth Mandallaz, Odile Cramard ([ARALD](#), Agence Rhône-Alpes pour le livre
et la documentation)
Olivier Pennaneac'h ([ArL PACA](#), Agence régionale du Livre Provence-Alpes-Côte d'Azur)
Laurent Delabouglise ([CRLBN](#), Centre régional des lettres de Basse-Normandie)
Mathilde Rimaud, Olivier du Payrat ([ECLA](#), Écrit Cinéma livre et Audiovisuel en Aquitaine)
Delphine Le Bras ([LLB](#), Livre et lecture en Bretagne)
Élodie Ficot ([MOTif](#), Observatoire du livre et de l'écrit en Ile-de-France)
Pascal Wagner ([ABE](#), Association des bibliothécaires français)
Dominique Lahary ([IABD](#), Interassociation archives bibliothèques documentation)
Pierre Carbone ([IGB](#), Inspection générale des bibliothèques)
Guillaume Husson ([SLE](#), Syndicat de la librairie française)
Christian Roblin ([Sofia](#), Société française des intérêts des auteurs de l'écrit)

Remerciements particuliers

Marilyne Guiry
(MCC/Secrétariat général, Sous-direction des affaires juridiques)
Sophie Guillemain, Aude Lambotin, Ivan Pertuy
(Ministère de l'économie, des finances et de l'industrie,
Direction des affaires juridiques, Bureau Conseil aux acheteurs)
pour leurs relectures attentives et précises
ainsi que
Henri Gay, Sébastien Respingue-Perrin
anciens collègues du Département de l'édition et de la librairie,
qui ont posé les jalons de la présente édition

Sommaire

Avant propos	5
Préambule.....	7
1/ Les éléments du dialogue avec le service des achats.....	10
[La loi sur le prix du livre].....	11
1 - A - Quelques principes de base de l'achat public	11
Pourquoi le code des marchés publics ?.....	11
Qu'est-ce qu'un marché public ?.....	12
Qu'est-ce qu'un pouvoir adjudicateur ?.....	12
Quels sont les trois principes de la commande publique ?.....	13
Qu'est-ce qu'un besoin homogène ?.....	13
Quelles sont les grandes étapes ?.....	14
1 - B - Qui fait quoi ?.....	15
Rôle et responsabilité de la bibliothèque et du service des achats.....	15
1 - C - Définir le besoin de livres et le montant du marché.....	16
Définir le besoin.....	16
[La SOFIA].....	19
Les cas particuliers et les exceptions.....	20
[La définition des livres scolaires].....	20
Évaluer le montant du marché	21
[Le choix de la durée du marché].....	22
La forme du marché.....	23
Indiquer le montant du marché.....	23
1 - D - Les procédures de passation et leurs obligations.....	24
Tableau récapitulatif des seuils/procédures/obligations de publicité	25
Les marchés « sans formalités »	27
Les marchés à procédure adaptée (MAPA)	27
Les marchés sur appel d'offres (MAO).....	30
[Le hors-marché ou l'usage du « 1 % »].....	31
La négociation.....	32
L'information des candidats : quelques bonnes pratiques.....	33
2/ Des éléments pour bien choisir ses fournisseurs.....	33
2 - A - L'obtention d'un marché public pour un libraire.....	34
Des retombées positives.....	34
Un équilibre fragile.....	34
[La trésorerie du libraire].....	36
[Le groupement pour répondre à une consultation].....	37
2 - B - La préparation du marché	37
Rédiger les pièces contractuelles.....	37
Répartir en lots un marché de livres.....	39
[Exemples de lots susceptibles de décourager ou d'écarter certains fournisseurs].....	40
Les critères de choix des offres/pondération.....	40
[Les critères de sélection des candidatures et de choix des offres].....	40
[Le critère prix pour les achats de livres des bibliothèques].....	41

[Exemple de critères/sous-critères].....	43
[Critères à manier avec précaution].....	44
Un point de vigilance : les demandes de fournitures et de services annexes au livre.....	46
[L'office].....	48
Le rapport d'analyse des offres.....	48
L'attribution des lots.....	49
2 - C - L'exécution du marché.....	50
Les achats en magasin.....	50
Le suivi du marché.....	50
La référence à l'exécution d'un marché antérieur.....	51

Annexes

Annexe 1 – Ressources.....	52
Cadre législatif et réglementaire.....	52
Études.....	52
Sites institutionnels et professionnels.....	53
Annexe 2 – Extraits du Code des marchés publics.....	54
Annexe 3 – Adresses des pages internet citées.....	62

Le cadre des relations entre bibliothèques et librairies a singulièrement évolué au cours de la dernière décennie. La mesure la plus commentée à l'époque fut sans doute le plafonnement des rabais sur les ventes de livres non scolaires introduit par la loi du 18 juin 2003, à la fois pour alimenter le droit de prêt et pour mettre un terme à la surenchère sur les rabais qui tendait à évincer les librairies des marchés de bibliothèques ; mais les réformes successives du Code des marchés publics à compter de 2001, et notamment la notion de « marché au premier euro » apparue en 2004, ont également eu un effet significatif sur l'organisation des relations entre les bibliothèques et leurs fournisseurs comme sur l'économie des marchés publics de livres.

Ce sont les effets conjugués de ces modifications législatives et réglementaires que le Ministère de la culture et de la communication, en partenariat avec la Sofia, la Fill et six des structures régionales pour le livre qui y adhèrent, a cherché à mesurer en conduisant en 2010 l'étude sur *l'Accès des librairies aux marchés d'achats de livres des bibliothèques*. Au plan qualitatif, cette étude a notamment fait ressortir l'inégale familiarité des bibliothécaires avec le Code des marchés publics et ses évolutions, leurs difficultés à élaborer des critères d'attribution opérants mais aussi une connaissance encore trop mal partagée des contraintes des fournisseurs.

La publication de cette nouvelle édition du *Vade-mecum de l'achat public de livres*, annoncée par le Ministre de la culture et de la communication lors des Rencontres nationales de la librairie en mai 2011, constitue l'un des volets du plan d'action et de sensibilisation adopté à l'issue de cette étude.

Elle vise à aider les bibliothécaires, au sein des collectivités territoriales comme des universités, à préparer leurs marchés d'achats de livres : d'abord en leur fournissant des éléments qui peuvent faciliter leur dialogue avec le service des achats de leur collectivité (présentation synthétique des grandes lignes du cadre législatif et réglementaire, présentation des souplesses du Code des marchés) mais aussi avec leurs fournisseurs.

Elle vise aussi à capitaliser les enseignements des quelque 150 entretiens menés dans le cadre de l'étude de 2010 – que ce soit les « bonnes pratiques » ou, au contraire, celles qui risquent de conduire à un résultat non souhaité –, enseignements enrichis de l'expérience des structures et organisations professionnelles qui ont accompagné l'élaboration de ce document, dont la rédaction a également bénéficié du concours précieux de la Direction des affaires juridiques du Ministère de l'économie, des finances et de l'industrie .

S'il s'adresse d'abord aux bibliothécaires, le *Vade-mecum* est aussi un outil à la disposition des autres acteurs des marchés publics de livres, qu'il s'agisse des libraires et des autres fournisseurs de livres, des services des achats des collectivités ou encore des élus, pour mieux appréhender la spécificité de ces marchés.

Nous espérons qu'il puisse aider les différents acteurs publics concernés à concilier, d'une part, les principes de liberté d'accès, d'égalité de traitement et de transparence qui régissent l'achat public et, d'autre part, le souci légitime de contribuer, par leurs achats, à la consolidation de la diversité et de la densité des réseaux de vente du livre.

Nicolas Georges
Directeur chargé du livre et de la lecture

Préambule

Les bibliothèques sont des acteurs importants et souvent stratégiques de l'équilibre économique des librairies. Les acquisitions des bibliothèques peuvent en effet représenter une part non négligeable du chiffre d'affaires de ces commerces et donc avoir des conséquences sur leur vitalité et leur pérennité.

Les bibliothécaires, tout comme les collectivités et les établissements dont elles font partie, sont souvent conscients de cette réalité, mais leur action est encadrée sur le plan juridique par le code des marchés publics (CMP).

Dans ce contexte, les bibliothécaires doivent se former, s'emparer de procédures et d'un langage bien peu bibliothéconomique pour dialoguer avec des services des achats souvent coopératifs mais aussi, parfois, peu au fait des règles très particulières qui encadrent ce secteur. Les bibliothécaires doivent aussi prendre conscience de ce qu'implique pour un libraire une candidature sur un ou plusieurs lots, en termes de charge de travail au moment de la réponse mais aussi tout au long de l'année, ainsi qu'en incidences sur sa trésorerie, son fonds, son chiffre d'affaires, son personnel et sa rentabilité.

Une étude menée par le service du livre et de la lecture du ministère de la culture et de la communication (MCC) en collaboration très étroite avec la Fédération interrégionale du livre et de la lecture (FILL) et six des structures régionales du livre qui y adhèrent¹ et publiée en août 2010 a, pour la première fois, fait le point sur l'[Accès des libraires aux marchés d'achats de livres des bibliothèques](#). Elle a notamment montré que la lecture trop stricte par de nombreuses collectivités des réformes successives du CMP à partir de 2004 les a conduites à recourir de façon systématique à des procédures nationales de marchés, affaiblissant de fait leur politique d'aménagement culturel du territoire. L'étude a également montré que libraires et bibliothécaires s'étaient appropriés assez inégalement le CMP et que la spécificité des marchés de livres – le prix unique et le plafonnement des

¹ L'Agence Rhône-Alpes pour le livre et la documentation, l'Agence régionale du livre Provence-Alpes-Côte d'Azur, le Centre régional des lettres de Basse-Normandie, Ecrit Cinéma livre et Audiovisuel en Aquitaine, Livre et lecture en Bretagne, le MOTif, Observatoire du livre et de l'écrit en Ile-de-France. Le comité de pilotage associait également des représentants des Directions régionales des affaires culturelles du MCC, des ministères de l'éducation et de l'enseignement supérieur et de la recherche, des organisations professionnelles des bibliothèques (ABF, ADBU), de l'édition (SNE, Savoir lire), de la librairie (SLF) et de la Sofia.

rabais (voir *La loi sur le prix du livre*, p. 11) – n'était pas toujours connue des services des achats des différentes collectivités.

Il arrive ainsi régulièrement que les procédures employées soient plus contraignantes que ne l'exige le CMP. Cette formalisation excessive est venue contrarier les effets positifs de la [loi n° 2003-517 du 18 juin 2003 relative à la rémunération au titre du prêt en bibliothèque et renforçant la protection sociale des auteurs](#), qui, en plafonnant les rabais, avait permis aux petites et moyennes librairies générales de reprendre position sur les marchés d'achats de livres des bibliothèques de prêt. Ce mouvement est d'autant plus inquiétant pour ces structures qu'elles voient leur activité de vente aux particuliers concurrencée par le développement de la vente en ligne.

Cette étude fait d'ailleurs ressortir une tendance récente à la **concentration du marché** de la vente de livres aux bibliothèques et le rôle significatif des achats des bibliothèques universitaires dans cette concentration, qui bénéficie à quelques très grandes librairies au rayonnement national au détriment des librairies générales ayant une zone de chalandise plus locale.

C'est pourquoi il a paru nécessaire de réactualiser le *Vade-mecum à l'usage des bibliothèques territoriales* publié par le MCC en [2005](#) et dont le MOTif, observatoire du livre et de l'écrit en Ile-de-France, avait fait une [mise à jour](#) en 2009. La nouvelle édition de ce *Vade-mecum* est élargie à l'ensemble des acheteurs publics de livres pour les bibliothèques. Elle repose sur la dernière version du CMP (2010). Son objectif est de donner aux bibliothécaires les outils d'un dialogue constructif avec leurs deux interlocuteurs principaux :

- **le service des achats de leur collectivité ou de leur établissement**

Le dialogue avec le service des achats se fera en direct. Il aura pour objet la sensibilisation aux spécificités propres à l'achat de livres avant même la définition du besoin en livres et autres supports. Ce besoin devra être défini et évalué, ce qui permettra de déterminer la procédure à appliquer. Ensuite, le lien se poursuivra au moment du choix du ou des fournisseurs et enfin autour du suivi du marché. **Dans cet échange, ce vade-mecum pourra être un outil partagé avec profit par les deux services.**

- **les libraires**

En revanche, avec les libraires, fournisseurs et interlocuteurs réguliers des bibliothèques, le dialogue, au moment de la passation du marché, se fera par l'intermédiaire du cahier des charges. Fondé sur l'analyse des besoins de la bibliothèque et sur une bonne connaissance du métier de libraire, de ses objectifs et de ses contraintes, un cahier des charges bien conçu permettra aux libraires de répondre plus aisément à l'offre de marché. Il permettra aussi à l'acheteur d'exprimer clairement ses attentes et de choisir les fournisseurs y répondant le mieux.

Ainsi, on trouvera dans ce *Vade-mecum* :

1/ le vocabulaire de l'acheteur public, les principaux éléments du CMP ainsi que des conseils pour mieux l'utiliser au regard des spécificités du secteur du livre ;

2/ des éléments pour rédiger un cahier des charges conforme aux besoins de la bibliothèque et prenant en compte les données concrètes d'organisation d'une librairie.

Des liens hypertextes vers les articles du CMP cités sont placés dans la version en ligne. Ces articles sont également reproduits, par entrées thématiques classées par ordre alphabétique, en annexe 2.

Le plan retenu correspond globalement aux étapes successives de la passation d'un marché. Ces informations juridiques sont ponctuées d'encadrés destinés à illustrer, préciser ou mettre en avant un point abordé dans le corps du texte.

Si ce document concerne essentiellement les achats publics de livres imprimés, **une partie des informations peut être appliquée aux acquisitions de livres numériques**, pour lesquelles la problématique de l'accès des librairies aux marchés publics reste la même ².

² Des ressources spécifiques pour l'acquisition de livres numériques seront élaborées ultérieurement en complément.

1/ Les éléments du dialogue avec le service des achats

Dans la suite de ce document, on appellera « service des achats » l'interlocuteur de la bibliothèque en charge des marchés publics. Dans la réalité, ce ou ces services se retrouvent sous différentes appellations (service juridique, service des marchés, etc.).

Lors de la passation d'un marché, le service des achats, référent sur le plan juridique, s'appuie le plus souvent sur le principal service bénéficiaire de l'achat de livres, la bibliothèque, qui lui apporte sa connaissance du secteur.

Il n'est pas attendu du bibliothécaire qu'il maîtrise l'ensemble des dispositions du CMP pour tenir tout son rôle dans le déroulement du marché. En revanche, il lui sera nécessaire de savoir faire œuvre de pédagogie dans son domaine de compétence et de connaître les grands principes, les éléments principaux et le vocabulaire particulier de ce code. Le CMP est très souple depuis 2004. Aussi, une veille régulière ou une actualisation des connaissances peut être nécessaire au moment de la passation du marché notamment en raison de possibles évolutions jurisprudentielles.

Ce partage du travail entre les deux services est un élément majeur du bon déroulement des opérations. **La complémentarité et l'entente entre les deux services est déterminante à toutes les étapes de la passation du marché.** La qualité de cet échange garantit en effet l'optimisation de la formulation du besoin et de la rédaction du cahier des charges, ainsi que l'équilibre entre les impératifs techniques et juridiques.

Cette partie expose les règles principales des marchés publics tout en donnant les éléments nécessaires à la construction d'un dialogue avec le service des achats, ce qui suppose la prise en compte de la singularité du marché d'achat de livres.

[La loi sur le prix du livre]

La loi du [10 août 1981](#) (dite loi Lang) a mis en place le système du « prix unique » du livre. Chaque livre a un prix, fixé par l'éditeur et figurant sur l'ouvrage (le « prix public »), que chaque détaillant doit respecter. De façon générale, le rabais maximum que le détaillant peut consentir sur ce prix est de 5 %.

Cependant, l'article 3 de cette loi, modifié par la loi du [18 juin 2003](#) n° 2003-517, prévoit que lorsque l'acheteur est l'État, une collectivité locale, un établissement d'enseignement, de formation professionnelle ou de recherche, un syndicat représentatif, un comité d'entreprise ou une personne morale gérant une bibliothèque accueillant du public pour la lecture ou pour le prêt, ce rabais peut atteindre au maximum 9 % (sauf pour les livres scolaires – voir *La définition des livres scolaires*, p. 20).

La loi dispose également que, lorsqu'il vend à une bibliothèque de prêt accueillant du public, le détaillant reverse 6 % du prix public du livre HT à la Sofia au titre du [droit de prêt](#). Pour le libraire, ce reversement s'ajoute au rabais accordé à la bibliothèque, ce qui équivaut en fait à un rabais effectif qui peut atteindre 15 %.

L'objectif de la loi sur le prix du livre est de favoriser la diversité de la production éditoriale et son accès au public le plus large grâce au maintien d'un réseau de détaillants dense et varié sur l'ensemble du territoire.

Voir également : [Prix du livre mode d'emploi](#) et encadré Sofia (p. 19)

1 - A - Quelques principes de base de l'achat public

Pourquoi le code des marchés publics ?

On distingue les marchés publics des autres actes commerciaux afin de rationaliser et d'encadrer les dépenses publiques dans un souci « d'efficacité de la commande publique et de la bonne utilisation des deniers publics » ([article 1 du CMP](#)).

Tout achat public constitue donc un marché, dès le premier euro, ce qui implique qu'il est tenu de respecter les grands principes de la commande publique.

Qu'est-ce qu'un marché public ?

C'est un **contrat** d'achat administratif, conclu à **titre onéreux** entre deux parties (le pouvoir adjudicateur et l'opérateur économique public ou privé) pour répondre aux **besoins** du pouvoir adjudicateur en matière de **travaux, de fournitures ou de services** ([article 1 du CMP](#)). **Les marchés de livres** sont des marchés de fournitures, bien qu'ils comportent souvent des services liés à la fourniture de livres (voir 2-B).

Qu'est-ce qu'un pouvoir adjudicateur ?

C'est l'autorité administrative qui passe le marché. Sont considérés comme « pouvoirs adjudicateurs »³ : l'État, les collectivités territoriales, les organismes de droit public⁴ et les associations formées par une ou plusieurs de ces collectivités ou par un ou plusieurs de ces organismes de droit public.

Les pouvoirs adjudicateurs soumis au CMP sont l'État et ses établissements publics autres que ceux ayant un caractère industriel et commercial ainsi que les collectivités territoriales et leurs établissements publics. Les autres pouvoirs adjudicateurs sont soumis à 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 ainsi qu'au décret [n° 2005-1742 du 30 décembre 2005](#) qui fixe les règles applicables aux marchés passés par les pouvoirs adjudicateurs mentionnés à l'article 3 de

³ Au sens de la directive 2004/18/CE du Parlement européen et du Conseil du 31 mars 2004 relative à la coordination des procédures de passation des marchés publics de travaux, de fournitures et de services.

⁴ Par « organisme de droit public », on entend tout organisme : a) créé pour satisfaire spécifiquement des besoins d'intérêt général ayant un caractère autre qu'industriel ou commercial, b) doté de la personnalité juridique et c) dont soit l'activité est financée majoritairement par l'État, les collectivités territoriales ou d'autres organismes de droit public, soit la gestion est soumise à un contrôle par ces derniers, soit l'organe d'administration, de direction ou de surveillance est composé de membres dont plus de la moitié sont désignés par l'État, les collectivités territoriales ou d'autres organismes de droit public.

l'ordonnance n° 2005-649 du 6 juin 2005. Ces textes étant issus de la même directive que celle transposée dans le CMP, les règles de passation qu'ils édictent sont très proches de celles du CMP.

Le pouvoir adjudicateur endosse la responsabilité du marché et donc du choix de l'attributaire du marché. Cependant, ce choix se fait en concertation avec les services concernés et, le plus souvent, à l'issue d'une réunion de l'assemblée délibérante (commission d'appel d'offres, généralement), à laquelle il est recommandé à la bibliothèque d'assister.

Quels sont les trois principes de la commande publique ?

Les marchés publics doivent respecter les principes de :

- **liberté** d'accès à la commande publique
- **égalité** de traitement des candidats
- **transparence** des procédures

C'est pour respecter ces principes que l'acheteur public définit son besoin, en fait la publicité, met en concurrence les acteurs économiques susceptibles de répondre à ce besoin, puis sélectionne « **l'offre économiquement la plus avantageuse** ». Cette expression signifie que l'acheteur doit porter attention au prix, mais aussi à la qualité des prestations et au respect des modalités d'exécution du marché ⁵.

Qu'est-ce qu'un besoin homogène ?

L'acheteur public doit définir puis estimer son besoin. Selon [l'article 27](#) du CMP, pour estimer son besoin, il applique la règle de « **computation des seuils** », c'est-à-dire qu'il additionne l'ensemble des besoins présentant les **les mêmes caractéristiques (besoin homogène) ou concourant à un même projet (unité fonctionnelle)** pour l'année ⁶.

⁵ On peut utilement se référer à la [circulaire du 29 décembre 2009 relative au Guide de bonnes pratiques en matière de marchés publics](#) et aux dispositions de [l'article 35-I](#) du CMP.

⁶ Si le marché à une durée supérieure à un an, le besoin s'apprécie sur la durée du marché. Le CMP prévoit une règle particulière pour les marchés d'une durée inférieure ou égale à un an.

La définition du besoin homogène est laissée à l'appréciation de l'acheteur, qui peut se référer à titre principal à la [nomenclature CPV](#) (Common Procurement Vocabulary, vocabulaire commun pour les marchés publics de l'Union européenne qui permet de désigner l'objet du marché quelle que soit la langue utilisée) mais également à la nomenclature propre du pouvoir adjudicateur ou, à défaut, à la *Nomenclature de fournitures et de prestations de services homogènes*⁷ de 2001, qui guident l'acheteur pour la computation des seuils. On trouvera des extraits de ces nomenclatures p. 17.

Définir une unité fonctionnelle permet de regrouper une pluralité de fournitures (familles différentes) concourant à un même objet. Dans cette hypothèse, l'ensemble des prestations nécessaires à l'élaboration d'un projet et faisant partie d'un ensemble cohérent sont prises en compte de manière globale (cf. point 8.2 du *Guide des bonnes pratiques*).

L'enjeu de cette définition pour le besoin des bibliothèques sera développé dans la partie 1-C de ce document.

Quelles sont les grandes étapes ?

Étape 1 - Préparation de la procédure :

- définition du besoin
- choix de la procédure et de la forme du marché
- allotissement
- rédaction du cahier des charges
- définition des critères de sélection des offres et de leur pondération

Étape 2 - Mise en œuvre de la procédure

- mesures de publicité et de mise en concurrence
- sélection des candidats (voir encadré p. 40)
- sélection des offres (voir encadré p. 40)
- information des candidat

Étape 3 - Exécution du marché

⁷ Établie par l'arrêté du 13 décembre 2001 définissant la nomenclature prévue aux II et III de l'article 27 du code des marchés publics, cette nomenclature a été abrogée en 2006 et n'a donc plus de valeur juridique.

1 - B - Qui fait quoi ?

La répartition des tâches qui est décrite ici est la plus courante mais, selon les contextes, des variantes sont possibles.

Certaines étapes peuvent faire l'objet de discussions entre le service des achats de la collectivité ou de l'établissement et la bibliothèque, tandis que d'autres sont clairement du ressort de l'un de ces deux services. Dans tous les cas, le service responsable des achats aura toujours un regard et un rôle de conseil sur ce que produit la bibliothèque.

La définition du besoin (fourniture de livres, d'autres supports et éventuellement de services associés à cette fourniture) et du montant de ce besoin peut faire l'objet d'une discussion. En effet si le budget de la bibliothèque lui-même n'est pas discuté, sa répartition en différents lots peut avoir des conséquences sur l'évaluation du montant global du marché – et donc sur sa forme, sa durée, etc. – dont il convient de mesurer toutes les implications.

Rôle et responsabilité de la bibliothèque et du service des achats

<u>La bibliothèque,</u> en tant que service bénéficiaire de l'achat, est la mieux à même de nourrir la réflexion sur son besoin et la qualité du prestataire.	<u>Le service des achats</u> travaille en collaboration avec la bibliothèque. Son rôle est de contrôler la légalité puis de valider les documents. Il évalue les risques juridiques apparaissant au cours du marché.
Elle doit :	Concrètement, il doit en principe :
<ul style="list-style-type: none">• participer à la définition du besoin et à sa répartition en lots	
<ul style="list-style-type: none">• rédiger le cahier des charges	<ul style="list-style-type: none">• déterminer la procédure applicable et la forme du marché• assurer les mesures de publicité et de mise en concurrence
<ul style="list-style-type: none">• participer à la définition des critères de sélection des offres et à leur pondération	.../...

<ul style="list-style-type: none"> • participer à la sélection des offres (rédiger et présenter le rapport d'analyse des offres) 	<ul style="list-style-type: none"> • vérifier la validité des candidatures
<ul style="list-style-type: none"> • assister à la commission d'appels d'offres (CAO) lorsqu'elle existe⁸ ou à toute autre instance de délibération 	<ul style="list-style-type: none"> • organiser le cas échéant la délibération • participer à la sélection des offres • notifier aux candidats le refus ou l'acceptation de leur offre • notifier le marché
<ul style="list-style-type: none"> • participer au suivi du déroulement du marché 	
<ul style="list-style-type: none"> • alerter le service des achats en cas de mauvaise exécution 	<ul style="list-style-type: none"> • élaborer les courriers et, le cas échéant, mettre en œuvre les clauses de pénalités, voire la résiliation.

1 - C - Définir le besoin de livres et le montant du marché

Définir le besoin

Pour analyser son besoin le pouvoir adjudicateur a à sa disposition deux méthodes de calcul :

- soit il procède à une estimation des fournitures homogènes en raison de leurs caractéristiques propres : dans ce cas, on regroupera les besoins en livres de différents services d'une même collectivité ou d'un même établissement ;
- soit il procède à une estimation des fournitures homogènes qui constituent une unité fonctionnelle : dans ce cas, plusieurs types de fournitures peuvent être regroupés dans un même marché (différents supports d'information par exemple).

L'acheteur est responsable de cette définition du besoin et, pour limiter le risque d'erreur, il lui est recommandé de se reporter aux nomenclatures citées p. 14 qui distinguent ainsi les acquisitions de livres :

⁸ Pour l'État et ses établissements publics, il n'y a plus d'obligation de constituer des commissions d'appel d'offres (décret n°2008-1355). Pour les collectivités territoriales, cette obligation existe toujours lorsqu'est mise en œuvre une procédure formalisée (MAO), mais n'existe plus pour les procédures adaptées (MAPA). Voir 1-D *Les procédures de passation*.

Extrait de la Nomenclature CPV

Numéro	Intitulé
22110000-4	Livres imprimés
22111000-1	Livres scolaires
22112000-8	Manuels scolaires
22113000-5	Livres de bibliothèques
22200000-2	Journaux, revues spécialisées, périodiques et magazines

Extrait de la Nomenclature de fournitures et de prestations de services homogènes de 2001 (abrogée en 2006)

Numéro	Intitulé
15.04	Livres scolaires
15.05	Livres non scolaires et documents imprimés
15.06	Journaux, revues et périodiques d'information générale
15.07	Journaux, revues et périodiques spécialisés
15.08	Enregistrements sonores, images fixes et images animées

Le pouvoir adjudicateur a l'obligation d'être sincère dans l'estimation de son besoin et ne peut scinder ses achats pour échapper aux règles du CMP. Ainsi une définition trop fine du besoin homogène (exemple : marché d'achat de bandes dessinées pour la bibliothèque) peut exposer l'acheteur public au grief de « fractionnement artificiel » du besoin qui peut être sanctionné par le juge. La distinction, pour la computation des seuils, entre livres scolaires et livres non-scolaires, qui figurait explicitement dans la nomenclature de 2001 et qui demeure couramment pratiquée, ne l'expose pas à ce grief⁹.

Cette étape est stratégique puisqu'elle établira le montant du marché (en prenant en compte les éventuelles reconductions du marché) et permettra à l'acheteur de faire les choix les plus judicieux en termes de procédure de passation et de forme de contrat. Cette phase permet aussi une rédaction précise des pièces réglementaires et contractuelles (voir p. 37).

⁹ Sur la question de l'utilisation d'un niveau plus ou moins fin des nomenclatures de produits, il convient de bien distinguer la phase de définition du besoin homogène de celle de l'allotissement qui viendra en aval, au cours de laquelle l'acheteur peut segmenter beaucoup plus finement la catégorie homogène qu'il aura retenue pour l'estimation du besoin. C'est en effet parce qu'elle a une incidence directe sur la computation des seuils et sur les procédures de marché qu'une définition trop fine du besoin homogène peut être sanctionnée ; l'allotissement n'a pas ce type d'incidence.

Concrètement, pour définir son besoin la bibliothèque opte entre :

→ **un marché d'achat de documents sur tous supports**

Le marché regroupe tous les documents à acquérir par la bibliothèque quels que soient leurs supports (livre, disque, DVD, livre numérique, presse...).

Une distinction en lots entre les différents types de documentation est indispensable. Chaque lot donne lieu à la conclusion d'un marché.

Exemple :

Lot 1 : Fourniture de livres de fiction et documentaires pour les adultes.

Lot 2 : Fourniture de bandes dessinées pour les jeunes et les adultes.

Lot 3 : Livres numériques.

Lot 4 : DVD.

etc.

→ **un marché d'achat de livres pour tous les services de la collectivité ou de l'établissement** ¹⁰

Le caractère homogène des livres conduit souvent à ce que les différents besoins en livres de la collectivité ou de l'établissement soient regroupés, quelle que soit la destination finale de ces derniers (pour une collectivité, par exemple, le marché d'achat de livres peut regrouper les achats pour la bibliothèque municipale, les bibliothèques scolaires, l'école de musique, le(s) musée(s), les archives, le service documentation, etc.) La distinction entre les livres destinés aux bibliothèques de prêt et les autres livres, opérée par la loi du 18 juin 2003 n°2003-517 relative à la rémunération au titre du prêt en bibliothèque, ne permet pas de considérer les premiers comme un besoin homogène et distinct. Néanmoins, il est souhaitable que **les achats de livres destinés aux bibliothèques de prêt de cette collectivité ou de cet établissement fassent l'objet de lots spécifiques** pour permettre à la société de gestion du droit de prêt (la Société française des intérêts des auteurs de l'écrit, Sofia), aux fournisseurs et aux services des achats, d'identifier très clairement les achats qui contribueront au droit de prêt.

Exemple :

Lot 1 : Fourniture de livres de fiction et documentaires pour les adultes pour la bibliothèque.

¹⁰ Il est également possible que plusieurs collectivités ou établissements se regroupent pour acheter des livres (cas de figure assez fréquent pour les livres scolaires). Dans ce cas, on écrit une convention de groupement et on évalue le besoin à l'échelle du groupement.

Lot 2 : Fourniture de bandes dessinées pour la bibliothèque scolaire.
Lot 3 : Fourniture de documents pour les services municipaux.
etc.

Dans tous les cas, il est aussi recommandé de créer des lots spécifiques pour les livres numériques (plutôt que de proposer des lots thématiques « tous supports » susceptibles d'écartier certains fournisseurs), tant les modèles économiques et les circuits de distribution de ce nouveau support sont encore peu stabilisés.

[La SOFIA]

L'objectif principal de la loi du 18 juin 2003 est de permettre la rémunération des auteurs et des éditeurs au titre du prêt en bibliothèque : la rémunération est calculée à partir des exemplaires de leurs œuvres achetés par les [bibliothèques de prêt accueillant du public](#) et elle est répartie à parité entre les ayants droit (auteurs et éditeurs).

Cette rémunération est financée d'une part par les fournisseurs de livres qui reversent 6 % du prix HT des livres vendus aux bibliothèques de prêt et d'autre part par l'État qui contribue à hauteur d'1 EUR par usager inscrit dans les bibliothèques de prêt de l'enseignement supérieur, 1,50 EUR dans celles des collectivités territoriales.

La Sofia est la société de gestion collective actuellement agréée par le MCC pour remplir cette mission. Afin de garantir l'exhaustivité du recensement de l'achat de livres des bibliothèques de prêt, une double déclaration est effectuée :

- la déclaration des fournisseurs qui constitue le document de base pour le calcul de la perception et de la répartition du droit de prêt
- la déclaration des bibliothèques de prêt auprès de la Sofia (sous forme imprimée, en ligne ou automatisée) qui permet d'établir effectivement l'assujettissement.

Voir également : www.la-sofia.org

Les cas particuliers et les exceptions

→ Les « livres scolaires » constituent une catégorie à part dans la loi du 10 août 1981 relative au prix du livre (voir p. 11) ainsi que dans les différentes nomenclatures. Ceci amène souvent les collectivités à considérer le besoin en manuels scolaires comme un besoin distinct des autres livres. Les caractéristiques spécifiques du marché des manuels scolaires, non soumis au plafonnement des rabais, vont dans le sens de ce choix. Celui-ci peut avoir des conséquences sur l'évaluation du besoin et donc sur le choix de la procédure à appliquer.

[La définition des livres scolaires]

Les livres scolaires ne sont pas soumis au plafonnement des rabais prévu par la loi.

Seuls peuvent être considérés comme des livres scolaires au sens de la loi du 10 août 1981 : « Les manuels et leurs mode d'emploi, les cahiers d'exercices et de travaux pratiques qui les complètent et les ensembles de fiches qui s'y substituent, régulièrement utilisés dans le cadre de l'enseignement primaire, secondaire et préparatoire aux grandes écoles, ainsi que des formations au brevet de technicien supérieur, et conçus pour répondre à un programme préalablement défini ou agréé par les ministres concernés. La classe ou le niveau d'enseignement doit être imprimé sur la couverture ou la page de titre de l'ouvrage. »

[\(Voir le décret n° 2004-922 du 31 août 2004\)](#)

→ Certains besoins homogènes, définis à l'[article 3 du CMP](#), sont exclus des dispositions du CMP. Il s'agit notamment de « l'achat d'œuvres d'art, d'objets d'antiquité et de collection ainsi que [...] l'achat d'objets d'art qui, en raison de leur nature et de leurs caractéristiques, ne permettent pas la mise en œuvre de procédures de publicité et de mise en concurrence ».

Ainsi les **livres d'artistes**¹¹ et les **livres patrimoniaux**¹² par exemple ne sont pas soumis au CMP. Le budget utilisé pour ces acquisitions est différencié du budget des acquisitions courantes. Il ne faut donc pas le confondre avec la possibilité d'acheter hors marché des livres courants (voir encadré p. 31).

→ **Les cas des livres qui ne sont vendus que par un seul fournisseur**

Pour les livres qui ne sont vendus que par un seul fournisseur, c'est-à-dire lorsque celui-ci a un monopole de diffusion (certaines encyclopédies, par exemple, dès lors qu'elles ne sont pas disponibles en librairie), **la publicité et la mise en concurrence sont inutiles** : « *Peuvent être négociés sans publicité préalable et sans mise en concurrence [...] les marchés et les accords-cadres qui ne peuvent être confiés qu'à un opérateur économique déterminé pour des raisons techniques, artistiques ou tenant à la protection de droits d'exclusivité* » ([article 35](#), II, 8° du CMP).

Évaluer le montant du marché

Le CMP établit des seuils financiers (voir *Tableau récapitulatif*, p. 25) à partir desquels les formalités de publicité du marché et les différentes étapes de la procédure de passation deviennent plus contraignantes (avis de publicité, règlement de consultation, dossier de consultation des entreprises, acte d'engagement, passage en CAO, délais de consultation et de recours, devoir d'information des candidats, etc.) **Le calcul du montant du marché se fait sur la durée du marché**. Il doit prendre en compte l'ensemble des besoins. Lorsque les achats ont été allotés, le montant de l'ensemble des lots permettra de déterminer la procédure applicable.

¹¹ L'expression « livre d'artiste » recouvre des réalités différentes. Selon, par exemple, le site de la Bibliothèque et archives nationales du Québec, « le livre d'artiste est un ouvrage de création originale édité, œuvre d'art dans laquelle le texte ou le livre en tant que support constitue un point de référence pour une recherche conceptuelle et plastique. Conçu par des artistes qui peuvent s'associer à des artisans du livre (relieurs, typographes, imprimeurs, etc.), le livre d'artiste est disponible en tirage limité ou parfois en un seul exemplaire et fait appel à des techniques de réalisation variées. »

¹² *Le Manuel du patrimoine en bibliothèque* (sous la direction de Raphaële Mouren. Paris : Ed. du Cercle de la Librairie, 2007) établit une liste de ce que l'on peut classer dans les documents patrimoniaux : les livres anciens (plus de 100 ans d'âge), la presse ancienne, les manuscrits, les collections iconographique, les œuvres d'art, la bibliophilie contemporaine, les livres-objets.

[Le choix de la durée du marché]

La durée des marchés à bons de commande ne peut en principe excéder quatre ans (article 77-II du CMP). Elle est librement estimée par le pouvoir adjudicateur.

Les marchés à bons de commande peuvent donc durer de un à quatre ans. « Un marché peut prévoir une ou plusieurs reconductions, expresses ou tacites, à condition que ses caractéristiques restent inchangées et que la mise en concurrence ait été réalisée en prenant en compte la durée totale du marché, périodes de reconduction comprises. En cas de reconduction expresse, le pouvoir adjudicateur prend par écrit la décision de reconduire ou non le marché. Le titulaire du marché ne peut refuser sa reconduction sauf stipulation contraire prévue dans le marché. » (article 16 du CMP)

Lorsque le besoin est régulier, il est possible de conclure un marché d'une durée inférieure ou égale à un an (article 27-II, 2° du CMP). Dans ce cas, le montant estimé des prestations permettant de déterminer la procédure applicable correspondra aux besoins d'une année. Le pouvoir adjudicateur devra passer des marchés chaque année mais le montant estimé sera moins important et pourra éventuellement permettre le recours à une procédure adaptée.

La durée du marché va donc avoir un impact déterminant sur l'estimation du besoin et donc dans la définition de la procédure de passation.

Exemple : dans une collectivité territoriale, pour un montant d'acquisition de livres estimé au maximum à 80 000 EUR par an, si la durée du marché est de :

- 1 an : on passera un marché à procédure adaptée et sa publicité devra être adaptée au besoin
- 2 ans : on passera un marché à procédure adaptée dont la publicité sera faite sur un support national
- 3 ou 4 ans : on passera un marché sur appel d'offres dont la publicité sera faite sur un support national et au Journal officiel de l'union européenne.

La forme du marché

Pour les achats de livres des bibliothèques, quelle que soit la procédure retenue, **la forme du marché est toujours « à bons de commande »** ([article 77 du CMP](#)). Les marchés à bons de commande ne constituent pas une procédure de passation mais une forme d'exécution d'un marché public, particulièrement adaptée au besoin de livres.

En effet, les bibliothèques ne peuvent savoir, au moment où elles préparent leurs marchés, quels sont les titres des livres qu'elles achèteront pendant l'exécution du marché, quand elles les achèteront ni en quelles quantités. Comme leur nom l'indique, les marchés à bons de commande s'exécutent par envois successifs de bons de commande adressés par la personne publique au fournisseur au fur et à mesure de ses besoins.

Il existe une autre forme de contrat qui relève des marchés publics, l'accord-cadre¹³, dispositif qui permet de sélectionner un certain nombre de prestataires qui seront ultérieurement remis en concurrence lors de la survenance du besoin. Bien qu'intéressante, cette modalité d'achat semble peu appropriée à l'achat de livres eu égard aux délais de remise en concurrence des différents titulaires de l'accord-cadre préalablement à la passation de la commande.

Indiquer le montant du marché

Devant la difficulté que représente l'estimation préalable des montants, le CMP a laissé au pouvoir adjudicateur la « *faculté de prévoir un minimum et un maximum en valeur ou en quantité, ou un minimum, ou un maximum, ou encore [de ne prévoir ni] minimum ni maximum* » ([article 77-I du CMP](#)). L'acheteur peut ainsi ne plus garantir un montant minimum de commandes au titulaire du marché (sans montant minimum, il est possible de ne passer aucune commande). À l'inverse, un marché sans montant maximum laisse toute latitude au pouvoir adjudicateur sur les quantités qui seront commandées.

¹³ Voir http://www.minefe.gouv.fr/directions_services/daj/marches_publics/conseil_acheteurs/fiches-techniques/mise-en-oeuvre-procedure/accords-cadres.pdf.

Cependant **un marché qui utilise cette souplesse peut être un frein à la candidature de certains fournisseurs**, qui ne peuvent mesurer leur capacité et leur intérêt à répondre (voir *L'obtention d'un marché public pour un libraire*, p. 34).

De plus, l'absence d'indication de montant dans un marché détermine également la procédure du marché : en effet, « un marché pour lequel il n'est pas prévu de maximum est présumé dépasser les seuils de mise en œuvre des procédures formalisées. Il est, en conséquence, toujours passé selon une telle procédure. ¹⁴ »

Ainsi, quelle que soit la procédure retenue, et même si cela n'est pas obligatoire pour un marché à bons de commande, **il est conseillé d'indiquer les montants minimum et maximum prévus pour chaque lot**. L'écart entre ces montants n'est plus encadré depuis 2006, mais dans l'usage on retrouve encore fréquemment l'ancienne fourchette en vigueur établissant un écart de un à trois/quatre. Il convient toutefois de souligner, qu'en cas de mention d'un montant minimum, l'acheteur public est dans l'obligation d'atteindre le minimum prévu. À défaut, le titulaire aura droit à une indemnisation du préjudice subi ¹⁵. Si le montant maximum est atteint, il ne sera plus possible de passer d'autres commandes au titulaire : un nouveau marché devra être conclu.

1 - D - Les procédures de passation et leurs obligations

Tous les deux ans, les seuils des marchés publics sont révisés par la Commission européenne de manière à respecter les engagements internationaux de l'Union pris en vertu de l'accord plurilatéral sur les marchés publics de l'Organisation mondiale du commerce ¹⁶. Les seuils

¹⁴ [Guide des bonnes pratiques en matière de marchés publics](#), 7.2.1.

¹⁵ Celle-ci ne correspond pas à la différence entre le montant des prestations effectivement réalisées et le montant minimum mais à la perte de la marge bénéficiaire qu'aurait dégagée l'exécution du montant minimal (CE 18/01/1991, ville d'Antibes c/SARL Dani).

¹⁶ Cet accord prévoit des seuils exprimés en droits de tirage spéciaux (DTS). Le DTS est un panier de monnaies (euro, dollar américain, yen). Les seuils des directives exprimés en euros doivent donc être révisés régulièrement pour tenir compte de la variation du cours des monnaies.

indiqués dans ce document ont été déterminés en 2010, et seront donc révisés en 2012.

En dessous d'un certain seuil, qui n'est pas le même pour l'État et les collectivités territoriales, il est possible de passer des marchés dits « à procédure adaptée » (MAPA), pour lesquels les procédures et les obligations de publicité diffèrent.

Les seuils du CMP sont exprimés en euros HT : il faut donc soustraire la TVA du budget d'achat de livres pour se situer par rapport à ces seuils ¹⁷. Le taux de TVA applicable aux livres imprimés est de 5,5 %, celui applicable aux livres numériques est encore ¹⁸ de 19,6 %.

Tableau récapitulatif des seuils/procédures/obligations de publicité

Budget pour l'achat de livres (en EUR hors taxes)		Procédure de passation	Publicité préalable
Collectivités territoriales	État		
inférieur à 4 000	inférieur à 4 000	aucune	publicité non obligatoire
entre 4 000 et 90 000	entre 4 000 et 90 000	marché à procédure adaptée (MAPA)	publicité adaptée
entre 90 000 et 193 000	entre 90 000 et 125 000	marché à procédure adaptée (MAPA)	- BOAMP ou JAL - et profil d'acheteur - et éventuellement périodique spécialisé
supérieur à 193 000	supérieur à 125 000	marché sur appel d'offres (MAO)	- BOAMP et JOUE - et profil d'acheteur - et éventuellement publicité complémentaire

NB. Seuils en vigueur en août 2011.

¹⁷ Le montant de la TVA se calcule sur la base du budget HT et non en déduction du budget TTC. Ainsi pour un budget donné TTC, pour l'achat de livres imprimés, le mode de calcul est le suivant : Prix HT = Prix TTC / 1,055.

¹⁸ L'article 25 de la loi n°2010-1657 de finances pour 2011 prévoit cependant l'alignement de la TVA applicable au livre numérique sur celle du livre imprimé à compter du 1^{er} janvier 2012.

BOAMP : *Bulletin officiel des annonces des marchés publics*
JOUE : *Journal officiel de l'Union européenne*
JAL : journal habilité à recevoir des annonces légales
Profil d'acheteur : « site dématérialisé auquel [le pouvoir adjudicateur] a recours pour ses achats » ([article 39 du CMP](#)). Il est accessible en ligne et permet la dématérialisation des procédures. C'est à ces conditions seulement que les sites des collectivités ou des établissements peuvent être considérés comme des profils d'acheteurs.
La publication en ligne sur ce support peut assurer une publicité suffisante pour les petits achats.

Par exemple, pour les collectivités territoriales, le seuil actuellement en vigueur qui distingue MAO et MAPA est de 193 000 EUR HT. Or 99 % des bibliothèques municipales (BM) (un peu plus de 60 % des budgets) et 57 % des bibliothèques départementales de prêt (BDP) (un peu plus de 67 % des budgets) ont un budget d'achat de livres inférieur à ce seuil. De plus, 96 % des BM et 9 % des BDP ont un budget d'acquisition de livres inférieur au seuil de 90 000 euros, en deçà duquel les obligations de publicité sont moins contraignantes¹⁹. Une très large majorité de marchés des bibliothèques publiques peut donc être passée en procédure adaptée.

Le support de publicité est effectivement, en fonction du seuil du marché, en partie imposé, en partie libre. Ce choix a une **dimension stratégique**. En effet, tous les fournisseurs n'ont pas aussi facilement accès à tous les supports de publicité. Ainsi une petite ou moyenne librairie n'est pas forcément abonnée au JOUE, mais elle consultera les avis de publicité dans son secteur géographique, par exemple.

A minima, **le contenu de cette publicité** décrit le besoin, indique les critères de sélection des candidatures et les critères de sélection des offres (voir *Le règlement de consultation*, p. 38).

En fonction du montant prévisionnel du marché, trois procédures principales peuvent s'appliquer, avec des formalités et des obligations variables.

¹⁹ Chiffre basé sur 3 234 BM et 87 BDP ayant communiqué au Service du livre et de la lecture leurs dépenses de livres en 2009.

Les marchés « sans formalités »

Si le besoin de livres de la collectivité ou de l'établissement est inférieur à 4 000 EUR HT ([article 28 du CMP](#)), ce dernier n'est pas soumis à **une obligation de publicité ni de mise en concurrence**.

Néanmoins, il est toujours recommandé de procéder à une mise en concurrence même informelle (ex : demande de devis, mesures de publicité minimales).

Par ailleurs, il est rappelé que *« l'efficacité de la commande publique et le bon usage des deniers publics invitent les acheteurs publics à s'informer sur la structure de l'offre existante sur le marché. Lorsque le pouvoir adjudicateur a une bonne connaissance du marché, il peut procéder à l'acte d'achat sans formalité préalable. ²⁰ »*

Pour la bonne exécution d'un marché à bons de commande il semble indispensable de conserver un minimum de formalisme et de traces écrites car :

- la rédaction d'un cahier des charges garantit la bonne information du titulaire du marché des besoins de la personne publique et la préservation de la qualité des relations commerciales ;
- en cas de recours devant le juge, ce dernier s'attachera à vérifier que les principes des marchés publics ont été respectés, grâce à l'étude des procédures mises en place par le pouvoir adjudicateur.

Les marchés à procédure adaptée (MAPA)

Pour les MAPA, le recours à la publicité préalable doit permettre de remplir l'obligation de mise en concurrence.

« Lorsque leur valeur est inférieure aux seuils mentionnés au II de l'article 26 ²¹, les marchés de fournitures, de services ou de travaux peuvent être passés selon une procédure adaptée, dont les modalités sont librement fixées par le pouvoir adjudicateur en fonction

²⁰ [Guide des bonnes pratiques en matière de marchés publics](#).

²¹ Entre 4 000 et 193 000 EUR HT pour les collectivités territoriales, entre 4 000 et 125 000 EUR HT pour l'État.

de la nature du besoin à satisfaire, du nombre ou de la localisation des opérateurs économiques susceptibles d'y répondre ainsi que des circonstances de l'achat. » ([article 28 du CMP](#))

Les obligations de publicité sont différentes en-dessous et au-dessus du seuil intermédiaire de 90 000 euros.

➤ **Le budget d'achat de livres est compris entre 4 000 EUR HT et 90 000 EUR HT**

La publicité est obligatoire mais ses modalités sont libres ([article 40, II du CMP](#)). Le CMP n'impose en effet ni délais minimaux ni supports spécifiques.

Il appartient à l'acheteur public de déterminer librement le **déla****i de réception des offres** en fonction des prescriptions particulières de son marché. De façon générale, on peut considérer qu'il est raisonnable d'accorder un délai minimum de vingt jours aux fournisseurs potentiels pour déposer leur offre, les délais de publicité adaptée devant permettre une réelle mise en concurrence.

Une publicité est adaptée si elle couvre une aire géographique dans laquelle se trouve un nombre suffisant de fournisseurs aptes à servir la bibliothèque. Selon le montant du marché, une annonce dans la presse locale, régionale ou dans la presse spécialisée nationale sera choisie. Une simple publicité sur le site internet de la collectivité est possible mais risque d'être considérée comme insuffisante si son audience est trop faible. Ce risque sera d'autant plus fort que le montant du marché sera important. Dans ce cas, ce canal d'information doit donc plutôt n'être considéré que comme un mode de « publicité complémentaire »²² comme le sont les annonces dans un organe d'information municipal ou sur un panneau d'affichage.

Mais il convient aussi de veiller à ce que le coût de publicité ne soit pas exagéré au regard des montants et de la plus-value espérée en termes de candidatures.

²² Conseil d'État, décision du 07/10/2005, Région Nord-Pas-de-Calais, dite aussi "jurisprudence Louvre 2".

Ces annonces, qui ne sont pas soumises au modèle d'avis d'appel public à la concurrence (AAPC, dont les obligations sont précisées ci-dessous), doivent simplement indiquer l'organisme acheteur, l'objet du marché et les critères d'attribution du marché. Cependant **il faut noter qu'indiquer aussi les lots et leurs montants peut permettre aux fournisseurs d'évaluer leur capacité et leur intérêt à répondre.**

La seule formalité prévue par le CMP étant la publicité, la collectivité doit respecter l'obligation de mise en concurrence mais elle n'est pas obligée de disposer d'un nombre minimum d'offres pour choisir une offre et un fournisseur.

➤Le budget d'achat de livres est compris entre 90 000 EUR HT et 125 000/193 000 EUR HT

La publicité est obligatoire et ses modalités sont encadrées : l'annonce se conforme à [l'AAPC](#). L'acheteur a le choix de publier son annonce ([article 40, III du CMP](#)) soit au BOAMP, soit dans un JAL, notamment la presse quotidienne régionale. Depuis le 1^{er} janvier 2010, il doit en outre publier cet avis sur son profil d'acheteur. Il peut s'y ajouter une annonce dans un périodique spécialisé correspondant au secteur économique (*Livres Hebdo* par exemple), toujours sous réserve que le coût de publicité ne soit pas exagéré au regard des montants et de la plus-value espérée en termes de candidatures.

L'annonce conforme à l'AAPC doit comporter un certain nombre d'indications obligatoires : l'organisme acheteur, l'objet du marché, les critères d'attribution du marché, le type de procédure, le délai de remise des candidatures et des offres, la date d'envoi de l'avis à publication.

Dans ce cas aussi, **il est utile d'indiquer le montant du marché et son éventuelle répartition en lots afin de permettre aux fournisseurs de déterminer leur offre**, ainsi que les lieux d'exécution et de livraison des prestations.

Les marchés sur appel d'offres (MAO)

La procédure est celle de **l'appel d'offres lorsque le besoin de livres de l'acheteur est supérieur à 125 000/193 000 EUR HT**. C'est la plus contraignante en termes de réalisation de documents (dossier de consultation des entreprises : règlement de la consultation, cahiers de clauses, acte d'engagement...) et d'actes successifs (publicité préalable ou annonce, passage en commission d'appels d'offres, notifications, avis d'attribution, etc.).

La publicité est obligatoire et ses modalités sont fixées. L'annonce se conforme à l'avis d'appel public à la concurrence (AAPC ci-dessus) et doit être publiée au BOAMP et au JOUE ainsi que sur le profil d'acheteur.

Cependant, certains lots ou certains achats relevant de ce marché peuvent ne pas être soumis à la procédure de l'appel d'offres : il est possible de passer certains lots selon une procédure adaptée, **à condition que la valeur de chaque lot ne dépasse pas 80 000 EUR HT et que le montant cumulé de ces lots ne dépasse pas 20 % de la valeur de l'ensemble du marché** ou du minimum prévu ([article 27, III du CMP](#)). Ces lots seront néanmoins annoncés dans l'AAPC relatif à l'ensemble du marché ; l'allègement de la procédure concerne donc plutôt les délais de mise en concurrence, l'attribution des lots et les obligations d'information des candidats.

Le CMP autorise aussi une souplesse de gestion pour les besoins occasionnels de faible montant, par l'usage dit du « 1% ».

[Le hors-marché ou l'usage du « 1 % »]

Il est possible d'acheter, dans le cadre des marchés à bons de commande (qui garantissent l'exclusivité au titulaire du marché), pour des besoins occasionnels de faible montant, des livres à d'autres fournisseurs que les titulaires d'un marché à condition que la valeur totale de ces achats ne dépasse pas :

- 1 % de la valeur totale du marché HT (article 77, III du CMP) ;
- 10 000 EUR HT.

Cette disposition, communément appelée « 1 % » par les bibliothécaires, permet de répondre aux besoins imprévus et aux commandes de livres qui ne peuvent être satisfaites par les titulaires d'un marché sur appel d'offres.

[article 77-III du CMP](#)

Un appel d'offres peut être :

- **ouvert** : tout candidat ayant retiré un dossier de consultation peut se porter candidat et remettre une offre ²³ ;
- **restreint** : le pouvoir adjudicateur sélectionne d'abord les candidats au vu de leurs garanties professionnelles, techniques et financières, puis demande à ceux qui sont retenus de remettre une offre ([article 60 du CMP](#)).

En dehors de ces appels d'offres classiques, il existe d'autres formes de procédures, rarement employées pour l'achat de livres à l'heure actuelle. Cela se justifie pour le dialogue compétitif ²⁴, adapté aux marchés complexes, mais le système d'acquisition dynamique pourrait se mettre en place pour les marchés d'achat de livres les plus importants ²⁵.

²³ Il est possible de demander aux candidats des références relatives à d'autres marchés, mais on ne peut pas exclure un candidat du seul fait qu'il manquerait de références.

²⁴ Cette procédure est adaptée aux marchés complexes pour lesquels les moyens techniques adaptés aux besoins ne peuvent pas être définis par le pouvoir adjudicateur en amont de la procédure.

²⁵ Cette procédure d'achat de fournitures courantes, définie à [l'article 78 du CMP](#) ne peut être mise en place qu'au terme d'une procédure d'appel d'offres ouvert. Tout d'abord, les candidats sont invités à présenter des offres indicatives par voie électronique, consultables en permanence, puis l'achat ferme se déroule après envoi d'une offre définitive. L'acheteur public référence ainsi plusieurs offres disponibles sous la forme d'un catalogue électronique, et peut alors les remettre en concurrence pour chaque marché spécifique. De nouvelles entreprises peuvent entrer dans le système après sa constitution.

La négociation

Chaque fois qu'il est autorisé par le CMP, le recours au dialogue et à la négociation, après publicité et mise en concurrence, peut être utilement envisagé. Il permet en effet d'obtenir un meilleur achat dans le respect des règles de transparence.

Aucune négociation n'est admise dans le cadre d'un marché sur appel d'offres (à l'exception des « procédures négociées » strictement encadrées par l'[article 35-I du CMP](#)). En revanche, celle-ci est fortement conseillée pour les achats effectués dans le cadre d'une procédure adaptée.

La négociation doit respecter deux contraintes :

- la première est d'assurer aux candidats **l'égalité de traitement** tout au long de la procédure, c'est à dire que les candidats doivent être informés des conditions dans lesquelles se déroulera la négociation. Si le pouvoir adjudicateur décide de limiter le nombre de candidats admis à la négociation, il devra préciser comment il les sélectionnera. Les règles du jeu doivent être prédéfinies et portées à la connaissance des soumissionnaires dans le règlement de la consultation.
- la seconde contrainte est **la transparence de la procédure** qui doit être réalisée dans le respect du secret industriel et commercial entourant le savoir-faire des candidats.

Pour cela, le pouvoir adjudicateur veille à la traçabilité des échanges effectués avec chacun des candidats et les maintient à un niveau d'information égal.

La négociation peut porter sur tous les éléments du marché (ex : le prix ou les rabais, les délais, les services annexes, les pénalités). Mais en aucun cas la négociation ne peut remettre en cause les conditions initiales de la consultation (ex : négociation des critères de jugement des offres, des lots, du cadre général du marché).

L'information des candidats : quelques bonnes pratiques

L'avis de publicité et le règlement de consultation des entreprises sont d'autant plus utiles aux candidats potentiels qu'il contiennent :

- les montants minimum et maximum de chaque lot ;
- la pondération précise des critères et des sous-critères ;
- le rappel de la **possibilité pour le candidat de ne produire ([article 44 du CMP](#)), au stade de la candidature, qu'une déclaration justifiant de sa satisfaction à ses obligations sociales et fiscales** définies à l'[article 43](#) du CMP. Les candidats qui souhaiteraient les fournir dès ce stade peuvent obtenir des certificats sociaux et fiscaux en ligne ²⁶ ;
- le rappel de la possibilité pour les opérateurs économiques de se porter candidat sous forme de groupement (voir *Le groupement pour répondre à une consultation*, p. 37) ;
- le rappel, pour une meilleure collecte des informations au profit des auteurs et des éditeurs, de l'obligation des fournisseurs de déclarer à la Sofia leurs ventes de livres aux bibliothèques de prêt. Ce rappel, qui peut trouver sa place dans le cahier des clauses administratives particulières (CCAP, voir p. 38), permet également d'éviter d'éventuelles distorsions de la concurrence ²⁷.

2/ Des éléments pour bien choisir ses fournisseurs

Le moyen pour la bibliothèque de bien choisir ses fournisseurs est d'exprimer ses besoins de manière à ce que ceux-ci puissent y répondre sans difficulté. Cela suppose, entre autres, une analyse fine des besoins réels de la bibliothèque et une compréhension des impératifs commerciaux auxquels sont soumis les fournisseurs, de leurs contraintes d'approvisionnement et de trésorerie. Ces questions économiques sont des préoccupations quotidiennes pour les libraires. Les connaître aide le pouvoir adjudicateur qui passe le marché à rédiger un cahier des charges approprié.

²⁶ http://www.economie.gouv.fr/directions_services/daj/marches_publics/conseil_acheteurs/questions-reponses/mise-en-oeuvre-procedure/q3-7-preuve-regularite-candidat.pdf.

²⁷ Les candidats qui respectent les obligations légales de déclaration et de versement du droit de prêt étant par nature économiquement désavantagés par rapport à des candidats qui chercheraient à s'y soustraire.

2 - A - L'obtention d'un marché public pour un libraire

Si la vente au détail est l'activité principale des librairies (82 % du chiffre d'affaires), les ventes aux collectivités représentent en moyenne 18 % de leurs ventes²⁸ mais peuvent atteindre voire dépasser 50 % pour certaines librairies spécialisées. Cette part est suffisamment importante pour avoir des impacts sur l'économie générale de ce commerce.

Le simple fait de se porter candidat à un marché public suppose, de la part du libraire, une démarche relativement lourde qui va de la veille sur les parutions d'offres au temps consacré à la constitution d'un dossier de candidature complet.

Des retombées positives

La vente aux bibliothèques a des conséquences sur l'ensemble de l'offre et du fonctionnement de la librairie. En premier lieu, être attributaire d'un marché public représente une reconnaissance forte du professionnalisme du libraire et cela facilite la mise en œuvre de partenariats avec d'autres acteurs du livre. Par ailleurs, cela sécurise le carnet de commandes du libraire pour la durée du marché. Enfin, cela fait progresser le volume général de ses ventes, lui laissant ainsi la possibilité de négocier avec ses propres fournisseurs une augmentation de la remise quantitative qu'ils lui accordent, ce qui accroît d'autant, le cas échéant, sa marge sur l'ensemble de ses ventes.

Un équilibre fragile

Un libraire travaille avec une moyenne de 36 % de remise commerciale²⁹. Sa marge sur les ventes aux bibliothèques est cependant plus faible que sur

²⁸ [Situation économique de la librairie indépendante. Rapport des enquêtes quantitatives](#). Ipsos Culture/Observatoire de l'économie du livre, 2007, p. 65.

²⁹ *Ibid.*, p. 43. Les remises accordées par les éditeurs sont plus élevées en littérature, en sciences humaines, en jeunesse ou en BD (37 % en moyenne) et largement moindres pour les ouvrages scolaires ou scientifiques et techniques (30 % en moyenne). La marge commerciale des librairies, qui tient compte de la remise moyenne, des rabais accordés sur les ventes en magasin (cartes de fidélité) et sur les ventes aux collectivités, ainsi que des marges sur les autres produits vendus, s'établit en moyenne à 33 %.

les ventes aux particuliers, car elle est amputée par le rabais quasi systématique de 9 % auquel il faut ajouter les 6 % reversés à la Sofia au titre du droit de prêt. **Pour le fournisseur, cela revient à consentir un rabais effectif de 15 %.**

Dans le cadre d'un marché de livres pour une bibliothèque, sa marge est donc de $36\% - 15\% = 21\%$, soit 210 euros pour un lot à 1000 euros. De cette somme il faut déduire les salaires correspondant à la gestion des marchés, les frais de fonctionnement, les frais financiers, les frais de livraison, etc.

Un libraire, avant de se porter candidat à un marché public, prendra en compte tous ces paramètres et en mesurera l'impact sur sa trésorerie d'une part (voir *La trésorerie du libraire*, p. 36), sur sa charge de travail de l'autre. Le surcroît de travail occasionné par l'obtention d'un marché public (traitement des commandes, livraisons, préparation d'offices, temps d'accueil des bibliothécaires, etc.) peut éventuellement nécessiter du personnel supplémentaire (ainsi qu'un lieu de stockage plus important). La pérennité de cette embauche sera directement liée à la reconduction ou non du marché. Il y a là un risque de dépendance aux marchés publics qui amène certains libraires à s'en détourner ou à les contenir à un certain niveau.

[La trésorerie du libraire]

Le financement du stock de livres se fait grâce à un « fonds de roulement » qui permet d'assurer le décalage dans le temps entre le moment où le libraire achète les livres à ses distributeurs et le moment où les livres sont effectivement vendus, au détail ou à une collectivité. Le libraire doit en général payer son fournisseur dans un délai de deux à trois mois³⁰. Les ventes au détail lui sont réglées immédiatement, les ventes aux collectivités (« ventes à terme ») lui sont réglées dans un délai d'un mois après la livraison³¹. Selon la date de la vente et la nature de l'acheteur, les conséquences sur la trésorerie du libraire sont donc bien différentes. Dans certains cas, il doit payer son fournisseur avant d'avoir été réglé par la collectivité et peut se retrouver confronté, de ce fait, à des difficultés financières.

Deux modes de règlement peuvent aider le libraire à maintenir une trésorerie équilibrée :

- **Le régime des avances** : L'[article 87](#) du CMP règle le régime des avances dans le cadre des marchés publics. Une avance **doit être accordée** lorsque le montant initial du marché est supérieur à 50 000 EUR HT et si le délai d'exécution est supérieur à deux mois, sauf si le titulaire y renonce expressément.

Dans le cas d'un marché à bons de commande, c'est le montant minimum du marché qui doit être compris comme le seuil de 50 000 EUR HT et l'avance est alors accordée en une seule fois sur la base de ce montant. Si le marché à bons de commande ne comporte ni minimum ni maximum, l'avance est accordée pour chaque bon de commande d'un montant supérieur à 50 000 EUR HT.

Le montant de l'avance est estimé à 5 % du montant initial du marché, ou 5 % du montant minimum dans le cas d'un marché à bons de commande.

- **La carte achat** : Cette procédure de paiement a été rendue possible par le [décret n°2004-1144 du 26 octobre 2004](#). L'utilisation de cette carte est un moyen de simplification de la procédure d'achat et de dématérialisation des procédures pour des achats de faibles montants. L'ordonnateur principal délègue un droit de commande à des porteurs de carte. Les cartes intègrent un montant maximum auprès de fournisseurs référencés.

Le paiement est immédiat, ce qui soulage la trésorerie du fournisseur.

Même si cette possibilité n'est pas encore très utilisée, elle constitue **un outil adapté à l'achat d'ouvrages pour des commandes de faible valeur, et devrait donc se développer.**

³⁰ Il doit payer son fournisseur dans un délai de « 60 jours fin de mois », ce qui signifie que ce délai est augmenté de 30 jours pour une commande passée en début de mois. Cela explique que les libraires préfèrent que les bibliothèques, lorsque cela leur est possible, passent leurs commandes importantes en début de mois.

³¹ Depuis le 1^{er} juillet 2010.

Afin de mutualiser leurs moyens logistiques et administratifs et ainsi postuler plus facilement sur davantage de lots, plusieurs entreprises indépendantes peuvent décider de constituer un groupement momentané d'entreprises (GME) ou un groupement d'intérêt économique (GIE) pour répondre à un appel d'offres ([article 51 du CMP](#))³².

[Le groupement pour répondre à une consultation]

Les entreprises concluent entre elles un contrat dit « protocole » qui définit leurs relations et le partage des tâches. Le GIE, comme le GME, peut être conjoint (chacun des membres n'est responsable que pour sa part) ou solidaire (chacun des membres est responsable pour le tout). Pour contracter avec l'acheteur, le groupement doit désigner un représentant, appelé mandataire ou « entreprise-pilote » : il est le coordinateur et, le plus souvent, l'unique interlocuteur de la personne publique au nom du groupement.

Cette possibilité n'étant pas toujours connue des libraires, il peut être utile d'en faire mention dans le dossier de consultation des entreprises (DCE) pour les inciter à l'utiliser.

2 - B - La préparation du marché

Rédiger les pièces contractuelles

Ce travail s'appuie sur l'analyse du besoin et la connaissance des fournisseurs. La bibliothèque intervient principalement sur trois aspects : la répartition du marché en lots, les spécifications techniques et les critères de choix des offres, qui sont précisés et repris dans des documents différents : l'avis de publicité, le cahier des clauses techniques particulières et le règlement de consultation.

³² Sur ces groupements de librairies, voir les éléments de synthèse figurant dans l'étude sur l'*Accès des librairies aux marchés d'achats de livres des bibliothèques* (http://www.dgmic.culture.gouv.fr/IMG/pdf/Acces_Librairie_complet.pdf, notamment pp. 97-99, 168-169 et 208) et les études de cas détaillées dans l'Annexe 8 (monographies n° 8, 9, 17, 25, 30 et 31, http://www.dgmic.culture.gouv.fr/IMG/pdf/Annexe_8_41_monographies_detaillees_de_l_etude_qualitative.pdf).

La liste des pièces constitutives d'un marché formalisé figure aux [articles 11, 12 et 13 du CMP](#). D'autres pièces contractuelles au cours du marché, comme les avenants ([article 20 du CMP](#)), peuvent compléter par la suite le marché initial.

- **L'acte d'engagement** (formulaire [DC 3](#)) :
il s'agit de la pièce signée par le candidat dans laquelle celui-ci présente son offre. Si ce candidat est retenu, ce document constituera le document contractuel engageant les deux parties. À ce document seront annexés les prix du prestataires (ex : rabais).
- **Le cahier des clauses administratives particulières (CCAP)** :
ce document indique les dispositions administratives propres au marché concerné (ex : modalités de règlement, pénalités, résiliation). Il pourra utilement préciser que le cahier des clauses administratives générales applicables aux marchés de fournitures et de services (**CCAG-FCS** issu de l'[arrêté du 19 janvier 2009](#) portant approbation du cahier des clauses administratives générales des marchés publics de fournitures courantes et de services) est applicable au marché. Une telle référence est vivement recommandée car il est parfois difficile de prévoir dans un document l'ensemble des situations qui pourraient être rencontrées lors de l'exécution du marché.
- **Le cahier des clauses techniques particulières (CCTP)** :
ce document décrit les attentes techniques : définition précise des prestations, délais de livraison, garantie, performances, exigences fonctionnelles, qualité technique, etc. (voir *Critères de choix des offres*, p. 40). Il n'est pas rare de voir le CCAP et le CCTP réunis. On parle alors de **cahier des clauses particulières (CCP)**.
- **Le mémoire technique de l'offre** :
s'il ne fait pas partie des pièces obligatoires, il est possible de contractualiser ce document, dans lequel le candidat précise les propositions qu'il formule pour répondre au besoin de l'acheteur.

Le règlement de la consultation n'est pas un document contractuel. Il est cependant obligatoire dans les procédures formalisées et fortement

conseillé dans les procédures adaptées (sous une forme simplifiée) et précise aux candidats les conditions dans lesquelles la consultation est menée (objet du marché, lots, type de procédure, forme du marché, etc.) ainsi que les critères de choix des offres et les conditions de participation à la consultation.

Répartir en lots un marché de livres

Depuis 2006 ([article 10 du CMP](#)), l'allotissement est devenu le principe de l'achat public ³³ afin de stimuler la concurrence en accroissant le nombre de candidats potentiels. Il permet à la bibliothèque de diversifier ses fournisseurs.

L'allotissement peut être **thématique** : dans ce cas, les lots des marchés de bibliothèques sont le plus souvent calqués sur l'organisation de celles-ci en sections, et cette répartition correspond souvent aux spécialisations des libraires. Il peut s'agir notamment de lots de « livres pour adultes », « livres pour la jeunesse », « livres de fiction », « documentaires », « bandes dessinées », « partitions », « livres en anglais », etc. Les catégories de livres utilisées pour l'allotissement sont librement définies par la personne qui passe le marché et peuvent être plus fines que celles figurant dans la nomenclature CPV ou utilisées pour la computation des seuils.

L'allotissement peut aussi être **géographique** : les lots, qui peuvent avoir des contenus identiques, sont destinés aux différents sites d'une bibliothèque. Un allotissement géographique ne justifie cependant pas l'exclusion ou la sélection d'un fournisseur en raison de son seul lieu d'implantation.

Il faut toujours être vigilant à une adéquation entre les besoins de la bibliothèque et l'organisation des fournisseurs, afin de faciliter le travail de chacun au quotidien. Il faut également veiller à la taille des lots : trop importants, ils peuvent décourager d'emblée les plus petits libraires, trop petits, ils risquent de ne pas les intéresser.

³³ « Sauf si l'objet du marché ne permet pas l'identification de prestations distinctes. » (article 10 du CMP)

[Exemples de lots susceptibles de décourager ou d'écarter certains fournisseurs]

- **Les lots de très faible montant** : ils demandent beaucoup de travail pour un bénéfice faible, voire inexistant (voir *Un équilibre fragile*, p. 34).
- **Certains lot d'offices** avec livraison sur place et possibilité de retours dès lors qu'ils sont très contraignants pour les libraires : ils demandent beaucoup de temps de travail pour un bénéfice faible (voir *L'office*, p. 48).
- **Les lots d'ouvrages faiblement diffusés** (lots éditeurs à faible diffusion par exemple) : ces lots sont en général de faible montant alors qu'ils occasionnent des frais de recherche et de transport importants et que les libraires doivent en outre supporter, le plus souvent, des conditions commerciales défavorables de la part des éditeurs concernés.

Il semble préférable, pour ce type de lots, de les lier à des commandes courantes plus facilement rentables pour le fournisseur, de prendre en charge les frais de port ou de minorer le critère prix de manière à ne pas pénaliser un fournisseur qui répondrait à ce lot en proposant un rabais inférieur à celui de 9 % généralement proposé.

Les critères de choix des offres/pondération

[Les critères de sélection des candidatures et de choix des offres]

Les « **critères de sélection des candidatures** » ([article 52 du CMP](#)) permettent, dans un premier temps, de déterminer parmi les fournisseurs candidats ceux qui remplissent les conditions, notamment professionnelles, techniques et financières, estimées comme nécessaires par la collectivité, et dont l'offre pourra ensuite être examinée. Les candidats doivent fournir les pièces demandées aux [articles 44 et 45 du CMP](#), **mais ils peuvent aussi ne produire, au stade de la candidature, qu'une déclaration** justifiant de leur satisfaction à leurs obligations sociales et fiscales définies à l'[article 43](#) du CMP. Les candidats qui souhaiteraient les fournir dès ce stade peuvent obtenir des certificats sociaux et fiscaux en ligne ³⁴.

Les « **critères de choix des offres** » ([article 53 du CMP](#)) permettent, dans un second temps, d'attribuer le marché ou les lots à un ou plusieurs fournisseurs.

³⁴ http://www.economie.gouv.fr/directions_services/daj/marches_publics/conseil_acheteurs/questions-reponses/mise-en-oeuvre-procedure/qr-3-7-preuve-regularite-candidat.pdf.

Les critères de choix des offres, précisés dans l'annonce, doivent traduire le besoin de l'acheteur et permettre de choisir ([article 53 du CMP](#)) « l'offre économiquement la plus avantageuse ». Ils doivent être :

- objectifs
- opérationnels
- non discriminatoires

Ils permettent aux candidats de comprendre quelles sont les qualités qui sont attendues par l'acheteur et leur poids respectif dans l'attribution de la note finale. **Des critères différents peuvent être définis selon les lots**, de façon à mieux tenir compte plus finement des besoins de l'acheteur, qui peuvent varier d'un lot à l'autre, ou des particularités d'approvisionnement de certains lots.

[Le critère prix pour les achats de livres des bibliothèques]

Un marché peut ne comporter qu'un seul critère d'attribution, mais le **CMP prévoit qu'il doit alors s'agir du prix** ([article 53](#), II du CMP). Le prix du livre étant fixe, la seule composante du coût permettant d'opérer un choix parmi les candidats ne peut être que le taux de rabais consenti par le fournisseur. Compte tenu du plafonnement des rabais à 9 % du prix public, les offres sont **le plus souvent** équivalentes et empêchent la collectivité d'en retenir une. Qui plus est, aucune offre de service ne pourrait être retenue pour différencier des offres équivalentes en termes de prix dès lors que celle-ci n'aurait pas été retenue par la collectivité comme critère de choix. L'application du prix unique du livre aux achats des bibliothèques étant destinée à fonder la concurrence moins sur le seul prix (« moins-disant ») que sur les services (« mieux-disant »), **le choix d'un seul critère est particulièrement inadapté aux marchés d'achat de livres.**

Il est conseillé de choisir plusieurs critères d'attribution. Dans un MAO, le principe est que les critères doivent être pondérés (dans ce cas, il faut préciser le coefficient de chacun des critères). Dans un MAPA, il peuvent être simplement hiérarchisés. Mais la pondération des critères étant d'un usage plus pratique et plus précis, son usage est recommandé même lorsqu'elle n'est pas obligatoire. Quelle que

soit la procédure du marché, il est conseillé d'indiquer les critères retenus dans l'AAPC.

Le CMP propose quelques exemples de critères de choix des offres : « le coût d'utilisation, la valeur technique de l'offre, son caractère innovant, ses performances en matière de protection de l'environnement, le délai d'exécution, les qualités esthétiques et fonctionnelles, le service après-vente et l'assistance technique, la date et le délai de livraison, le prix des prestations » ([article 53 du CMP](#)). Cette liste n'est qu'indicative et en aucun cas limitative.

Si les critères sont sujets à interprétation, il est nécessaire d'établir des sous-critères détaillés. Par exemple, si la **valeur technique** est retenue comme critère, l'acheteur devra préciser par des sous-critères ce qu'il attend.

Afin d'évaluer l'offre des candidats, le pouvoir adjudicateur leur demande de remettre un mémoire technique (voir p. 38). Ce document devra expliciter l'offre soumise et c'est sur son contenu que sera jugée l'offre au vu des critères et sous-critères fixés. Si ce document est rendu contractuel, il conviendra de le préciser dans le CCAP ou le CCP.

[Exemple de critères/sous-critères]

Critère : Valeur technique de la prestation (coefficient x %)

Sous-critères (pour chaque sous-critère, attribuer un nombre de points. Ce nombre de points peut varier selon les lots) :

- conformité de la livraison à la commande et qualité de la procédure de relance des distributeurs ou diffuseurs
- qualité de la facturation, dans la forme et dans le contenu (présentation, précision et lisibilité)
- qualité de la livraison : respect correct des délais de livraison, numérotation des colis, qualité de l'emballage (état des colis à la livraison)
- qualité du suivi de la commande, information sur l'état des commandes ; précision des réponses dans les cas d'indisponibilité ("épuisé", "en réimpression", etc.)
- qualité du service après vente : erreurs de livraison, retour des livres défectueux ou abîmés
- compétence de l'interlocuteur désigné
- condition d'accueil des bibliothécaires dans les locaux du fournisseur.

Dans son mémoire technique, le candidat justifie sa réponse de manière à donner des éléments susceptibles d'évaluer sa capacité à tenir les engagements qu'il prend.

Certains critères semblent objectifs et/ou correspondent à des besoins réels de la bibliothèque mais peuvent conduire à écarter certains types de fournisseurs. C'est pourquoi, il est indispensable de prendre en compte le travail et les contraintes induites par les critères et les sous-critères utilisés.

[Critères à manier avec précaution]

Délais de livraison : il s'agit d'un critère très sensible. Les réponses des différents candidats ne correspondent malheureusement pas toujours à la réalité. Les circuits et les délais d'approvisionnements étant relativement similaires pour tous les candidats (puisqu'ils dépendent très généralement des mêmes fournisseurs), on peut considérer que les délais de livraison seront sensiblement équivalents. Pour un besoin urgent de faible montant, il est toujours possible d'utiliser la souplesse du 1 %. **Pour ces deux raisons, il est donc recommandé de ne pas pondérer trop fortement ce critère.**

La méthode de notation du critère « délai de livraison » est en outre difficile à définir, puisque l'acheteur public doit déterminer comment sanctionner à la fois des délais de livraison trop longs et des délais de livraison trop courts.

Pour éviter que des candidats soient tentés de proposer des **délais manifestement irréalistes** dans l'espoir d'obtenir une meilleure note sur ce critère, il est possible de prévoir, dans le règlement de la consultation, que les offres de délais non réalistes seront sanctionnées d'une mauvaise note, voire d'une note éliminatoire³⁵.

L'acheteur public peut également jouer sur les clauses de pénalité, qu'il est conseillé de prévoir dans le cahier des charges : une clause de pénalité suffisamment dissuasive en cas de non-respect des délais proposés, et sur laquelle on aura attiré l'attention des candidats, permettra également de limiter les déclarations irréalistes.

Dans tous les cas, pour éviter tout malentendu, les candidats auront intérêt à préciser dans leur réponse si les délais indiqués sont en jours ouvrables ou en jours calendaires.

Nombre de titres dans les locaux du fournisseur : un libraire, quelle que soit l'importance de son stock, est susceptible de commander et de fournir tous les livres disponibles et pas seulement ceux qu'il a dans son fonds. Ce critère, qui favorise automatiquement les plus grosses structures, sans nécessairement constituer un avantage pour l'acheteur, ne devrait être utilisé que pour les lots pour lesquels il semble indispensable.

Qualité de la recherche des livres : % de livrés : il est très difficile à un fournisseur de s'engager de façon fiable sur un pourcentage qui est soumis à de nombreux aléas, au premier rang desquels le contenu de la commande

.../...

³⁵ Cf. [Commission consultative des marchés publics, rapport 2010](#), p 23 : « (...) Afin d'éviter d'attribuer le marché à un candidat qui aurait proposé un délai d'exécution qu'il ne lui serait manifestement pas possible de tenir, la commission propose que le critère délai soit assorti d'une note éliminatoire ; cette recommandation suppose que le mémoire produit par les candidats comporte la justification du délai envisagé. »

[Critères à manier avec précaution (suite)]

(nouveautés ou ouvrages de fonds, éditeurs confidentiels ou courants). On ne peut poser cette exigence que pour une commande de nouveautés ou pour une commande assortie d'un délai de livraison beaucoup plus long.

Label LiR : « Si certaines exigences peuvent être appréhendées par référence à des labels ³⁶ », il convient de se rappeler que le label de [librairie indépendante de référence \(LiR\)](#) est une [disposition du domaine fiscal](#). Il ne peut être attribué qu'à des PME. 500 librairies, sur à peu près 20 000 points de vente, l'ont reçu. Y faire référence dans un marché constituerait donc un élément visiblement discriminatoire pour les autres types de structures et pour les structures non labellisées.

Critères environnementaux : Les acheteurs publics sont encouragés à valoriser ce type de critères. Pour les marchés de livres, plutôt que la certification type ISO 14 001 (qui écarte de fait les plus petites structures) ou le bilan carbone du transport des livres (difficile à évaluer) ³⁷, il est possible de mettre l'accent sur une démarche de développement durable globale. Des marchés ont ainsi été attribués à des libraires ayant mis en avant le « conditionnement » (livraison dans des boîtes en plastique réutilisables ou du carton recyclé par exemple), le « transport vert » (location de vélos), etc.

Ce sont les critères qui permettent, en tout état de cause, de justifier le choix d'un fournisseur et de son offre vis-à-vis d'un contrôle ou de la réclamation d'un fournisseur non retenu. Il est donc conseillé de les adosser à un besoin réel de la bibliothèque, de les définir avec le plus de précision possible et de **les respecter** (les critères sont intangibles, ils ne peuvent être modifiés en cours de procédure et tous ceux qui ont été indiqués doivent être appliqués).

Lorsqu'il se fonde sur plusieurs critères pour attribuer le marché, le pouvoir adjudicateur a également la liberté ([article 50 du CMP](#)) de laisser aux candidats la possibilité de présenter des « variantes » ³⁸, c'est-à-dire des prestations complémentaires susceptibles de modifier les spécifications du

³⁶ [Guide de bonnes pratiques en matière de marchés publics, 2009.](#)

³⁷ Concernant ces deux derniers critères, il convient de préciser que le fournisseur aura néanmoins intérêt à faire valoir, à l'appui de sa réponse, l'obtention d'un label ou d'une certification.

³⁸ En procédure formalisée, le silence de l'acheteur sur ce point équivaut à un refus des variantes. En procédure adaptée, sauf si cette possibilité est expressément refusée, les candidats peuvent proposer des variantes.

cahier des charges. En effet, à travers l'autorisation des variantes, le pouvoir adjudicateur se donne la chance de découvrir des solutions nouvelles qui, tout en répondant parfaitement à ses besoins, permettent d'utiliser de nouveaux services. C'est éventuellement là que le candidat pourra mettre en avant une démarche de développement durable si celle-ci ne fait pas partie des exigences minimales. Ces variantes ne pourront cependant être prises en compte que si les candidats ont répondu à l'offre de base.

Un point de vigilance : les demandes de fournitures et de services annexes au livre

Dans le contexte de plafonnement des rabais aux collectivités, où la concurrence ne se fait désormais plus principalement sur les prix, **les bibliothèques demandent souvent des services variés**, qui vont du conseil à l'animation de rencontres en passant par la veille documentaire, la livraison d'offices ou la fourniture de données bibliographiques.

Parallèlement, **un certain nombre de fournisseurs proposent de plus en plus fréquemment aux bibliothèques des prestations gratuites attachées à la fourniture des livres**. Ces prestations peuvent consister dans l'équipement des ouvrages (pelliculage, poses de codes à barres, étiquettes anti-vol, fiches de prêt, reliure des livres) voire la prise en charge des frais de transport et d'hébergement pour consulter les ouvrages sur place, ou encore dans la fourniture de bases de données bibliographiques.

Ces propositions **ne peuvent être prises en compte pour le choix de l'offre économiquement la plus avantageuse**. Sous réserve de l'appréciation souveraine des tribunaux, **ces offres et demandes de prestations annexes pourraient en effet être considérées comme abusives et illégales à deux titres**.

→ **En premier lieu, au regard de la loi du 10 août 1981**, la réalisation gratuite de ces prestations lors de l'achat d'un livre pourrait être assimilée à une offre de « **rabais en nature** » venant s'ajouter au rabais admis par la

loi et contrevenir ainsi à cette même loi. De la même façon, l'offre gracieuse de livres dans le cadre d'un contrat de fourniture de livres ou parallèlement à ce contrat peut également constituer un « rabais en nature » contrevenant à la loi.

→ **De plus, au regard du CMP**, la fourniture de prestations supplémentaires demandées à titre gratuit dans le cadre des marchés d'achat de livres peut soulever des difficultés. La Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) dans un entretien en 2005, a ainsi considéré que « le fait pour la personne publique d'indiquer dans son règlement de consultation que les offres seront jugées notamment en fonction de la fourniture gratuite de prestations supplémentaires [des notices bibliographiques ou des languettes antivol par exemple] est susceptible de constituer un motif d'annulation du marché ».

Ainsi, « le fait pour une bibliothèque d'exiger des fournisseurs de livres qu'ils fassent figurer dans leur offre des prestations supplémentaires qui ne sont pas forcément justifiées par l'objet du marché et qui peuvent avoir un caractère discriminant dans la mesure où certains fournisseurs n'assurent pas ces prestations pourrait engager sa responsabilité en ce que cela limite de ce fait l'accès au marché de certaines entreprises susceptibles de se porter candidates ³⁹ ».

La demande de services annexes à la fourniture de livres ne pourra donc être que liée de près au livre et présenter un caractère accessoire : si la demande de services joints est trop importante et séparable de la fourniture de livres, elle devrait plutôt faire l'objet d'un marché distinct ⁴⁰. Par exemple, il serait possible d'inclure dans un marché des critères liés à la « capacité à participer à des animations », qui permet de mesurer le dynamisme professionnel du fournisseur et son implication potentielle dans des actions de partenariat (celui-ci se construit dans un autre cadre que le marché d'achat de livres et fait l'objet d'un travail concerté entre libraires et bibliothécaires). En revanche la demande d'une prestation d'animation est un service qui ne semble pas lié de près à la fourniture d'ouvrages.

³⁹ Cf. jurisprudence, Conseil d'État, 18 novembre 1988, Min. int. c/SARL Les Voyages Brounais.

⁴⁰ Cf. jurisprudence, Conseil d'État, 30 juin 1995, Société Viafrance.

[L'office ⁴¹]

Il s'agit pour le libraire de mettre à la disposition de la bibliothèque une sélection de nouveautés, que la bibliothèque examine et décide ou non d'acheter.

C'est un service très lourd pour le libraire tant en charge de travail (sélection des ouvrages, livraison et mise en dépôt, gestion des retours, etc.) qu'en immobilisation de capitaux (voir *La trésorerie du libraire*, p. 36). Pour ces raisons, l'office :

- doit être fondé sur un besoin réel de la bibliothèque ;
- ne devrait pas faire l'objet d'un lot isolé mais être associé à des commandes courantes ;
- doit faire l'objet d'une concertation approfondie entre les deux parties : définition précise des ouvrages à fournir, modalités et fréquence des mises à disposition (office livré ou pouvant être consulté en librairie, délai de garde, taux de retour maximum, etc.).

Le rapport d'analyse des offres

Il présente un argumentaire destiné à expliquer les notes attribuées à chaque fournisseur en fonction des critères préalablement définis. Ce document reflète l'appréciation que la bibliothèque se fait des candidats par rapport aux besoins qu'elle a exprimés. C'est dans ce rapport que la bibliothèque justifiera par exemple l'attribution d'une mauvaise note, voire d'une note éliminatoire, sur le critère « délai de livraison » à un fournisseur qui aurait proposé un délai de livraison manifestement irréaliste.

Le rapport d'analyse des offres est très utile pour rédiger la lettre d'information de décision de rejet d'une offre, mais il est aussi communicable à la demande d'un candidat écarté. Ainsi il est recommandé d'apporter un soin particulier à la rédaction des raisons du rejet. Cela sera utile au fournisseur et pourra constituer l'outil d'un éventuel dialogue pour une prochaine candidature.

⁴¹ L'office du libraire aux bibliothèques ne doit pas être confondu avec l'office des diffuseurs aux détaillants.

Une fois le marché notifié, des recours ⁴² peuvent toujours exister et, dans ce cas, il seront suivis par le service des achats. Ils peuvent avoir pour origine, essentiellement :

- le soupçon de « localisme » : pour l'éviter, il faut assurer une publicité proportionnée à la taille du marché ;
- un manque de transparence des critères de l'offre : c'est pour cette raison que le choix des critères et des sous-critères doit être particulièrement rigoureux et l'analyse des offres argumentée avec autant de précision que de conviction ;
- les services complémentaires dont l'objet serait trop éloigné de la fourniture de livres.

L'attribution des lots

Un fournisseur peut présenter une offre pour un ou plusieurs lots (si cette possibilité n'a pas été expressément exclue par l'acheteur) **et plusieurs lots peuvent être attribués à un même fournisseur.**

Un lot peut aussi être attribué à plusieurs fournisseurs ⁴³. En effet, un marché à bons de commande peut être mono-attributaire ou multi-attributaire. Ce choix relève de **l'appréciation de l'acheteur public**, à condition toutefois, en cas de multi-attribution, que le nombre de titulaires ne soit pas inférieur à trois, sous réserve d'un nombre suffisant de candidats et d'offres. **La multi-attribution doit être motivée** : par exemple, par l'impossibilité pour une seule entreprise de réaliser la totalité des prestations ou par la nécessité d'assurer la sécurité des approvisionnements. L'attribution des bons de commande s'effectue sans négociation ni remise en concurrence, même si le marché a été conclu avec plusieurs opérateurs économiques. Les commandes sont réparties entre les titulaires selon les modalités fixées dans le marché. « Elles peuvent notamment être attribuées selon la méthode dite “en cascade”, qui consiste à faire appel en priorité aux titulaires les moins disant, ou selon un tour de rôle prévu par le marché, ou encore à hauteur d'un maximum prévu pour chacun des titulaires. ⁴⁴ »

⁴² http://www.syndicat-librairie.fr/fr/attaquer_un_marche_public...

⁴³ http://www.economie.gouv.fr/directions_services/daj/marches_publics/conseil_acheteurs/fiches-techniques/mise-en-oeuvre-procedure/marches-bon-commande.pdf (29/10/2010).

⁴⁴ Réponse ministérielle n° 5530, JO Sénat QE, 18 décembre 2008.

2 - C - L'exécution du marché

Les remarques qui suivent sont valables quels que soient le montant du marché et la procédure retenue. Même les marchés d'achat de livres inférieurs à 4 000 euros auront intérêt à respecter un minimum de formalisme.

Les achats en magasin

Si le marché prévoit des déplacements chez le fournisseur, ces visites s'organisent en concertation avec le libraire. Ces visites sont des temps importants de dialogue, de lien et d'échanges professionnels. Pour le bon déroulement du marché, et selon les cas, il sera utile de s'accorder sur :

- les créneaux d'accueil des bibliothécaires de manière à s'assurer de la disponibilité du personnel ;
- le rythme des commandes : il sera par exemple nécessaire d'anticiper les dépenses de fin d'année, période chargée lors de laquelle la gestion des stocks est particulièrement lourde pour les fournisseurs ;
- la nature du conseil et de l'accompagnement attendu : la mobilisation n'est pas la même par exemple pour faire un choix de textes pour tel public, à tel prix, sur tel thème ou pour indiquer l'endroit où est rangé tel titre, telle collection, etc.

Le suivi du marché

Le suivi du marché est souvent assuré par le service des achats. Il arrive que ce dernier demande à la bibliothèque des bilans d'étape de l'exécution du marché. En dehors de ces temps définis à l'avance, il est du ressort du service bénéficiaire de signaler, le cas échéant, les difficultés rencontrées.

En cas de problèmes, il existe plusieurs leviers. Si le dialogue reste sans effet, on peut essayer d'obtenir des améliorations par l'envoi de courriers

recommandés. En cas de manquement avéré, il est possible d'appliquer les pénalités prévues au cahier des charges voire d'annuler le marché. Il est alors recommandé à l'acheteur d'opter pour une résiliation prenant effet après un délai suffisamment long pour lui permettre de passer un nouveau marché, ce qui évite toute vacance dans la fourniture.

Dans les faits, pour ce qui est des marchés d'achat de livres, les sanctions et les dénonciations sont peu fréquentes.

La référence à l'exécution d'un marché antérieur

La mauvaise exécution d'un marché précédent ne constitue pas un motif suffisant pour éliminer un candidat. En effet, pour qu'une offre soit rejetée sur ce fondement il faudra, en plus des manquements avérés lors du précédent marché, que les nouvelles garanties proposées par le candidat soient insuffisantes ⁴⁵.

⁴⁵ Cf. [Commission consultative des marchés publics, rapport 2010](#), pp. 20-21 : « La commission a rappelé qu'il n'était pas possible d'éliminer, sans procéder à un examen circonstancié de son dossier, une entreprise qui n'aurait pas donné satisfaction lors d'un précédent marché. (...) Le pouvoir adjudicateur ne peut se fonder uniquement sur les seuls manquements allégués d'une entreprise dans l'exécution de précédents marchés, sans rechercher si d'autres éléments du dossier de candidature de la société permettent à celle-ci de justifier les garanties exigées. Des difficultés rencontrées dans l'exécution d'un précédent marché peuvent justifier l'élimination d'une candidature, à condition qu'elles puissent être qualifiées d'insuffisance de capacité technique et que les manquements constatés dans un précédent marché soient en rapport avec l'objet de la consultation en cours. ([Jurisprudence : Conseil d'État], 10 juin 2009, Région Lorraine, n°324153). »

Annexe 1 – Ressources

Cadre législatif et réglementaire

Le secteur du livre

- La loi du [10 août 1981](#) n° 81-766 relative au prix du livre (dite « loi Lang »)
<http://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=LEGITEXT000006068716&dateTexte=20110427>
- La loi du [18 juin 2003](#) n° 2003-517 relative à la rémunération au titre du prêt en bibliothèque et renforçant la protection sociale des auteurs
http://www.legifrance.gouv.fr/html/actualite/actualite_legislative/decrets_application/2003-517.htm
- La loi du [26 mai 2011](#) n° 2011-590 relative au prix du livre numérique
<http://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000024079563&dateTexte&categorieLien=id>

Les marchés publics

- [Le Code des marchés publics](#) <http://www.legifrance.gouv.fr/affichCode.do?cidTexte=LEGITEXT000005627819>
- [La circulaire du 29 décembre 2009 relative au Guide de bonnes pratiques en matière de marchés publics](#) <http://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000021570204>
- [Le code européen des bonnes pratiques facilitant l'accès des PME aux marchés publics](#)
http://ec.europa.eu/internal_market/publicprocurement/docs/sme_code_of_best_practices_fr.pdf
- [Espace Marchés publics](#) du Ministère de l'économie, des finances et de l'industrie, Direction des affaires juridiques <http://www.economie.gouv.fr/daj/marches-publics>
- [Commission consultative des marchés publics](#)
http://www2.economie.gouv.fr/directions_services/daj/marches_publics/ccmp/index.htm
- Jurisprudence :
 - [CJUE](#) (Cour de justice de l'Union européenne) http://curia.europa.eu/jcms/jcms/j_6/
 - [Conseil d'État](#) <http://www.conseil-etat.fr/cde/fr/base-de-jurisprudence/>

Études

- [Situation économique de la librairie indépendante](#), Ipsos Culture/Observatoire de l'économie du livre, 2007, étude réalisée pour le SLF, le SNE et le MCC (DLL-CNL)
http://www.culture.gouv.fr/culture/guides/dll/Etude_economique_librairies_30mars2007.pdf
- [L'accès des librairies aux marchés d'achats de livres des bibliothèques : état des lieux après une décennie de modifications du cadre législatif et réglementaire](#), Observatoire de l'économie du livre, 2010, étude réalisée dans le cadre du Conseil du livre par le MCC (DGMIC/SLL) en partenariat avec la FILL et la Sofia
http://www.dgmic.culture.gouv.fr/article.php3?id_article=1560
- [La situation économique et financière des librairies indépendantes](#), Xerfi, 2011, étude réalisée pour le SLF et le MCC (DGMIC/SLL)
http://www.dgmic.culture.gouv.fr/article.php3?id_article=1679
<http://www.lesrencontresnationalesdelibrairie.fr/2011/01/les-ml-2011-a-lyon/>

Sites institutionnels et professionnels

- Fédération interrégionale du livre et de la lecture, [FILL](http://www.fill.fr), qui renvoie vers les ressources élaborées par les structures régionales pour le livre <http://www.fill.fr>
- Syndicat de la librairie française, [SLF](http://www.syndicat-librairie.fr/) <http://www.syndicat-librairie.fr/>
- Direction générale des médias et des industries culturelles, Ministère de la culture et de la communication, [DGMIC](http://www.dgmic.culture.gouv.fr/) <http://www.dgmic.culture.gouv.fr/>
- [Centre de documentation](http://www.culture.gouv.fr/culture/dll/dll-cd.htm) du Service du livre et de la lecture, MCC/DGMIC (*en cours de transfert vers le site de la DGMIC*) <http://www.culture.gouv.fr/culture/dll/dll-cd.htm>

Annexe 2 – Extraits du Code des marchés publics

Allotissement

Article 10 : « Afin de susciter la plus large concurrence, et sauf si l'objet du marché ne permet pas l'identification de prestations distinctes, le pouvoir adjudicateur passe le marché en lots séparés dans les conditions prévues par le III de l'article 27. À cette fin, il choisit librement le nombre de lots, en tenant notamment compte des caractéristiques techniques des prestations demandées, de la structure du secteur économique en cause et, le cas échéant, des règles applicables à certaines professions. Les candidatures et les offres sont examinées lot par lot. Les candidats ne peuvent présenter des offres variables selon le nombre de lots susceptibles d'être obtenus. Si plusieurs lots sont attribués à un même titulaire, il est toutefois possible de ne signer avec ce titulaire qu'un seul marché regroupant tous ces lots. »

Besoin homogène

Article 27-II : « Le montant estimé du besoin est déterminé dans les conditions suivantes, quel que soit le nombre d'opérateurs économiques auxquels il est fait appel et quel que soit le nombre de marchés à passer.

1° En ce qui concerne les travaux, sont prises en compte la valeur globale des travaux se rapportant à une opération portant sur un ou plusieurs ouvrages ainsi que la valeur des fournitures nécessaires à leur réalisation que le pouvoir adjudicateur met à disposition des opérateurs [...]

2° En ce qui concerne les fournitures et les services, il est procédé à une estimation de la valeur totale des fournitures ou des services qui peuvent être considérés comme homogènes soit en raison de leurs caractéristiques propres, soit parce qu'ils constituent une unité fonctionnelle.

La délimitation d'une catégorie homogène de fournitures ou de services ne doit pas avoir pour effet de soustraire des marchés aux règles qui leur sont normalement applicables en vertu du présent code.

Pour les marchés d'une durée inférieure ou égale à un an, conclus pour répondre à un besoin régulier, la valeur totale mentionnée ci-dessus est celle qui correspond aux besoins d'une année. »

Critères de choix des offres

Article 53

I. « Pour attribuer le marché au candidat qui a présenté l'offre économiquement la plus avantageuse, le pouvoir adjudicateur se fonde :

1° Soit sur une pluralité de critères non discriminatoires et liés à l'objet du marché, notamment la qualité, le prix, la valeur technique, le caractère esthétique et fonctionnel, les performances en matière de protection de l'environnement, les performances en matière d'insertion professionnelle des publics en difficulté, le coût global d'utilisation, la rentabilité, le caractère innovant, le service après-vente et l'assistance technique, la date de livraison, le délai de livraison ou d'exécution. D'autres critères peuvent être pris en compte s'ils sont justifiés par l'objet du marché ;

2° Soit, compte tenu de l'objet du marché, sur un seul critère, qui est celui du prix.

II. Pour les marchés passés selon une procédure formalisée autre que le concours et lorsque plusieurs critères sont prévus, le pouvoir adjudicateur précise leur pondération. Le poids de chaque critère peut être exprimé par une fourchette dont l'écart maximal est approprié.

Le pouvoir adjudicateur qui estime pouvoir démontrer que la pondération n'est pas possible notamment du fait de la complexité du marché, indique les critères par ordre décroissant d'importance. »

Critères de sélection des candidatures

Article 45-I : « Le pouvoir adjudicateur ne peut exiger des candidats que des renseignements ou documents permettant d'évaluer leur expérience, leurs capacités professionnelles, techniques et financières ainsi que des documents relatifs aux pouvoirs des personnes habilitées à les engager. »

Article 45-II : « Le pouvoir adjudicateur peut demander aux opérateurs économiques qu'ils produisent des certificats de qualité. Ces certificats, délivrés par des organismes indépendants, sont fondés sur les normes européennes. »

Article 52-I : « Les candidatures qui n'ont pas été écartées en application des dispositions de l'alinéa précédent sont examinées au regard des niveaux de capacités professionnelles, techniques et financières mentionnées dans l'avis d'appel public à la concurrence, ou, s'il s'agit d'une procédure dispensée de l'envoi d'un tel avis, dans le règlement de la

consultation. Les candidatures qui ne satisfont pas à ces niveaux de capacité sont éliminées.

L'absence de références relatives à l'exécution de marchés de même nature ne peut justifier l'élimination d'un candidat et ne dispense pas le pouvoir adjudicateur d'examiner les capacités professionnelles, techniques et financières des candidats. »

Exclusions

Article 3 : « Les dispositions du présent code ne sont pas applicables

[...] **11°** Aux accords-cadres et marchés qui ont pour objet l'achat d'œuvres et d'objets d'art existants, d'objets d'antiquité et de collection. »

Exclusivité

Article 35-II : « Peuvent être négociés sans publicité préalable et sans mise en concurrence

[...] **8°** Les marchés et les accords-cadres qui ne peuvent être confiés qu'à un opérateur économique déterminé pour des raisons techniques, artistiques ou tenant à la protection de droits d'exclusivité. »

Groupements des candidatures ou des offres

Article 51 :

I. « Les opérateurs économiques sont autorisés à se porter candidat sous forme de groupement solidaire ou de groupement conjoint, sous réserve du respect des règles relatives à la concurrence.

Le groupement est conjoint lorsque chacun des opérateurs économiques membres du groupement s'engage à exécuter la ou les prestations qui sont susceptibles de lui être attribuées dans le marché.

Le groupement est solidaire lorsque chacun des opérateurs économiques membres du groupement est engagé financièrement pour la totalité du marché.

II. Dans les deux formes de groupements, l'un des opérateurs économiques membres du groupement, désigné dans l'acte d'engagement comme mandataire, représente l'ensemble des membres vis-à-vis du pouvoir adjudicateur, et coordonne les prestations des membres du groupement.

Si le marché le prévoit, le mandataire du groupement conjoint est solidaire, pour l'exécution du marché, de chacun des membres du groupement pour ses obligations contractuelles à l'égard du pouvoir adjudicateur.

III. En cas de groupement conjoint, l'acte d'engagement est un document unique qui indique le montant et la répartition détaillée des prestations que chacun des membres du groupement s'engage à exécuter.

En cas de groupement solidaire, l'acte d'engagement est un document unique qui indique le montant total du marché et l'ensemble des prestations que les membres du groupement s'engagent solidairement à réaliser.

IV. Les candidatures et les offres sont présentées soit par l'ensemble des opérateurs économiques groupés, soit par le mandataire s'il justifie des habilitations nécessaires pour représenter ces opérateurs économiques au stade de la passation du marché. Un même opérateur économique ne peut pas être mandataire de plus d'un groupement pour un même marché.

L'acte d'engagement est signé soit par l'ensemble des entreprises groupées, soit par le mandataire s'il justifie des habilitations nécessaires pour représenter ces entreprises.

V. La composition du groupement ne peut être modifiée entre la date de remise des candidatures et la date de signature du marché. Toutefois, si le groupement apporte la preuve qu'un de ses membres est mis en liquidation judiciaire ou qu'il se trouve dans l'impossibilité d'accomplir sa tâche pour des raisons qui ne sont pas de son fait, il peut demander au pouvoir adjudicateur l'autorisation de continuer à participer à la procédure de passation sans cet opérateur défaillant, en proposant le cas échéant à l'acceptation du pouvoir adjudicateur un ou plusieurs sous-traitants. Le pouvoir adjudicateur se prononce sur cette demande après examen de la capacité professionnelle, technique et financière de l'ensemble des membres du groupement ainsi transformé et, le cas échéant, des sous-traitants présentés à son acceptation.

VI. - L'avis d'appel public à la concurrence ou le règlement de la consultation peut interdire aux candidats de présenter pour le marché ou certains de ses lots plusieurs offres en agissant à la fois :

1° En qualité de candidats individuels et de membres d'un ou plusieurs groupements ;

2° En qualité de membres de plusieurs groupements.

VII. Le passage d'un groupement d'une forme à une autre ne peut être exigé pour la présentation de l'offre, mais le groupement peut être contraint d'assurer cette transformation lorsque le marché lui a été attribué, si cette transformation est nécessaire pour la bonne exécution du marché. Dans ce cas, la forme imposée après attribution est mentionnée dans l'avis d'appel public à la concurrence ou dans le règlement de la consultation. »

Hors marché dans le cadre d'un marché à bons de commande

Article 77-III : « Pour des besoins occasionnels de faible montant, le pouvoir adjudicateur peut s'adresser à un prestataire autre que le ou les titulaires du marché, pour autant que le montant cumulé de tels achats ne dépasse pas 1 % du montant total du marché, ni la somme de 10 000 euros HT. Le recours à cette possibilité ne dispense pas le pouvoir adjudicateur de respecter son engagement de passer des commandes à hauteur du montant minimum du marché lorsque celui-ci est prévu. »

Marché à bons de commande

Article 77

I : « Un marché à bons de commande est un marché conclu avec un ou plusieurs opérateurs économiques et exécuté au fur et à mesure de l'émission de bons de commande. Lorsqu'un marché à bons de commande est attribué à plusieurs opérateurs économiques, ceux-ci sont au moins au nombre de trois, sous réserve d'un nombre suffisant de candidats et d'offres.

Dans ce marché le pouvoir adjudicateur a la faculté de prévoir un minimum et un maximum en valeur ou en quantité, ou un minimum, ou un maximum, ou encore être conclus *[sic]* sans minimum ni maximum.

L'émission des bons de commande s'effectue sans négociation ni remise en concurrence préalable des titulaires, selon des modalités expressément prévues par le marché.

Les bons de commande sont des documents écrits adressés aux titulaires du marché. Ils précisent celles des prestations, décrites dans le marché, dont l'exécution est demandée et en déterminent la quantité.

II. La durée des marchés à bons de commande ne peut dépasser quatre ans, sauf dans des cas exceptionnels dûment justifiés, notamment par leur objet ou par le fait que leur exécution nécessite des investissements amortissables sur une durée supérieure à quatre ans.

L'émission des bons de commande ne peut intervenir que pendant la durée de validité du marché. Leur durée d'exécution est fixée conformément aux conditions habituelles d'exécution des prestations faisant l'objet du marché. Le pouvoir adjudicateur ne peut cependant retenir une date d'émission et une durée d'exécution de ces bons de commande telles que l'exécution des marchés se prolonge au-delà de la date limite de validité du marché dans des conditions qui méconnaissent l'obligation d'une remise en concurrence périodique des opérateurs économiques. »

Notification au fournisseur dont l'offre a été choisie (marchés sur appel d'offres et à procédure adaptée)

Article 81 : « Sauf dans le cas de l'échange de lettres prévu au 1° du II de l'article 35, les marchés et accords-cadres d'un montant supérieur à 20 000 euros HT sont notifiés avant tout commencement d'exécution. Pour les marchés et accords-cadres passés selon une procédure formalisée, la notification consiste en un envoi d'une copie du marché ou de l'accord-cadre signé au titulaire. La date de notification est la date de réception de cette copie par le titulaire.

A l'exception du cas de l'échange de lettres, le marché ou l'accord-cadre prend effet à cette date. »

Procédures

Procédure « sans formalité »

Article 28 : « Le pouvoir adjudicateur peut décider que le marché sera passé sans publicité ni mise en concurrence préalables si les circonstances le justifient, ou si son montant estimé est inférieur à 4 000 euros HT, ou dans les situations décrites au II de l'article 35. »

Procédure adaptée

Article 28 : « Lorsque leur valeur estimée est inférieure aux seuils mentionnés au II de l'article 26, les marchés de fournitures, de services ou de travaux peuvent être passés selon une procédure adaptée, dont les modalités sont librement fixées par le pouvoir adjudicateur en fonction de la nature et des caractéristiques du besoin à satisfaire, du nombre ou de la localisation des opérateurs économiques susceptibles d'y répondre ainsi que des circonstances de l'achat.

Le pouvoir adjudicateur peut négocier avec les candidats ayant présenté une offre. Cette négociation peut porter sur tous les éléments de l'offre, notamment sur le prix.

Pour la détermination de ces modalités, le pouvoir adjudicateur peut s'inspirer des procédures formalisées prévues par le présent code, sans pour autant que les marchés en cause ne soient alors soumis aux règles formelles applicables à ces procédures. En revanche, s'il se réfère expressément à l'une des procédures formalisées prévues par le présent code, le pouvoir adjudicateur est tenu d'appliquer les modalités prévues par le présent code.

Quel que soit son choix, le pouvoir adjudicateur ne peut exiger des opérateurs économiques plus de renseignements ou de documents que ceux prévus pour les procédures formalisées par les articles 45, 46 et 48. »

Procédure de l'appel d'offres

Article 33 : « L'appel d'offres est la procédure par laquelle le pouvoir adjudicateur choisit l'attributaire, sans négociation, sur la base de critères objectifs préalablement portés à la connaissance des candidats.

L'appel d'offres peut être ouvert ou restreint.

L'appel d'offres est dit ouvert lorsque tout opérateur économique peut remettre une offre.

L'appel d'offres est dit restreint lorsque seuls peuvent remettre des offres les opérateurs économiques qui y ont été autorisés après sélection.

Le choix entre les deux formes d'appel d'offres est libre. »

Article 59-II : « Après classement des offres finales conformément au III de l'article 53, l'offre économiquement la plus avantageuse est choisie en application du ou des critères annoncés dans l'avis d'appel public à la concurrence ou dans le règle. »

Procédure de l'appel d'offres : possibilité de passer quelques lots selon une procédure adaptée dans le cadre d'un marché alloti passé globalement selon la procédure de l'appel d'offres

Article 27-III- 1° et 2° : « Les pouvoirs adjudicateurs peuvent décider de mettre en oeuvre soit une procédure commune de mise en concurrence pour l'ensemble des lots, soit une procédure de mise en concurrence propre à chaque lot. Quelle que soit l'option retenue, lorsque la valeur cumulée des lots est égale ou supérieure aux seuils prévus au II de l'article 26, la ou les procédures à mettre en oeuvre sont les procédures formalisées mentionnées au I du même article.

Toutefois, même si la valeur totale des lots est égale ou supérieure aux seuils des marchés formalisés, il est possible de recourir à une procédure adaptée :

1° Pour les lots inférieurs à 80 000 euros HT dans le cas de marchés de fournitures et de services ;

2° Pour les lots inférieurs à 1 000 000 euros HT dans le cas des marchés de travaux, à la condition que le montant cumulé de ces lots n'excède pas 20 % de la valeur de la totalité des lots. Dans le cas où un minimum et un maximum sont fixés, les 20 % s'appliquent au montant minimum du marché.

Cette dérogation peut également s'appliquer à des lots déclarés infructueux ou sans suite au terme d'une première procédure ainsi qu'à des lots dont l'exécution est inachevée après résiliation du marché initial lorsque ces lots satisfont aux conditions fixées par les trois alinéas précédents.

Cette dérogation ne peut, en revanche, s'appliquer aux accords-cadres et aux marchés qui ne comportent pas de montant minimum. »

Publicité

Article 40-II : « Pour les achats de fournitures, de services et de travaux d'un montant compris entre 4 000 euros HT et 90 000 euros HT [...], le pouvoir adjudicateur choisit librement les modalités de publicité adaptées en fonction des caractéristiques du marché, notamment le montant et la nature des travaux, des fournitures ou des services en cause. »

Article 40-III- 1° : « Pour les achats d'un montant compris entre 90 000 euros HT et 125 000 euros HT pour l'État ou 193 000 euros HT pour les collectivités territoriales, le pouvoir adjudicateur est tenu de publier un avis d'appel public à la concurrence soit dans le Bulletin officiel des annonces des marchés publics, soit dans un journal habilité à recevoir des annonces légales. A compter du 1^{er} janvier 2010, il publie en outre cet avis sur son profil d'acheteur. Le pouvoir adjudicateur apprécie de plus si, compte tenu de la nature ou du montant des fournitures ou des services en cause, une publication dans un journal spécialisé correspondant au secteur économique concerné est par ailleurs nécessaire pour assurer une publicité conforme aux principes mentionnés à l'article 1^{er}. »

Article 40-III-2° : « Pour les achats d'un montant égal ou supérieur à 125 000 euros HT pour l'État et 193 000 HT pour les collectivités territoriales, le pouvoir adjudicateur est tenu de publier un avis d'appel public à la concurrence dans le Bulletin officiel des annonces des marchés publics et au Journal officiel de l'Union européenne, ainsi que, à compter du 1^{er} janvier 2010, sur son profil d'acheteur. »

Seuils

Article 26-I : « Les pouvoirs adjudicateurs passent leurs marchés et accords cadres selon les procédures formalisées suivantes :

- 1° Appel d'offres ouvert ou restreint;
- 2° Procédures négociées [...]
- 3° Dialogue compétitif [...]
- 4° Concours [...]
- 5° Système d'acquisition dynamique [...]

Article 26-II : « Les marchés et accords-cadres peuvent aussi être passés selon une procédure adaptée, dans les conditions définies par l'article 28, lorsque le montant estimé du besoin est inférieur aux seuils suivants :

- 1° 125 000 euros HT pour les fournitures et les services de l'État;
- 2° 193 000 euros HT pour les fournitures et les services des collectivités territoriales. »

Annexe 3 – Adresses des pages internet citées

NB. Les extraits des articles cités du code des marchés publics figurant en Annexe 2, les adresses de ces articles n'ont pas été reproduites dans la présente annexe.

page 2

CNL, Centre national du livre, <http://www.centrenationaldulivre.fr/>

FILL, Fédération interrégionale du livre, <http://www.fill.fr>

ARALD, Agence Rhône-Alpes pour le livre et la documentation, <http://www.arald.org/>

ArL PACA, Agence régionale du Livre Provence-Alpes-Côte d'Azur, <http://www.livre-paca.org/>

CRLBN, Centre régional des lettres de Basse-Normandie, <http://www.crlbn.fr/>

ECLA, Écrit Cinéma livre et Audiovisuel en Aquitaine, <http://ecla.aquitaine.fr/>

LLB, Livre et lecture en Bretagne, <http://www.livrelecturebretagne.fr/>

MOTif, Observatoire du livre et de l'écrit en Ile-de-France, <http://www.lemotif.fr/>

ABF, Association des bibliothécaires français, <http://www.abf.asso.fr/>

IABD, Interassociation archives bibliothèques documentation, <http://www.iabd.fr/>

IGB, Inspection générale des bibliothèques,

<http://www.enseignementsup-recherche.gouv.fr/pid24765/inspection-generale-des-bibliotheques-i.g.b.html>

SLF, Syndicat de la librairie française, <http://www.syndicat-librairie.fr/>

Sofia, Société française des intérêts des auteurs de l'écrit, <http://www.la-sofia.org/>

page 7

- étude sur l'Accès des libraires aux marchés d'achats de livres des bibliothèques,

http://www.ddm.gouv.fr/article.php3?id_article=1560

page 8

- loi du 18 juin 2003, http://www.culture.gouv.fr/culture/dll/droit-pret/texte_loi.html

- Vade-mecum à l'usage des bibliothèques territoriales (2005),

http://www.culture.gouv.fr/culture/guides/dll/Vade-mecum_marches_publics_2005.pdf

- mise à jour du MOTif (2009), http://www.lemotif.fr/fichier/motif_fichier/8/fichier_fichier_vademecumv3.pdf

page 11

- loi du 10 août 1981,

<http://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=LEGITEXT000006068716&dateTexte=20110427>

- loi du 18 juin 2003,

http://www.legifrance.gouv.fr/html/actualite/actualite_legislative/decrets_application/2003-517.htm

- droit de prêt, <http://www.droitdepret.culture.gouv.fr/>

- Prix du livre mode d'emploi, <http://www.culture.gouv.fr/culture/dll/prix-livre/intro.htm>

page 12

- ordonnance n° 2005-649 du 6 juin 2005,

<http://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT00000629820>

- décret n° 2005-1742 du 30 décembre 2005,

<http://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT00000811078&dateTexte=>

pages 13, 24, 27 et 45

- circulaire du 29 décembre 2009 relative au Guide de bonnes pratiques en matière de marchés publics,

<http://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000021570204>

page 14

- nomenclature CPV,

<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2008:074:0001:0375:FR:PDF>

page 19

- bibliothèques de prêt accueillant du public,

http://www.la-sofia.org/sofia/Adherents/glossaire.jsp?cache=offonce&from=null#chapitre_1

page 20

- décret n° 2004-922 du 31 août 2004,

http://www.culture.gouv.fr/culture/guides/dll/Decret_8aout1985_livrescolaire_consolide.pdf

page 29

- modèle d'AAPC, http://www.journal-officiel.gouv.fr/documents/externe/aapc_2006.pdf

page 34

- Situation économique de la librairie indépendante. Rapport des enquêtes quantitatives,

http://www.culture.gouv.fr/culture/guides/dll/Etude_economique_librairies_30mars2007.pdf

http://www.centrenationaldulivre.fr/IMG/pdf/rapport_quanti_2005_070330_def.pdf

page 36

- décret n°2004-1144 du 26 octobre 2004,

<http://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000000440775&dateTexte=>

page 38

- formulaire DC3, <http://www.economie.gouv.fr/daj/accueil-daj>,

http://www.economie.gouv.fr/files/directions_services/daj/marches_publics/formulaires/DC/imprimés_dc/dc3.rtf

- arrêté du 19 janvier 2009 (CCAG-FCS),

<http://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000020407115&dateTexte>

pages 44 et 51

- Commission consultative des marchés publics, rapport 2010,

http://www.economie.gouv.fr/files/directions_services/daj/marches_publics/ccmp/rapports-activite-ccmp/rapport-activite-2010.pdf

page 45

- label LIR, <http://www.centrenationaldulivre.fr/?-Le-label-Librairie-Independante-de->

- Code général des impôts, article 1464 I,

http://legifrance.gouv.fr/affichCodeArticle.do;jsessionid=FDECCA29F7FF286F94994B374F511C8D.tpdjo16v_1?cidTexte=LEGITEXT000006069577&idArticle=LEGIARTI000018036155&dateTexte=20090124&categorieLien=cid

document disponible en ligne à l'adresse

http://www.dgmic.culture.gouv.fr/article.php3?id_article=1680

Pour tout complément d'information
Service du livre et de la lecture
182 rue Saint-Honoré, 75033 Paris Cedex 01
marchesdelivres.sll@culture.gouv.fr