



2016

VERSION MISE À JOUR

LIVRE BLANC

10 points-clés pour répondre aux marchés publics

- 1) Qu'est-ce qu'un marché public?
- 2) Qui sont les acheteurs publics?
- 3) Comment être au courant des marchés publics?
- 4) Existe-il des outils de veille sur les marchés publics?
- 5) Quels pré-requis pour répondre aux marchés publics?
- 6) Peut-on répondre à plusieurs entreprises?
- 7) Peut-on déposer son offre par Internet?
- 8) Peut-on négocier avec les acheteurs publics?
- 9) Ma petite entreprise peut-elle accéder aux marchés publics?
- 10) Comment optimiser mes chances de remporter un marché public?



DOUBLETRADE

INTRODUCTION



Le montant global des marchés publics est compris entre 120 et 150 milliards d'euros, soit 10% du PIB. Celui-ci représente un enjeu économique très important pour ses acteurs.

De nombreuses entreprises méconnaissent encore le potentiel de développement que leur offre l'achat public.

Ce livre blanc a deux objectifs :

- informer sur le fonctionnement des marchés publics.
- répondre aux questions des sociétés désireuses de travailler avec la sphère publique.

1) Qu'est-ce qu'un marché public?

L'article 1^{er} du Code des marchés publics stipule : Les marchés publics sont des contrats administratifs conclus à titre onéreux avec des opérateurs économiques publics ou privés par les pouvoirs adjudicateurs, pour répondre à leurs besoins en matière de travaux, de fournitures ou de services.

Un marché public est donc un contrat entre une personne publique et une personne privée. Il s'agit d'un contrat conclu à titre onéreux.

La personne publique ou «acheteur public» est le donneur d'ordres.

Les marchés publics sont classés en 3 catégories :

- les marchés de travaux, qui ont pour objet la réalisation de tous travaux de bâtiment ou de génie civil.
- les marchés de fournitures, qui concernent l'achat, la prise en crédit-bail, la location ou encore la location vente de mobiliers, de matériels ou de fournitures.
- les marchés de services, qui incluent aussi bien les services matériels (nettoyage de locaux, sécurité alarme, entretien de jardins, enlèvement des ordures ménagères, etc.) que les services immatériels (maîtrise d'œuvre, expertise comptable, services juridiques...)

Le principal phénomène qui différencie les marchés «publics» des marchés «privés» réside dans la mise en concurrence.

En effet, les entreprises privées sont libres dans le choix de leurs fournisseurs car elles gèrent leurs propres fonds. Elles s'adressent à qui elles le souhaitent, via des contrats de «gré à gré». Les Administrations, quant à elles, ne peuvent directement choisir leurs prestataires, car elles utilisent de l'argent public (celui du contribuable).

Elles sont donc obligées par le Code des marchés publics de mettre en concurrence les entreprises compétentes en France, voire en Europe. Le bon usage de des deniers publics doit être garanti par le choix de la meilleure offre, décrite dans le code précité comme l'offre la «mieux-disante». L'attribution du marché doit se faire sur des critères objectifs, adaptés à chaque marché et identiques pour tous.

Quel que soit leur montant, les acheteurs publics doivent respecter les principes suivants :

- liberté d'accès à toutes les entreprises, petites comme grandes
- d'égalité de traitement des candidats, entreprises locales ou internationales
- de transparence des procédures : publicité des marchés publics et des attributaires

Ces principes permettent d'assurer l'efficacité de la commande publique et la bonne utilisation des deniers publics.



2) Qui sont les acheteurs publics?

Il existe deux types d'acheteurs publics : les Organismes soumis au Code des marchés publics et les Organismes soumis à l'ordonnance du 6 juin 2005.

Cette distinction tient à la séparation des pouvoirs : les premiers relèvent du domaine réglementaire, alors que celles des seconds relèvent du niveau législatif.

a) les Organismes soumis au Code des marchés publics

Ce sont :

L'Etat et ses établissements publics autres que ceux ayant un caractère industriel et commercial

Sont soumis au CMP les marchés de l'Etat, qu'ils soient passés par :

- les services centraux,
- les services à compétence nationale,
- les services déconcentrés,!
- des organismes qui, sans posséder la personnalité juridique, disposent d'une certaine autonomie (AAI).

Sont également concernés les marchés passés par :

- Les établissements publics administratifs (EPA)
- Les établissements assimilés, reconnus par la jurisprudence comme une variété d'EPA
- établissements publics à caractère scientifique, culturel et professionnel (EPSCP) :

l'EHESS...

- établissements publics à caractère scientifique et culturel (EPSC) : les IEP...
- établissements publics d'enseignement supérieur : les universités...
- établissements publics à caractère scientifique et technologique (EPST) : le CNRS...
- établissements consulaires : les chambres de commerce et d'industrie...
- établissements publics à caractère culturel : le musée du Louvre...
- Les collectivités territoriales et ses établissements publics locaux

Le CMP s'applique aux marchés des collectivités territoriales :

- métropolitaines
 - de droit commun (communes, départements, régions)
 - dotées d'un statut spécifique (communes de Paris, Lyon, Marseille...)
- d'outre-mer (sauf collectivités d'outre-mer disposant de leur réglementation propre)

Tous les établissements publics des CT sont soumis au CMP :

- administratif
- industriel et commercial

Les établissements publics sont soumis aux règles applicables à leur collectivité de rattachement.

b) les Organismes soumis à l'ordonnance n° 2005-649 du 6 juin 2005

Ce sont :

- Les organismes de droit privé ou organismes de droit public autres que ceux soumis au CMP, créés pour satisfaire spécifiquement des besoins d'intérêt général ayant un caractère industriel et commercial : SEM, OPH, GIP, EPIC...
- La Banque de France, l'Institut de France, l'Académie française, l'Académie des inscriptions et belles-lettres, l'Académie des sciences, l'Académie des beaux-arts et l'Académie des sciences morales et politiques.
- La Caisse des dépôts et consignations
- Les organismes de droit privé dotés de la personnalité juridique constitués en vue de réaliser certaines activités en commun : groupements et associations
- Tous les établissements publics à caractère administratif ayant dans leur statut une mission de recherche, pour les achats de fournitures, de services et de travaux destinés à la conduite de leurs activités de recherche.



3) Comment être au courant des marchés publics?

Pour ses marchés inférieurs à 4.000 € HT, les acheteurs publics peuvent contacter directement l'entreprise de son choix. Nous sommes alors comme dans les marchés privés.

Toutefois, dès 4.000 €HT, ceux-ci sont obligés de mettre en place une publicité de leur marché afin d'informer les candidats potentiels. C'est l'avis d'appel public à la concurrence.

Il existe des supports «officiels» :

- le BOAMP (Bulletin Officiel d'Annonces des Marchés Publics).
- le JOUE (Journal Officiel de l'Union Européenne).
- les Journaux d'Annonces Légales (JAL)

D'autres supports peuvent être utilisés :

- affichage, journal local, presse spécialisée, site Internet ...

Le support à utiliser par l'acheteur public dépend de l'objet, et surtout, du montant du marché. En effet, le Code des marchés publics prévoit des seuils de publicité.

Pour les marchés d'un montant compris entre 4.000€ et 90.000€, l'acheteur choisit librement le support de publicité. Toutefois, celui doit être «adapté» au montant et à l'objet du marché. Ainsi, plus le marché est important, plus la publicité doit être ouverte au plus grand nombre.

Ensuite, l'avis de marché doit être publié au BOAMP ou dans un JAL pour :

- les marchés de travaux entre 90.000€ et 5.186.000€
- les marchés de fournitures et services de l'Etat entre 90.000€ et 134.000€
- les marchés de fournitures et services des collectivités territoriales entre 90.000€ et 207.000€.

Enfin, pour les marchés d'un montant supérieur aux seuils précités, la publicité doit obligatoirement paraître au BOAMP et au JOUE.

4) Existe-il des outils de veille sur les marchés publics?

Oui, c'est le cas de DTV de la société DoubleTrade, leader depuis 1998 dans la gestion des appels d'offres publics et des projets privés.

Depuis 1998 DoubleTrade propose aux entreprises privées des solutions simples et efficaces pour gérer l'ensemble du processus d'appel d'offres.

Les solutions DoubleTrade s'adressent aux directions commerciales ou marketing souhaitant bénéficier d'un service de veille sur les appels d'offres, et détecter ainsi de nouveaux marchés tout en réduisant les coûts de prospection commerciale. L'utilisation des technologies web facilite par ailleurs la constante évolutivité des produits qui sont proposés de façon modulaire, en fonction des exigences de chaque entreprise.

Sa solution de veille, DTV, aide les directions commerciales à maximiser leurs chances de remporter des marchés grâce à un processus de prospection maîtrisé, de la détection des marchés à l'analyse des résultats et au suivi des concurrents.

Il permet une veille commerciale sur :

- plus de 1 800.000 avis d'appels d'offres par an, issus de la presse quotidienne régionale et des publications officielles françaises et européennes (BOAMP, JOUE, Sources Internationales ...)
- plus de 350.000 projets de construction émanant d'entreprises, de collectivités ou de particuliers et collectés auprès des services municipaux d'urbanisme et des DDE.

Grâce à DTV, les entreprises détectent automatiquement tous les jours les annonces qui les intéressent dans 90 secteurs d'activité.

Véritable outil de productivité, DTV permet de suivre et piloter l'activité commerciale sur les marchés auxquels vous répondez : partage de l'information, suivi des dossiers, tableaux de bord, reporting...

Depuis plus de 15 ans, cet outil a bâti une formidable base historique de plus de 12 millions d'avis d'attribution et avis de marché : ils sont une source précieuse pour anticiper les besoins des donneurs d'ordres (renouvellement de marchés), suivre l'activité de vos concurrents et l'évolution d'un secteur d'activité.

5) Quels pré-requis pour répondre aux marchés publics?

Deux catégories d'obligations peuvent être exigées des entreprises qui souhaitent accéder à la commande publique :

a) Être en règle avec ses obligations sociales et fiscales

Dans son dossier de réponse, le candidat n'est tenu de fournir qu'une simple attestation sur l'honneur qu'il est en règle avec ses obligations fiscales et sociales. Seul le candidat retenu devra produire les certifications délivrées par les administrations compétentes.

Toutefois, il peut déléguer au trésorier payeur général son droit de collecter ces informations auprès des administrations compétentes (modèle obligatoire cerfa n°11064*01, DC 7, copie en annexe).

b) Apporter la confirmation de ses compétences professionnelles

Les documents suivants pourront être demandés par l'acheteur public aux soumissionnaires :

- le justificatif de l'inscription au registre des métiers ou du commerce et des sociétés;
- une déclaration concernant le chiffre d'affaires global ou celui concernant uniquement les prestations qui font l'objet du marché ;
- une déclaration concernant les effectifs salariés du candidat et de son personnel d'encadrement, pour chacune des trois dernières années ;
- une présentation d'une liste des principales fournitures ou des principaux services ou de travaux en cours d'exécution ou exécutés au cours des cinq dernières années ;
- l'indication des titres d'études ou de l'expérience professionnelle du ou des responsables de l'exécution des prestations de services envisagées ;
- une déclaration concernant le matériel technique dont dispose l'entrepreneur pour l'exécution du marché ;
- les certificats de qualifications professionnelles des entreprises ;

6) Comment faire une réponse par voie électronique?

Depuis 2005, pour les procédures «formalisées», l'acheteur public doit être en mesure de recevoir toutes les candidatures et les offres par voie électronique.

A compter du 1er janvier 2012, ce dernier ne peut plus refuser de recevoir les candidatures et les offres qui lui sont transmises par voie électronique dès que le montant du marché atteint 90 000€ HT.

De son côté, pour tous ses achats, il peut imposer la transmission des candidatures et des offres par voie électronique.

Les avantages de la réponse par voie dématérialisée :

- Un gain de temps dans la constitution de mon dossier de réponse
- Un niveau de sécurité garanti par le recours à un certificat de signature électronique connu des acheteurs publics
- La possibilité de coordonner mes réponses par voie électronique dans le cadre d'un groupement avec mes partenaires
- Une réduction de mes coûts de fonctionnement par la suppression des frais de poste et de coursier et par une meilleure coordination entre mes services
- La certitude que mon dossier est bien arrivé grâce à l'accusé de réception électronique

Pour répondre par ce biais, le pré-requis nécessaire est le certificat de signature électronique.

C'est un composant électronique (carte à puce, clé USB, logiciel) qui garantit :

- l'identité de la personne signataire (carte d'identité) ;
- l'intégrité des documents échangés (protection contre toute altération) ;
- l'assurance de non-répudiation (impossibilité de renier sa signature).

Pour se le procurer, il faut commencer par choisir un des certificats de signature électronique référencé par le Minéfi dont la liste est publiée sur le site :

<http://www.entreprises.minefi.gouv.fr/certificats/>

Ensuite, il faut:

- aller sur le site Internet d'un prestataire de services de certification électronique ;
- télécharger le dossier d'inscription ;
- constituer le dossier avec les justificatifs demandés ;
- choisir le support physique : soit carte à puce, soit clé USB, soit logiciel ;
- récupérer mon certificat en « face à face » ;
- le conserver de façon sûre : il a la même valeur que ma signature manuscrite.

Quel que soit mon choix parmi les certificats référencés, mon certificat sera accepté par tous les acheteurs : État, collectivités territoriales, établissements publics et entités adjudicatrices.

7) Ma petite entreprise peut-elle accéder aux marchés publics?

Oui, la situation des PME s'est considérablement améliorée avec les dernières réformes du Code des marchés publics. Il comporte en un certain nombre de mesures qui sont très favorables aux petites et moyennes entreprises. En effet, on peut citer par exemple l'allotissement qui est devenue la règle et la réduction des délais de paiement.

a) l'allotissement

L'allotissement permet à l'acheteur public, lorsqu'un marché comporte plusieurs types de prestations, de le découper en lots. C'est une disposition essentielle pour les entreprises de petite taille ou très spécialisées, qui ne pourraient répondre à l'intégralité d'un marché. Cela favorise donc la concurrence.

b) le délai global de paiement

Celui-ci ne peut excéder :

- 30 jours pour l'Etat et ses établissements publics
- 30 jours pour les collectivités territoriales et les établissements publics locaux.

Ce délai, qui était auparavant de 45 jours, a été ramené à 35 jours le 1er janvier 2010, puis à 30 jours depuis le 1er juillet 2010.

- 50 jours pour les établissements publics de santé et les établissements du service de santé des armées.

Le dépassement de ces délais ouvre de plein droit et sans autre formalité, pour le titulaire du marché ou le sous-traitant, le bénéfice d'intérêts moratoires, à compter du jour suivant l'expiration du délai.

8) Peut-on négocier avec les acheteurs publics?

La réponse dépend de la procédure utilisée par l'Administration. En effet, il existe trois principales procédures :

- les marchés à procédure adaptée
- les appels d'offres
- les marchés négociés

Les marchés à procédure adaptée sont ceux dont le montant est inférieur aux seuils suivants :

- les marchés de travaux inférieurs à 5.186.000€
- les marchés de fournitures et services de l'Etat inférieurs à 134.000€
- les marchés de fournitures et services des collectivités territoriales inférieurs 207.000€

Les modalités de la consultation sont librement fixées par l'acheteur public. Ainsi, celui pourra prévoir une phase de négociation suite à la remise des offres.

Au-delà des seuils précités, l'acheteur est obligé de recourir à une procédure «formalisée». La règle est le recours à un «appel d'offres». Dans quelques cas précis, par exception, il pourra passer un «marché négocié».

9) Peut-on répondre aux appels d'offres avec d'autres entreprises ?

Oui, deux possibilités sont offertes : le groupement d'entreprises et la sous-traitance.

a) le groupement d'entreprises

C'est l'hypothèse dans laquelle plusieurs prestataires se regroupent en un « groupement momentané d'entreprises » (GME) plus souvent appelée « cotraitance » en vue de soumissionner à un marché.

Ces prestataires sont alors des « co-titulaires » ou « cotraitants » et sont tous des cocontractants du pouvoir adjudicateur (CE, 9/12/1987, « CCI des Deux Sèvres »), le groupement lui-même n'est donc pas titulaire du marché (CE, 24/02/1988, « Groupe Gerpiam ») et le mandataire du groupement n'est pas l'unique cocontractant non plus.

Les membres du groupement désignent dans l'acte d'engagement, un mandataire qui aura pour mission de les représenter vis-à-vis du pouvoir adjudicateur et souvent de coordonner les prestations des cotraitants (art.51 II. CMP). A noter que cette mission de coordination est interne au groupement et ne peut être confondue avec la mission de coordination qui peut être attribuée sous forme de lot dans le cadre d'un marché alloti.

Cette formule a l'avantage de permettre une bonne coordination entre les différents intervenants dans une opération et de faciliter l'accès des PME aux marchés publics puisqu'elles peuvent ainsi accéder à des marchés qui leur auraient été fermés, étant dans l'incapacité technique et financière de les mener à leur terme, seules.

Cette possibilité, pour les entreprises, de se regrouper est désormais posée à l'article 51 CMP sous la forme suivante : « 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 ».

- 50 jours pour les établissements publics de santé et les établissements du service de santé des armées.

Le dépassement de ces délais ouvre de plein droit et sans autre formalité, pour le titulaire du marché ou le sous-traitant, le bénéfice d'intérêts moratoires, à compter du jour suivant l'expiration du délai.

b) la sous-traitance

Les principes de base de la sous-traitance dans les marchés publics sont les mêmes que pour les marchés privés. En effet, le Code des marchés publics, en ses articles 112 à 117 reprend la loi du 31 janvier 1975 sur la sous-traitance.

Toutefois, quelques différences sont notables :

- les marchés concernés

Seuls marchés de travaux et de service concernés par la sous-traitance.

Les marchés de fournitures sont exclus. Toutefois, la sous-traitance est possible pour la partie « services » (livraison) ou la partie « travaux » (pose) d'un marché de fournitures.

- la sous-traitance totale

Pour les marchés privés, la sous-traitance totale permise par la loi du 31 décembre 1975. Article 1er : «la sous-traitance est l'opération par laquelle un entrepreneur confie [...] à une autre personne appelée sous-traitant tout ou partie de l'exécution du contrat d'entreprise».

Pour les marchés publics, interdiction de sous-traiter l'intégralité d'un marché.

Article 112 du CMP : «le titulaire d'un marché public peut sous-traiter une partie de son marché».

- le paiement direct

Le paiement direct du sous-traitant par l'acheteur public est affiché à l'article 115-1° du CMP.

Il s'applique dès lors que le montant de la partie sous-traitée est supérieur à 600 € TTC.

10) Comment optimisez mes chances de remporter des marchés publics ?

Deux aspects apparaissent primordiaux dans la quête des marchés publics :

- bien maîtriser la réglementation des marchés publics (droits, obligations et procédures)
- être conscient des points forts et des faiblesses de son entreprise face à ses concurrents

a) maîtriser la réglementation des marchés publics

Rien de tel qu'être formé pour connaître rapidement et efficacement les rouages de l'achat public. C'est pourquoi, en plus de la veille sur les appels d'offres, DoubleTrade propose aussi des formations pour aider les entreprises à répondre aux marchés publics et à les remporter.

Toutes nos formations sont conçues pour répondre aux problématiques concrètes des entreprises en intégrant cas pratiques et retours d'expérience. Elles sont éligibles au DIF.

D'une durée d'une demi-journée ou d'une journée, ces stages se déroulent dans nos locaux à Paris ou sein de votre entreprise :

- Connaître la réglementation et les pratiques des marchés publics
- Optimisez vos chances de remporter des marchés publics (initiation)
- Optimisez vos chances de remporter des marchés publics (perfectionnement)
- Savoir répondre à un appel d'offres dématérialisé
- Rédiger un mémoire technique performant
- Maîtriser la réponse mutualisée : cotraitance & sous-traitance
- Assurer le suivi administratif et financier de vos marchés publics
- Gérer efficacement les litiges avec les acheteurs publics
- Travailler avec la sphère publique

b) connaître ses points forts et ses faiblesses

Une entreprise non retenue a le droit de demander à l'acheteur public :

- les motifs de sa non-attribution du marché
- un certain nombre de documents de consultation

Cette démarche est fondamentale pour :

- se situer par rapport à l'attributaire et aux autres candidats,
- augmenter ses chances de remporter les appels d'offres ultérieurs.

Une fois que l'acheteur public a fait son choix quant à l'attributaire du marché, il notifie par courrier ou télécopie sa décision aux différents candidats en précisant les motifs de leur rejet.

Selon la procédure et l'acheteur, le degré de précision sera variable (article 80 CMP).

Toutefois, quelque soit le marché, vous avez la possibilité de demander à l'acheteur public des précisions sur les motifs de votre rejet (article 83 CMP). Ce dernier devra vous apporter une réponse dans les quinze jours suivant la réception de votre demande.

De plus, vous avez la possibilité d'exiger un certain nombre de pièces de la consultation.

En effet, les dossiers d'appels d'offres sont des documents communicables soumis au régime général de communication des documents administratifs posé par la loi du 17 juillet 1978 modifiée. La CADA (Commission d'accès aux documents administratifs) s'est prononcée à plusieurs reprises en matière de marchés publics.

Celle-ci rappelle le principe de communicabilité des pièces d'un marché public dès lors que celui-ci est attribué. Toutefois, la communication de documents ne peut être totale. Les renseignements dont la divulgation serait contraire à la loi ou à l'intérêt public, porterait préjudice aux intérêts commerciaux légitimes des entreprises ou pourrait nuire à une concurrence loyale entre entreprises, ne sont pas communicables.

Pour chaque marché, les pièces pertinentes à demander sont :

- le registre de dépôt des offres (afin de connaître la liste des concurrents)
- la décomposition du prix global et forfaitaire (DPGF) de l'attributaire
- le bordereau des prix unitaires (BPU) de l'attributaire (pour les marchés ponctuels)
- l'offre de prix globale des autres candidats non retenus
- le rapport d'analyse des offres (classement, notation, observations...)
- la candidature de l'attributaire (références, certificats...)

Cette manne d'informations vous permettra d'améliorer vos offres par une meilleure connaissance des pratiques des autres entreprises et des attentes des acheteurs publics. Un simple courrier systématique augmentera vos chances de remporter des marchés publics...

AUTEUR : Benjamin DELIBIOT, juriste-expert en marchés publics, DoubleTrade

Titulaire d'un DESS en droit public acquis à l'Université Montesquieu-Bordeaux IV, il dispose d'une connaissance approfondie de l'achat public grâce à une quadruple expérience :

- Réponse aux marchés publics
(PriceWaterHouseCoopers, 1er cabinet mondial en audit et expertise comptable)
- Elaboration des marchés publics
(Communauté Urbaine de Bordeaux, 6ème agglomération française)
- Formation & consulting sur l'élaboration des marchés publics
(Agysoft, leader français en gestion de l'achat public pour les Administrations)
- Formation & consulting sur la réponse aux marchés publics
(DoubleTrade, spécialiste de la veille sur les marchés publics pour les Entreprises)

Annexes

Les seuils de publicités

Travaux	Fournitures courantes et Service	
	Pouvoir Adjudicateur	Entité adjudicatrice
	Publicité facultative	
25 000 € H.T.		
Publicité « adaptée » : presse et/ou Internet		
90 000 € H.T.		
Publicité obligatoire BOAMP (ou JAL)		
5 225 000 € H.T.	209 000 € H.T. (CT) ou 135 000 € H.T. (Etat)	418 000 € H.T.
Publicité obligatoire BOAMP + JOUE		

Les prestataires de certification électronique :

CHAMBERSIGN FRANCE : www.chambersign.fr

CERTIGREFFE : www.certigrefe.fr

CERTIEUROPE : www.certeurope.fr

CERTINOMIS : www.certinomis.com

CLIC & TRUST : www.click-and-trust.com

MEDIACERT : www.mediacert.com

En savoir plus :

[Code des marchés publics](#)

[Ordonnance du 6 juin 2005](#)

[L'actualité des marchés publics dédiée aux entreprises](#)