

Notice: Comment répondre à un marché public ?



Préambule:

- *Le droit de la commande publique est depuis son origine un droit évolutif. Son histoire récente en atteste: pas moins 3 réformes auront bouleversé le code des marchés publics depuis 2001, sans compter le nombre de décrets, arrêtés, jurisprudences, etc.*
- *On comprendra aisément que ces évolutions peuvent parfois freiner les entreprises...*
- *D'autant que le formalisme exigé peut parfois être perçu comme complexe. Toutefois, la commande publique ne se résume pas au simple fait juridique, elle constitue aujourd'hui un réel levier économique et une opportunité pour les PME de développer leur activité.*





Sommaire

• 0

+ PREAMBULE

• 1

+ PARTIE 1: LES MARCHES PUBLICS EN 10 QUESTIONS

• 2

+ PARTIE 2: COMMENT REpondre A UN MARCHÉ PUBLIC?

• 3

+ MEMENTOS

+ REMERCIEMENTS

PARTIE 1:

LES MARCHES PUBLICS EN 10 QUESTIONS:

- Répondre à un marché public, c'est d'abord en connaître et comprendre le fonctionnement. Cette première partie consiste à répondre à deux principales questions:
 - *Qu'est-ce qu'un marché public?*
 - *Comment ça marche?*



PARTIE 1 : LES MARCHES PUBLICS EN 10 QUESTIONS

- Qu'est-ce qu'un marché public?

1- Quelle est la définition d'un marché public?

Un marché public est un contrat conclu à titre onéreux entre un acheteur public (ou « donneur d'ordre » public) et un opérateur économique public ou privé (entrepreneur, fournisseur ou prestataire de service) pour répondre à ses besoins en matière de travaux, de fournitures ou de services.

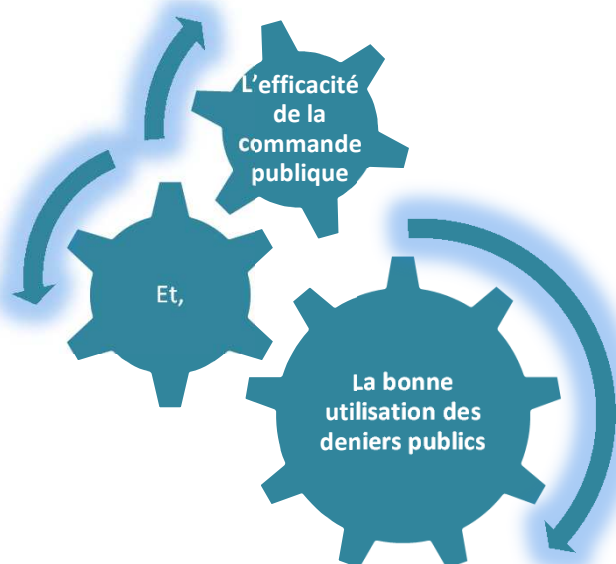


Ce guide s'intéressera aux contrats conclus entre une personne publique et une entreprise.

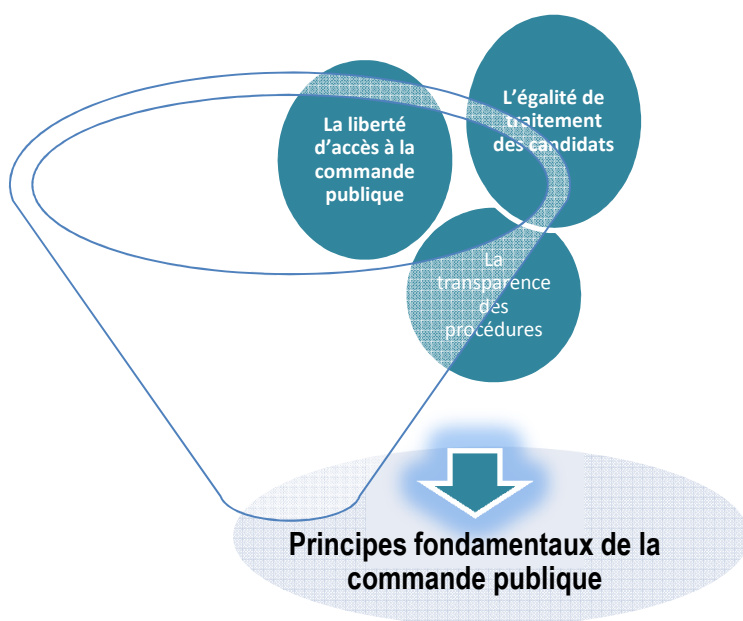
PARTIE 1 : LES MARCHES PUBLICS EN 10 QUESTIONS

• 2. Pourquoi passer un marché public?

- Le code des marchés publics impose aux acheteurs, le recours à une procédure de passation des marchés publics, (c'est-a-dire des obligations de publicité et de mise en concurrence) dès le premier euro, en vue d'assurer deux objectifs:



- Pour mener à bien ces objectifs. Le code énonce trois principes fondamentaux :



Partie 1: Les marchés publics en 10 questions

4: Quelles entreprises peuvent répondre aux marchés publics?

Toutes les entreprises peuvent répondre à un marché public, sous réserve de:

1. Ne pas avoir fait l'objet, depuis moins de cinq ans, d'une condamnation.

2. Ne pas être soumises à une procédure de liquidation judiciaire

3. Etre à jour de ses obligations en matière fiscale et sociale

4. Respecter la loi pour l'égalité des droits et des chances, la participation et la citoyenneté des personnes handicapées et la loi pour l'égalité réelle entre les femmes et les hommes

Par ailleurs, participer à la commande publique apporte plusieurs avantages:

- un développement potentiel du chiffre d'affaires;
- une garantie au paiement, dans des délais strictement encadrés,
- des règles de sélection transparentes, etc.

L'accès des entreprises en difficultés aux marchés publics.

Il est possible pour une entreprise placée en redressement judiciaire, de candidater à une procédure de marché public, dès lors qu'elle aura été habilitée à poursuivre ses activités à minima pendant toute la durée du marché sur lequel elle se porte candidate, à condition de produire, à l'appui de sa candidature, une copie du ou des jugements prononcés par la tribunal.

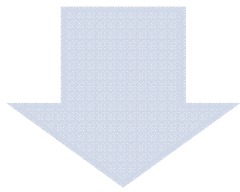
Son offre ne pourra donc être rejetée sur ce seul motif.

A contrario, les candidatures d'entreprises en liquidation judiciaire ou de personnes physiques en situation de faillite personnelle doivent être rejetées par les acheteurs,



5. QUELS TYPES D'ACHATS SONT CONCERNES PAR LES MARCHES PUBLICS ?

- La réglementation des marchés publics en distingue trois types:



Les marchés publics de travaux :

Exécution de travaux de bâtiment, de génie civil ou d'infrastructures, etc.



Les marchés publics de fournitures :

Achat de produits ou de matériels, crédit-bail, location, etc.



Les marchés publics de services:

Prestations de services matériels (nettoyage de locaux par exemple) ou immatériels (prestations intellectuelles telles que maîtrise d'œuvre par exemple),

- **6. Comment y répondre?**

Comment y répondre ?

La réglementation impose un certain formalisme dans la réponse aux marchés publics (rendues d'ailleurs nécessaire afin d'en assurer la transparence et l'accès à toutes les entreprises).

Répondre aux marchés publics, c'est avant tout bien suivre les consignes édictées dans les pièces du dossier de consultation remis par l'acheteur et notamment le règlement de la consultation.



La deuxième partie de ce guide y est entièrement consacrée.

Partie 1: Les marchés publics en 10 questions

7. Quelles sont les grandes familles de marchés publics?

En fonction de la nature de l'achat, des budgets alloués ou d'autres prérequis techniques, les marchés sont répartis en grandes familles:

- Marchés ponctuels pour une opération ou prestation spécifique.

Les marchés ordinaires

- Lorsque la quantité et la régularité des besoins ne peuvent pas être entièrement déterminées lors du lancement du marché, il est possible de passer un marché fractionné appelé « marché à bons de commande » permettant de répondre aux besoins au fur et à mesure de leurs apparitions.

- Ces marchés sont conclus pour période plus ou moins longue (sur un maximum de 4 années la plupart du temps) avec la possibilité de reconductions intermédiaires (de façon annuelle par exemple). Ils peuvent être encadrés par une fourchette mini/maxi (soit en montant, soit en quantité),

Les marchés à bon de commandes

- Pour diverses raisons (économiques, techniques, financières...), l'étendue des besoins peut ne pas être entièrement arrêtée lors du lancement du marché.

- Il est alors possible de passer un marché fractionné appelé « marché à tranches conditionnelles ». Ainsi, ces marchés comportent une tranche ferme (devant obligatoirement se réaliser) ainsi qu'une ou plusieurs tranches conditionnelles, que la personne publique pourra engager si elle le souhaite.

Marchés à tranches

- Ce sont des contrats « cadres » établissant les termes des marchés à passer au cours d'une période donnée sur un même objet,

Les accords cadres

- La notion de lot est parfois utilisée lorsque les besoins de l'acheteur peuvent se regrouper en ensemble cohérent de prestations, si le marché est divisé en lots, l'entreprise peut répondre à un ou plusieurs lots,

- Chaque lot est un marché donc un contrat spécifique,

Marchés à lots



8. Quelles sont les procédures de passation d'un marché public?

La réglementation des marchés publics soumet tout acheteur à des obligations de publicité et de mise en concurrence pour la passation de ses procédures de marchés publics.

Ces procédures sont essentiellement déterminées par la nature des prestations et la valeur estimée du marché. Ainsi, dès lors que la valeur de l'achat dépassera certains seuils, les règles de passation de la procédure seront de plus en plus formalisées.

Les achats de moins de 25 000 Euros: En dessous du seuil des 25 000 euros HT, l'achat pourra être passé par l'acheteur soit sans formalités préalables (c'est-à-dire sans obligation de publicité ni de mise en concurrence préalables), soit avec un minimum de formalisme (par exemple en effectuant une mise en concurrence directement auprès de plusieurs entreprises par la demande de devis...). Ces marchés sont parfois appelés marchés de « grés à grés » et les règles sont propres à chaque acheteur.



Les marchés à procédures adaptées (MAPA): Ce sont des marchés dont les montants sont inférieurs aux seuils réglementaires, les modalités de déroulement sont ainsi fixées par l'acheteur lui-même, mais doivent respecter les principes fondamentaux du code des marchés publics. Dans la pratique, cela implique notamment des montants moins élevés, des délais de publicité et de consultation plus courts, un formalisme allégé, une opportunité de négociation, etc.,



Les marchés passés selon une procédure formalisée: Ce sont des marchés dont les montants sont supérieurs aux seuils réglementaires. A contrario des procédures adaptées, les modalités de déroulement des procédures formalisées sont explicitement définies par la réglementation des marchés publics,



Partie 1: les marchés publics en 10 questions

- On notera plus particulièrement les procédures formalisées suivantes:

Appel d'offres ouvert (AOO): procédure dans laquelle tout candidat peut remettre une offre



Appel d'offres restreint (AOR): procédure dans laquelle seuls les candidats qui ont été sélectionnés au cours d'une première étape, peuvent remettre une offre,



Procédure négociée: procédure permettant après une phase de sélection le cas échéant, d'engager des négociations entre l'acheteur public et le(s) candidat(s) afin d'arriver au meilleur résultat;



Dialogue compétitif: procédure permettant, à l'issue d'une phase de sélection, d'engager un dialogue en vue de développer une ou plusieurs solutions destinées à répondre au besoin de l'acheteur public,



Il existe également d'autres types de procédures formalisées, à savoir: conception-réalisation, concours, enchère électronique, système d'acquisition dynamique,

Dans la pratique, cela implique notamment des délais réglementaires de publicité plus longs (*40 à 52 jours minimum en Appel d'offres ouvert par exemple*), un déroulement de la procédure et un formalisme stricts.



9: Quels sont les vecteurs de Publicité?

Les marchés publics sont précédés par des mesures de publicité, appelées généralement Avis d'Appel Public à la concurrence (AAPC) dont les conditions de publication sont fonction de la qualification de la personne publique (*Etat ou Collectivité Territoriale*), de la nature des prestations (*travaux, fournitures ou services*) et des seuils édictés par la réglementation des marchés publics.

Ils permettent aux entreprises qui souhaiteraient soumissionner d'avoir connaissances des consultations (*au regard du principe de la liberté d'accès à la commande publique*).



Remarques:

Notons que les textes confèrent une certaine liberté d'appréciation de l'acheteur public sur les modalités de publicité des marchés dont le montant est inférieur à 90 000 euros,

En tout état de cause, la publicité doit être adaptée aux caractéristiques du marché (montant estimé, nature des prestations, etc.),

14. Partie 1: Les marchés publics en 10 questions.

- Où trouver les publicités des marchés?

Où trouver les publicités des marchés ?

Les principaux vecteurs de publicités sont les suivants :

- Journal Officiel de l'Union Européenne (JOUE) – site internet : <http://simap.eu.int>
- Bulletin Officiel des Annonces de Marchés Publics (BOAMP), bulletin papier ou site internet – site internet : www.journal-officiel.gouv.fr
- Presse générale (nationale, régionale ou locale) et Journaux d'Annonces Légales
- Presse spécialisée (Le Moniteur – site internet : www.lemoniteur-expert.com, Stratégies, etc.)
- Sites internet ou profils acheteurs (www.marches-publics.gouv.fr ; www.marchesonline.com ; etc.)

Conseil:

Le BOAMP étant le site national, dans lequel toutes les procédures formalisées doivent obligatoirement figurer, il constituera donc un choix judicieux.

Ce site fournit également de nombreuses consultations de procédures adaptées.

D'autres sites internet permettent également aux entreprises de s'inscrire en ligne et de bénéficier, en renseignant quelques mots clés, d'alertes sur les consultations dans le secteur d'activité concerné, Citons parmi les sites à forte audience.



Type d'achat	Types de donneurs d'ordres	Jusqu'à 25 000 € HT Marchés de gré à gré	De 25 000 € au seuil des procédures formalisées de 90 000 € HT Marchés à procédure adaptée (MAPA)
Fournitures et services	Etat (et établissement public)	Aucune publicité obligatoire	Libre choix du support de publication par l'acheteur public
Fournitures et services	Collectivité territoriales et leurs établissements publics	Aucune publicité obligatoire	Libre choix du support de publication par l'acheteur public
Travaux	Etat, Collectivité territoriales et leurs établissements publics	Aucune publicité obligatoire	Libre choix du support de publication par l'acheteur public



Conseil:

Se renseigner sur les supports de publicité pour une même procédure peut guider les candidats sur le montant maximum ou minimum envisagé pour ces prestations par l'acheteur public. Par exemple, un marché de fourniture de papier, qui n'est pas publié ni sur un profil d'acheteur, ni même au BOAMP ou dans un JAL ne pourra excéder le seuil de 90 000 € HT, ce qui implique que l'offre du candidat devra être inférieure à ce montant.

de 90 000 € HT au seuil des procédures formalisées	Au-delà du seuil des procédures formalisées (Appels d'offres...)
De 90 000 € HT à 134 000 € HT Obligatoire : BOAMP ou JAL (1) + Profil acheteur (2) Facultatif : Journal spécialisé ou autre (3)	Au-delà de 134 000 € HT Obligatoire : BOAMP et JOUE (1) + Profil acheteur (2) Facultatif : Journal spécialisé ou autre (3)
De 90 000 € HT à 207 000 € HT Obligatoire : BOAMP ou JAL (1) + Profil acheteur (2) Facultatif : Journal spécialisé ou autre (3)	Au-delà de 207 000 € HT Obligatoire : BOAMP et JOUE (1) + Profil acheteur (2) Facultatif : Journal spécialisé ou autre (3)
De 90 000 € HT à 5 186 000 € HT Obligatoire : BOAMP ou JAL (1) + Profil acheteur (2) Facultatif : Journal spécialisé ou autre (3)	Au-delà de 5 186 000 € HT Obligatoire : BOAMP et JOUE (1) + Profil acheteur (2) Facultatif : Journal spécialisé ou autre (3)

(1) Bulletin Officiel des Annonces, des Marchés Publics (BOAMP), Journal d'annonces légales (JAL), Journal Officiel de l'Union Européenne (JOUE)

(2) Profil acheteur : site dématérialisé auquel l'acheteur public a recours pour ses achats (exemple : la Place, plateforme des achats de l'État, à l'adresse internet suivante : www.marches-publics.gouv.fr), sur lequel il met en ligne les avis de publicité, les dossiers de consultation, etc. et permet aux entreprises candidates de répondre en ligne

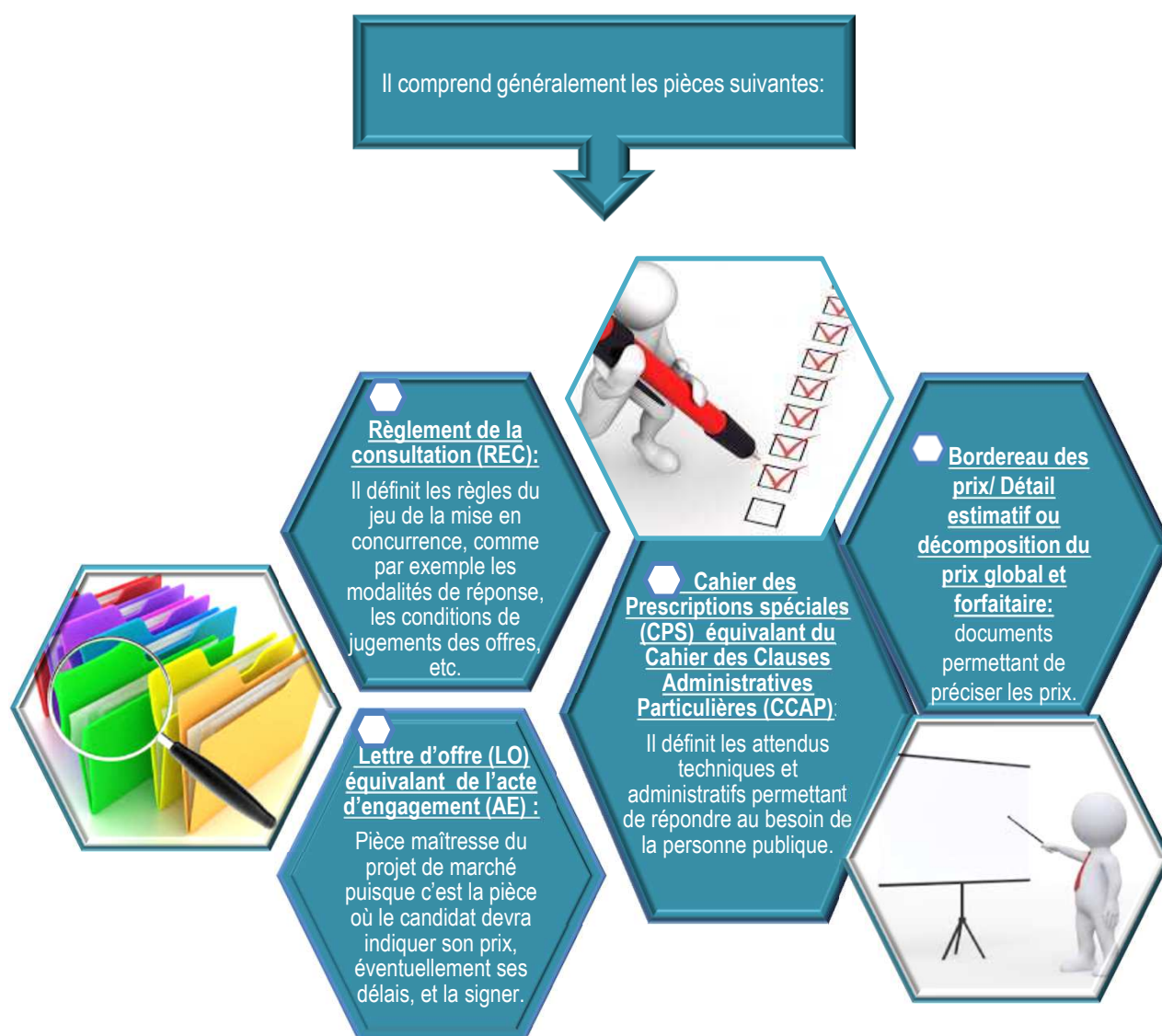
(3) Journal dédié au tissu économique concerné (exemple : Le Moniteur), site internet, presse nationale ou régionale...

(4) Journal d'Annonces Légales, site internet, presse locale, bulletin communal, affichage, etc.

15. Partie 1 : LES MARCHES PUBLICS EN 10 QUESTIONS

• 10: QU'EST-CE QU'UN DOSSIER DE CONSULTATION DES ENTREPRISES?

Le dossier de consultation des entreprises (DCE) est le dossier comportant les pièces nécessaires à la consultation des candidats à un marché, c'est-à-dire les éléments essentiels leur permettant d'apprécier les caractéristiques et les conditions d'exécution des prestations en vue d'élaborer une offre satisfaisante.



PARTIE 2:

COMMENT RÉPONDRE À UN MARCHÉ ?

- Les dix étapes clés:
 - Étapes 1 à 5: du côté de l'entreprise
 - Étapes 6 à 8: du côté de l'acheteur
 - Étapes 8 à 10: du côté de l'entreprise...et de l'acheteur



- **PARTIE 2: COMMENT REpondre A UN MARCHÉ PUBLIC?**

- **DU COTE DE L'ENTREPRISE**



Etape 1: trouver les publicités

- La première étape de la réponse aux marchés publics consiste à détecter les publicités intéressantes au regard de votre secteur d'activités (*c'est-à-dire les Avis d'Appel Public à la Concurrence – AAPC*). Dans cette perspective, il convient de mettre en place un système de veille sur les publicités émises par les acheteurs.
- Pour ce faire, deux options sont possibles selon votre volonté d'externaliser ou internaliser cette recherche.

L'externalisation de la veille

- L'externalisation de la veille consiste à recourir aux services de sociétés de veille .

L'internalisation de la veille

La recherche s'effectue par un suivi en interne notamment via:

La mise en place de système de veille sur les plateformes (*veille à automatiser*),

Un suivi quotidien sur les journaux (*veille ponctuelle*).

PARTIE 2: COMMENT RÉPONDRE À UN MARCHÉ PUBLIC?

- Etape 2: Retirer le dossier de consultation



Lorsqu'un avis de publicité vous intéresse, vous pouvez alors demander le Dossier de consultation des entreprises (DCE):

- soit par demande écrite auprès de l'acheteur;
- soit par téléchargement sur le site indiqué dans la publicité,

En effet, avec le développement et les obligations relatives à la dématérialisation pour les acheteurs publics (tous les marchés de plus de 90 000 euros HT doivent permettre une réponse dématérialisée), la plupart des dossiers de consultation sont téléchargeables sur les plateformes internet et notamment sur les profils acheteurs

Nota: Un profil acheteur est un site dématérialisé auquel l'acheteur public a recours pour ses achats (exemple: la Place, plateforme des achats de l'Etat, à l'adresse suivante: www.marches-publics.gouv.fr)

L'acheteur y met en ligne les avis de publicité, les dossiers de consultation, etc, et permet aux entreprises candidates de répondre en ligne, lorsque ce service n'est pas disponible, vous devez faire la demande du DCE auprès de l'acheteur public par écrit (*par courrier, courriel, fax en fonction des précisions apportées dans l'avis de publicité*).

Ce dossier est très souvent remis gratuitement, excepté pour certains marchés spécifiques (*par exemple lorsqu'ils nécessitent une reprographie importante en plan ou autre*),

Astuce:

Se renseigner sur les supports de publicité pour une même procédure peut guider les candidats sur le montant maximum ou minimum envisagé des prestations par l'acheteur ,.

Par exemple, un marché de fourniture de bureaux d'une commune, qui n'est pas publié ni sur un profil d'acheteur, ni même au BOAMP ou dans un JAL, ne pourra excéder le seuil de 90 000 Euros HT, ce qui implique que l'offre du candidat devra être inférieure à ce montant,

PARTIE 2: COMMENT RÉPONDRE À UN MARCHÉ PUBLIC?

• Etape 3: Analyser le dossier de consultation et la publicité



Cette étape consiste à analyser les éléments de la consultation en vue de répondre à deux objectifs:

-s'assurer de l'opportunité de répondre ou non à cette consultation;

-préparer votre réponse et optimiser sa pertinence (points forts/points faibles),

COMMENT DÉCRYPTER LA PUBLICITÉ?

L'avis de publicité (Avis d'Appel public à la concurrence – AAPC), le cas échéant avec le règlement de la consultation, doivent vous permettre d'obtenir les informations essentielles suivantes:

- Qui lance la consultation?
- Quel est l'objet ?
- Quel est le type de procédure?

QUESTIONS :

-Quelles sont les caractéristiques principales du marché?

-Quelle est la date limite de remise des offres (ou des candidatures)?

-Où trouver le dossier de consultation?

-Quelles sont les modalités de réponse?

-Quelles sont les modalités de sélection des candidatures et de jugement des offres?

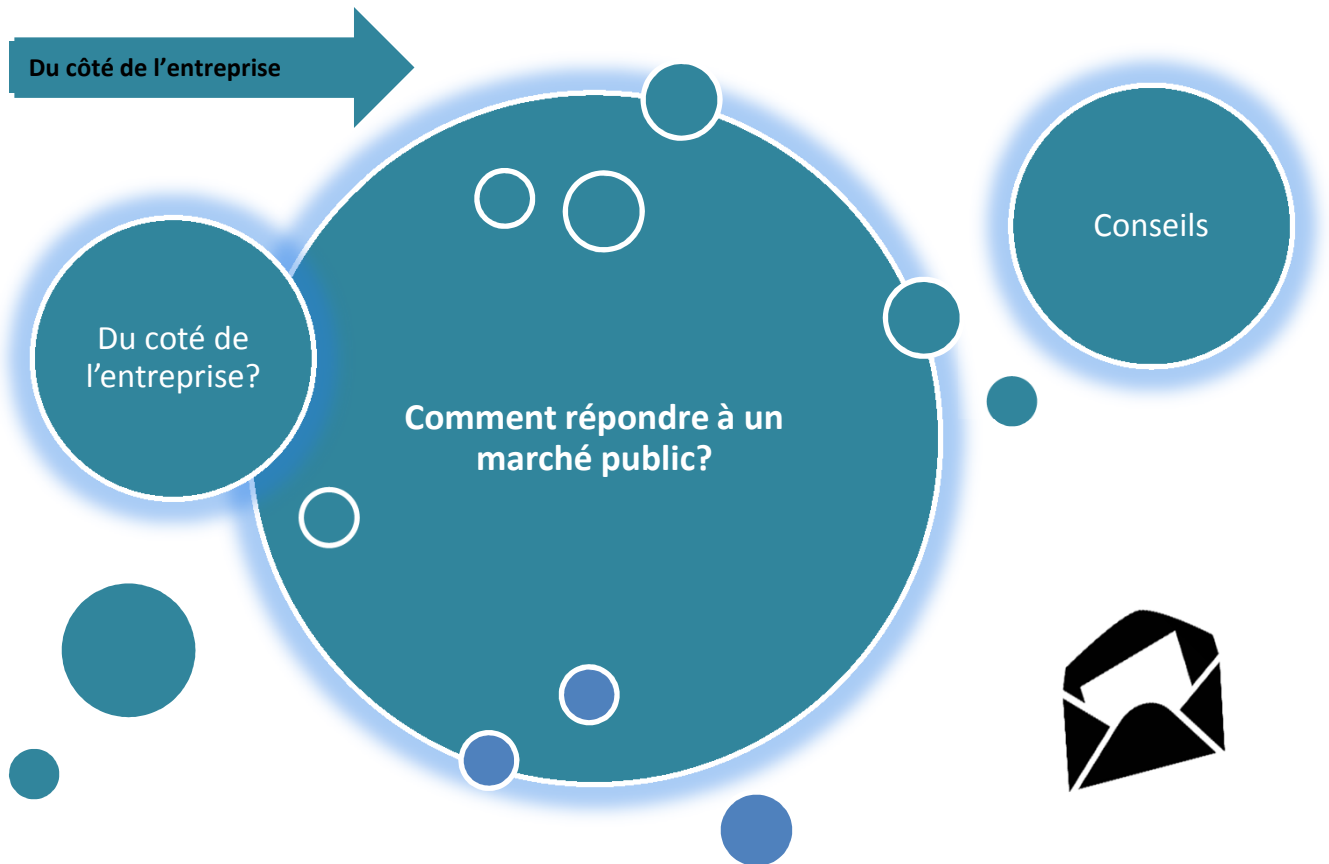
CONSEIL :

Connaître le type de procédure lancée (distinction entre procédure adaptée ou appel d'offres en particulier) et la nature de la personne publique renseigne les candidats sur le montant maximum ou minimum envisagé des prestations par l'acheteur.

Par exemple, un marché lancé en procédure adaptée pour la fourniture d'un parc de photocopieurs d'une communauté d'agglomération, ne pourra excéder le seuil de 207 000 euros HT, ce qui implique que l'offre du candidat devra être inférieure à ce montant,

Construire sa réponse

- PARTIE 2: comment répondre à un marché public?



Au regard du poids du critère prix, la localisation des prestations aura-t-elle un impact sur la proposition financière de mon offre et sa compétitivité?

Mon entreprise a-t-elle la capacité de répondre à la présente consultation?

Questionnements issus de la lecture du cahier des charges (CCAP, CCTP, BP, etc.):

- La définition du besoin de l'acheteur public correspond-elle au savoir-faire et à la capacité professionnelle de mon entreprise?
 - Le volume des prestations (quantité exprimées) correspond-il à la taille et à la capacité professionnelle de mon entreprise?
 - Les contraintes fixées (délais, pénalités, etc.) sont-elles compatibles avec la capacité technique et le plan de charge de mon entreprise?
- Pour ces trois points, est-il envisageable, le cas échéant de sous traiter ou co-traiter une partie de la prestation?
- Les conditions de variations des prix sont-elles pertinentes pour mon entreprise?

-Sur la préparation de la réponse et l'optimisation de sa pertinence (points forts/points faibles),

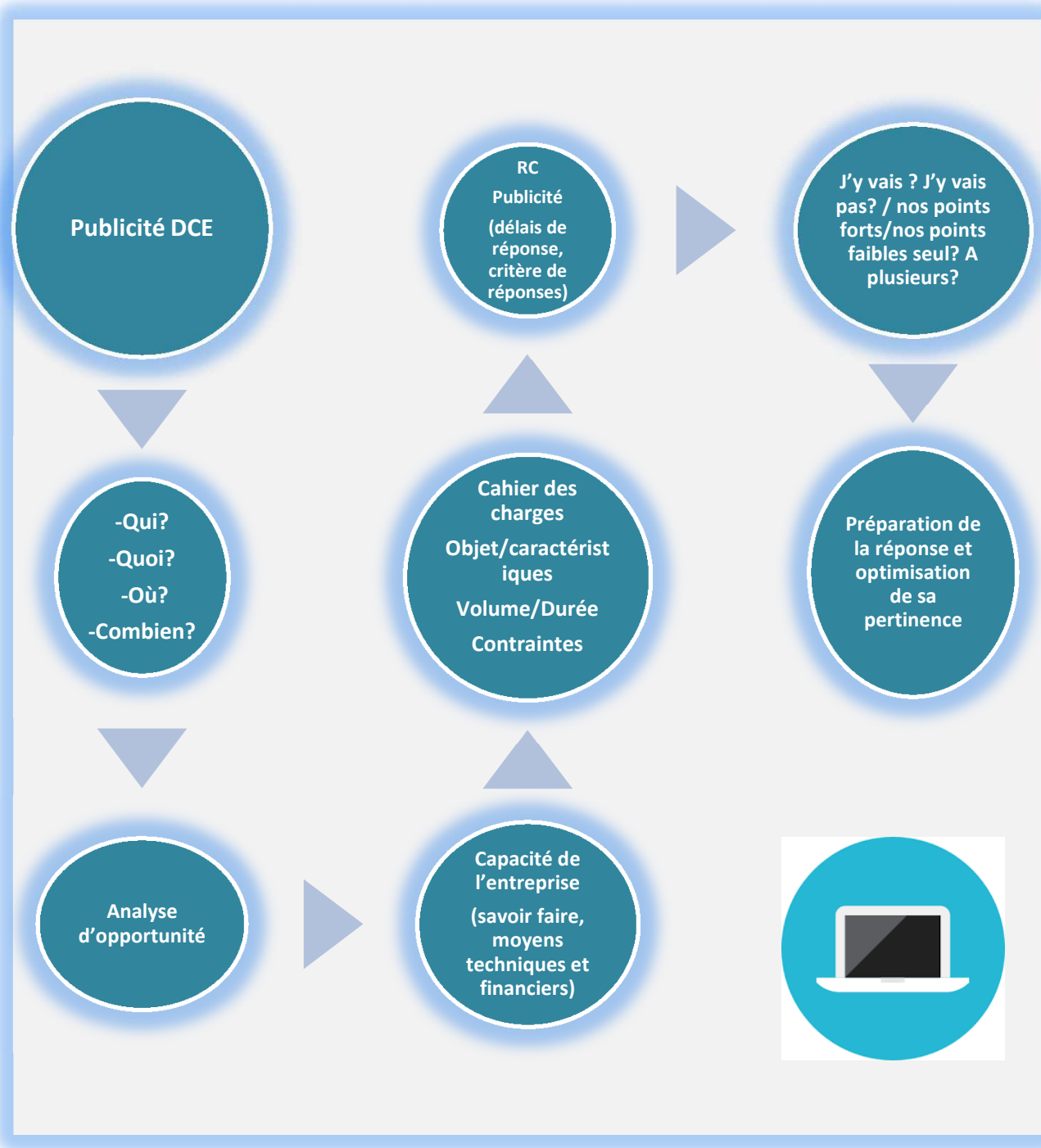
Réflexion internes à l'entreprise:

- Quels sont les points forts et les points faibles de mon entreprise et de son savoir-faire au regard du cahier des charges?
- Quels sont mes concurrents (forces et faiblesses) et comment se place mon entreprise sur ce type de marché?

Réflexions primordiales sur les exigences formelles pour la réponse:

- Cibler les critères de jugement des offres et leur pondération le cas échéant ainsi que les éléments demandé dans le mémoire technique (éléments précisés au règlement de la consultation ou dans l'avis de publicité),
- la procédure prévoit-elle l'opportunité de négocier?

CONSTRUIRE SA RÉPONSE



COMMENT RÉPONDRE A UN MARCHÉ PUBLIC?

- **Du coté de l'entreprise:**

- **Etape 4 : construire sa réponse:**

- En préambule à cette étape incontournable, rappelons qu'il est essentiel de bien lire le règlement de la consultation, et l'avis de publicité, afin d'avoir l'ensemble des clés pour répondre correctement et apporter une réelle plus-value.

- En effet, ce sont dans ces documents que vous retrouverez les éléments suivants: présentations des candidatures et des offres, conditions d'envoi de l'offre (*enveloppe, etc.,*) attendus sur les critères et modalités de jugement, éléments attendus pour le contenu du mémoire technique, etc.,

- Ces points sont substantiels puisqu'ils permettent de mieux combler les attentes de l'acheteur.

- **Construire sa réponse peut se décomposer en deux phases complémentaires:**

- -Constituer la candidature,
- -Elaborer l'offre,

- Il est donc important de procéder méthodologiquement, par exemple de la façon détaillée ci-après,

- **Constituer la candidature:**

- L'objectif pour l'acheteur est de vérifier que le candidat fournira:
 - les *garanties techniques*,
 - les *garanties professionnelles* ,
 - les *garanties financières*.

Garanties permettant de mener à terme l'ensemble des prestations marché, en corollaire, le candidat doit donc prouver qu'il a bien toutes les capacités techniques, professionnelles et financières requises.



Conseil:

Il est préférable de différencier les pièces relatives à la candidature de celles relatives à l'offre dans le cadre de dossiers complexes, par exemple en les séparant (par des chemises...),



Conseils:

Il est fortement conseillé d'utiliser les Déclarations du Candidat (DC), en vérifiant que le contenu correspond aux exigences du Règlement de la consultation et de l'avis de publicité. Vous devez alors renseigner, dater et signer:

- La lettre de candidature (modèle DC1);
- Les garanties administratives, techniques, professionnelles et financières (modèle DC2); ce document pourra être complété par une liste de références et de précisions sur les moyens humains et matériels de l'entreprise, etc, en fonction des exigences de la consultation;
- les pouvoirs de la personne habilitée pour engager l'entreprise;
- le cas échéant, les déclarations fiscales et sociales (NOTI1) et de lutte contre le travail dissimulé (NOTI 2);
- le cas échéant, les attestations d'assurance, etc.,

Points de vigilances:

- les renseignements fournis doivent être impérativement liés à l'objet du marché;
- Veillez à être attentif lors de la préparation de ces documents car s'ils sont mal remplis ou incomplets, votre candidature peut être déclarée irrecevable;

Vous souhaitez répondre seul ou à plusieurs ?

Afin de justifier des capacités techniques, professionnelles et financières correspondants au marché, il est possible de se regrouper avec d'autres entreprises.

Le dossier de candidature peut être présenté sous plusieurs formes:

- 1) soit d'une candidature individuelle, si le candidat possède toutes les capacités demandées;
- 2) soit d'une candidature en cotraitance (*groupement momentané d'entreprises, conjoint ou solidaire*);
- 3) soit d'une candidature avec sous-traitance;
- 4) soit d'une combinaison de ces solutions,

- **B. PREPARATION DE SON OFFRE**

- **B. Constituer l'offre**

L'ensemble des pièces exigées pour votre offre est fixé dans le REC (*règlement de la consultation*).

Il s'agira par exemple:

- 1) Acte d'engagement;
- 2) Cahier des clauses administratives particulières;
- 3) Cahier des Clauses Techniques Particulières;
- 4) Bordereau des prix et détail estimatif ou Décomposition du Prix Global et Forfaitaire,
- 5) Mémoire technique ou note méthodologique,
- 6) Echantillons, maquettes ou prototypes,...

Préconisations:

Il est impératif de signer et dater les pièces cités ci-dessus, ainsi demandé dans la consultation,

Soyez attentif et vigilant lors de la préparation et envoi de votre offre :

- 1) Renseigner scrupuleusement l'Acte d'engagement (*signature, montants, ...*), l'acte d'engagement devra être signé et daté par la personne ayant l'habilitation et le pouvoir de signature,
- 2) Transmettre toutes les pièces exigé et les pièces facilitant l'analyse des offres exemple: mémoire technique.

Priorité contractuelle des pièces:

Le Cahier des Clauses Administratives - CCAP (Cahier des Clauses Administratives) indique la hiérarchisation des pièces ainsi que l'ordre de priorité contractuelle.

Veillez à vérifier la composition des pièces et l'ordre contractuelle des pièces,



Partie 2: Comment répondre à un marché ?

Du côté de l'entreprise

L'OFFRE FINANCIERE



Distinguons deux cas d'espèces:

- Si les prix du marché sont unitaires et/ou forfaitaires:

L'acheteur fournira la plupart du temps, un cadre de bordereau des prix (BP), que vous devrez retourner dans l'offre dûment renseigné, daté et signé. Cette pièce est réputée avoir une « *force de loi* », il en découle que:

- En l'absence de production du BP comme exigé, votre offre sera non recevable;
- Les prix exprimés au BP prévalent sur toutes les autres pièces,

- Si le prix du marché est global et forfaitaire:

Vous devrez remettre une Décomposition du Prix global et forfaitaire (DPGF). Dans ce cas, l'Acte d'engagement a « *force de loi* », En d'autres termes, les indications portées à l'Acte d'engagement prévalent sur les éléments portés sur la DPGF.

ATTENTION: TOUTE OFFRE COMPORTANT UNE ERREUR SUBSTANTIELLE SUR LE PRIX PEUT ÊTRE IN FINE ÉCARTÉE.

LES VARIANTES



- Le règlement de la consultation peut prévoir l'ouverture aux variantes:

Les variantes sont des réponses alternatives, proposées à l'initiative du candidat au marché, sur certains points techniques, administratifs ou financiers.

En MAPA, sauf stipulation contraire du Règlement de la consultation, le candidat peut présenter une variante sans répondre à l'offre de base.

En procédure formalisée (appel d'offre par exemple), elles doivent être expressément autorisées.

Relisez bien les règles fixées dans le règlement de la consultation ou dans l'avis de publicité, pour l'opportunité, le formalisme et le contenu des variantes que vous pourriez proposer le cas échéant,

- Ne pas confondre variante et prestation supplémentaire éventuelle (PSE) :

-La **variante** est une possibilité offerte aux candidats de proposer une alternative à l'offre (dite « de base »),

-La **prestation supplémentaire éventuelle (PSE)** (ancienne appelée option), est à l'initiative de l'acheteur. Le candidat est tenu de la chiffrer dans son offre globale, même si l'acheteur n'y donne pas suite.

LE MÉMOIRE TECHNIQUE



-Le mémoire technique: reflète la réponse que vous apportez au besoin de l'acheteur. Il revêt donc un caractère essentiel puisqu'il sert de base à l'analyse des offres par l'acheteur sur le ou les critères « techniques ».

Pour vous aider dans la rédaction de votre mémoire technique, il est important de vous reporter aux critères de jugement, ainsi qu'aux sous-critères éventuels précisés dans le règlement de la consultation ou dans l'Avis d'Appel Public à la concurrence. Il se peut également que le règlement de la consultation précise les attendus, en termes de contenu du mémoire technique. Reprenez chacun de ces points de manière à les préciser dans votre mémoire afin d'être au plus près des attentes de l'acheteur.

Rappelons qu'un mémoire technique est « **unique** », en cela il:

- correspond à une opération particulière;
- répond à des exigences spécifiques inscrites dans le cahier des charges;
- sera analysé au travers de critères de jugement édictés dans le règlement de la consultation.



DANS LA PRATIQUE...

• QUELQUES EXEMPLES POUR LA RÉDACTION DU MÉMOIRE TECHNIQUE:

PRÉSENTATION GÉNÉRALE DE L'ENTREPRISE



Préparez un document de base avec notamment les informations suivantes:

- Présentation générale de l'entreprise (organisation, moyens humains et matériels, certifications et références, politique environnementale et sociale) en mettant en avant vos avantages concurrentiels.
- Pensez à actualiser ce premier volet au fur et à mesure de l'évolution de votre entreprise et du développement de votre activité.
- Adaptez ce document au regard de chaque consultation (*le cas échéant dans une seconde partie*).

Au travers notamment des points suivants:

LES MOYENS HUMAINS ET MATÉRIELS



Spécifiquement dédiés à l'opération, la méthodologie adoptée pour l'exécution des différentes tâches, les moyens de sous-traitance mis en place, les contraintes spécifiques et la réponse proposée, les dispositions prises pour respecter les exigences du cahier des charges et les délais, les solutions techniques retenues, les fiches techniques, la gestion du service après-vente, les garanties, le planning prévisionnel et le chemin critique, la description des variantes éventuelles.

D'UNE FAÇON GLOBALE



La mise en évidence de vos avantages (*réactivité opérationnelle, souplesse d'organisation, etc.*) et la motivation de vos choix,

Cette seconde partie est essentiel puisqu'elle apporte la réponse précise au besoin au regard des critères du Règlement de la consultation.

Elle démontre également votre bonne compréhension des exigences du cahier des charges et met en évidence votre propre réponse,



PARTIE 2: COMMENT RÉPONDRE A UN MARCHÉ PUBLIC?

- Du côté de l'entreprise



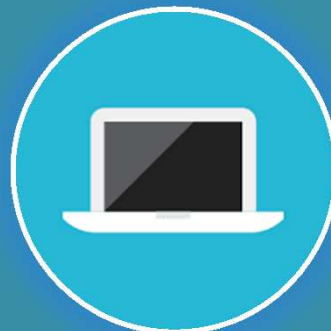
Par voie postale avec accusé de réception :

Pour prouver de la preuve certaine de la date de remise de l'offre (*Préconisation: n'envoyez pas votre offre en courrier simple*).



Par remise en mains-propres :

Dans la pratique : exigez de signer un récépissé de dépôt et d'en recevoir une attestation en contrepartie,



Par voie dématérialisée :

Si l'acheteur le permet,

3 POSSIBILITÉS S'OFFRENT À VOUS:

- DÉMATÉRIALISATION:

A noter que l'acheteur peut imposer la transmission des offres par voie électronique (*dans le cas des achats de fournitures de matériels et de services informatiques d'un montant supérieur à 90 000 euros HT notamment*).

Pour tous les achats d'un montant supérieur à 90 000 euros HT, il est toujours possible pour un candidat de répondre de façon dématérialisée.

- DÉLAIS DE REMISE DES OFFRES:

Veillez à respecter le délai de remise des offres car tout dépassement exclut réglementairement votre réponse.

Attention: le retard dans la délivrance d'un pli, du fait de problème d'acheminement du courrier (*par exemple en cas de grève postale ou de mauvaise destination*), ne peut pas constituer une dérogation à cette règle.

Du côté de l'acheteur public

• LE CHOIX

Etape 6:

RÉCEPTION DES OFFRES ET OUVERTURES DES PLIS

- Une fois la date et l'heure limite de réception des offres dépassées, l'acheteur peut procéder à l'ouverture des plis. Celles-ci n'est pas publique et les candidats n'y sont pas admis,
- Comme vu précédemment, seuls peuvent être ouverts les plis qui ont été reçus au plus tard à la date et à l'heure limite annoncées dans l'avis de publicité ou le Règlement de la consultation,

Etape 7:

ANALYSE DES OFFRES

- L'acheteur procède à l'analyse des offres en 2 étapes successives:
 - D'abord, en vérifiant la capacité des candidats à exécuter le marché (*analyse des candidatures*);
 - Puis, en choisissant l'offre économiquement la plus avantageuse (*analyse des offres*),

Ainsi, la vérification de la capacité à exécuter la marché et le choix de l'offre économiquement la plus avantageuse constituent deux étapes différentes pour l'acheteur,

En effet, nous avons vu que la réponse à un marché public comportant à la fois une candidature et une offre,



Partie 2: Comment répondre à un marché public?

— Du côté de l'acheteur.



LA SELECTION DES CANDIDATURES:

La sélection des candidatures se déroule en deux étapes:

-1^{ère} examen: l'acheteur examine la recevabilité juridique des candidatures (*au regard des interdictions de soumissionner à un marché public et la complétude du dossier*):

-2^{ème} examen: l'acheteur examine les capacités professionnelles, techniques et financières des candidats. Pendant ou à l'issue de cette étape, l'acheteur peut :

-soit demander aux candidats de compléter leur dossier de candidature (*il s'agit là d'une simple faculté pour les acheteurs, sans caractère obligatoire*).

-soit sanctionner les candidats ne présentant pas les garanties suffisantes ou n'étant pas recevables juridiquement en rejetant leur offre,



LE JUGEMENT DES OFFRES:

Le jugement des offres se déroule également en deux temps:

1^{er} examen: l'acheteur vérifie la conformité des offres (*au regard des besoins exprimés dans le cahier des charges*). Cet examen peut faire apparaître que les offres seraient:

-**irrégulières**, c'est-à-dire incomplètes ou non conformes aux documents de la consultation,

-**inacceptables**, c'est-à-dire méconnaissant la législation en vigueur ou excédant les crédits disponibles,

-**inappropriés**, c'est-à-dire sans rapport avec le besoin estimé,

Dans ces derniers cas, les offres sont rejetées (*sauf disposition contraire dans le Règlement de la consultation en cas de négociation dans les MAPA*),

2^{ème} examen: l'acheteur procède à l'analyse comparative des offres conformes au regard des critères de jugement des offres énoncés dans le règlement de la consultation ou l'avis de publicité (*et de leurs modalités de mise en œuvre: pondération, sous-critères, etc.*),

Au cours de cette étape, l'acheteur a la possibilité de demander des précisions ou compléments aux candidats (*il ne peut s'agir que de simples précisions ou compléments de la teneur de l'offre*).

Etape 8: Choix de l'offre économiquement la plus avantageuse

- A l'issue de l'analyse des offres recevables sont classées dans un rapport d'analyse des offres,

La décision

La décision:

La décision sur le choix final s'opère différemment selon la nature de l'acheteur,

-Pour les procédures formalisées:

Pour les collectivités territoriales (et ses établissements publics) c'est la Commission d'Appel d'Offres qui choisit l'offre économiquement la plus avantageuse;

Pour l'Etat (et ses Etablissements Publics), c'est la représentant de la personne publique qui choisit l'offre économiquement la plus avantageuse;

-Pour les procédures adaptées, les règles sont propres à chaque personne publique;

L'attribution

L'attribution:

L'offre la mieux classée est retenue « à titre provisoire » comme offre économiquement la plus avantageuse,

L'acheteur doit alors vérifier la situation fiscale et sociale de l'attributaire, il demande, le cas échéant, au candidat auquel il est envisagé d'attribuer le marché de produire, dans un délai fixé, les attestations et certificats exigibles (*pièces prévues aux articles D,8222-5 ou D,8222-7 et D,8222-8 du code du travail et attestations et certificats délivrés par les administrations et organismes compétents prouvant qu'il satisfait à ses obligations fiscales et sociales*),



Attention :

Si le candidat, ne produit pas les documents exigés, son offre est rejetée, c'est alors le candidat dont l'offre a été classée immédiatement après la sienne qui est sollicité pour produire les certificats et attestations nécessaire avant que le marché ne lui soit éventuellement attribué,

Mise au point et négociation

La mise au point du marché:

Il est également possible dans certains cas, en accord avec le candidat retenu, de procéder à une mise au point de certaines composantes du marché sans que ces modifications puissent remettre en cause les caractéristiques substantielles de l'offre ni le classement des offres.

L'opportunité de négociation : dans les procédures adaptés, des négociations pourront être engagées le cas échéant, à l'initiative de l'acheteur.



Du côté de l'entreprise et de l'acheteur public

• L'ATTRIBUTION

La clôture de procédure de passation...

• Tout candidat écarté à l'issue de la procédure de choix, possède un droit à l'information, qui est différent selon le type de procédure:

• En cas de procédure adaptée:

• L'acheteur doit communiquer à tout candidat non retenu qui en fait la demande.

• En cas de procédure formalisée: (*autre que les marchés négociés sans publicité préalable ni mise en concurrence*),

• L'acheteur notifie à tous les autres candidats non retenus, le rejet de leur candidature ou offre.





C. Aucune offre n'est retenue

A défaut d'offre, ou lorsque l'acheteur n'a reçu que des offres non conformes le marché est déclaré infructueux.

L'acheteur aura alors la possibilité de relancer le marché soit sous sa forme initiale, avec quelques modifications le cas échéant, soit en ayant recours à la procédure négociée si la procédure initiale avait été lancée sous la forme d'un appel d'offre ou d'un dialogue compétitif, il doit en avertir les entreprises ayant proposé une offre.

A noter qu'une procédure peut également être déclarée sans suite (*à tout moment*) pour des motifs d'intérêt général. Dans ce cas, les candidats en sont également informés,

D. Notification

Après le délai de recours, l'acheteur signe puis notifie le marché au candidat retenu. L'exécution du marché peut alors commencer selon les termes fixés dans le contrat.

E. Voie de recours

Trois voies de recours sont possibles :

-le référé précontractuel, avant la signature du marché,

-le référé contractuel, après la signature du marché,

-le recours de pleine juridiction (*recours en contestation de validité d'un contrat*) du marché après la signature.

PARTIE 2: COMMENT RÉPONDRE À UN MARCHÉ PUBLIC?

- Du côté de l'entreprise et de l'acheteur SNCF



Etape 10: Avis d'attribution

Pour les marchés passés selon une procédure formalisée, l'acheteur public doit publier un avis d'attribution dans les mêmes organes de presse que l'avis initial de publicité, dans un **délai de 48 jours** à compter de la notification.



Cet avis comprend notamment les informations suivantes:

- Le nom de l'acheteur public,
- L'objet du marché,
- Le nom de l'attributaire,
- Le montant de l'offre retenue,



Conseil:

Cette obligation n'existant pas en procédure adaptée, n'hésitez pas à demander à l'acheteur public les motivations éventuelle du rejet de votre offre et les caractéristiques et avantages relatifs à l'offre retenue ainsi que le nom de l'attributaire du marché.

ASTUCES/CONSEILS



Astuces:

Lors de la mise en place de votre veille automatisée sur les plateformes internet (*étape 1*), pensez également à paramétrer une veille sur les avis d'attribution:

- pour connaître les attributaires et l'état du marché,
- pour proposer vos services en sous-traitance à ces prestataires le cas échéant ou vous grouper lors des prochains marchés.

Conseils:

Les délais de procédures d'attribution peuvent être plus ou moins longs (*selon la procédure retenue, le fonctionnement interne de la personne publique, etc.*).

N'hésitez pas à contacter l'acheteur public pour en savoir plus sur les étapes de la procédure ou sur la date à laquelle le choix sera effectué.

MEMENTO



Trouver les publicités:

- Mettez en place une veille automatisée (*enregistrement sur des sites spécialisés: profil, périmètre, mots clés...*);
- Maintenez une veille ponctuelle (*suivi quotidien de la presse et des sites*),



Retirer le Dossier de consultation d'entreprise (DCE):

- Par demande écrite auprès de l'acheteur public;
- Par téléchargement sur le site indiqué dans l'avis de publicité,



Analyser le dossier de consultation et la publicité:

- Décrypter la publicité; (*type de procédure, date de remise des offres, etc.*);
- Première analyse des pièces du dossier de consultation pour décision sur l'opportunité de répondre,



Construire sa réponse et constituer la candidature:

- 1°) Lisez attentivement tous les documents en particulier le règlement de la consultation;
- 2°) Remplissez et signez les formulaires de déclaration du candidat (*DC1, DC2*) ainsi que les documents exigés au règlement de la consultation,
- 3°) Déposer une candidature adaptée en fonction de l'objet du marché et des conditions d'exécution du marché en vous posant la question sur la forme de votre candidature (*individuelle, conjointe, ou groupement*),

Modalités :

1. Construire la réponse

Elaborer l'offre

- Rédiger votre mémoire technique en fonction des exigences du règlement de la consultation sur les critères de jugement et le contenu attendu du mémoire;
- Rédigez ou complétez et signez les pièces de votre offre (*Acte d'engagement, Bordereau de Prix, etc.*);
- Vérifiez la possibilité de proposer des variantes,

2. Remettre l'offre

- Par voie postale, avec accusé de réception;
- Par remise « en mains propres »;
- Par voie dématérialisée,

3. Clôture de la procédure de passation

- Pensez à votre droit à l'information;



Abréviations communes dans les marchés publics:

- **AAPC** Avis d'appel public a la concurrence
- **AE** Acte d'engagement (DC3)
- **AMP** Accord cadre sur les marché publics
- **AO** Appel d'offres
- **AOO** Appel d'offres OUVERT
- **AOR** Appel d'offres RESTREINT
- **BOAMP** Bulletin officiel des annonces des marchés publics
- **BP ou BPU** Bordereau des prix ou Bordereau des prix unitaires
- **CCAG** Cahier des Clauses Administratives Générales
- **CCAP** Cahier des Clauses Administratives Particulières
- **CCP** Cahier des Clauses Particulières
- **CCTG** Cahier des Clauses Techniques Particulières
- **CMP** Code des Marchés Publics
- **CPV** Common Procurement Vocabulary (codification des secteurs d'activité)
- **CSE** Certificat de signature électronique
- **DC1** Déclaration du candidat volet 1: lettre de candidature, habilitation du mandataire,
- **DC2** Déclaration du candidat volet 2: Déclaration du candidat individuel, habilitation du mandataire;
- **DC3** Déclaration du candidat volet 3: acte d'engagement;
- **DC4** Déclaration du candidat volet 4: déclaration de sous-traitance;
- **DPGF** Décomposition du prix global et forfaitaire
- **DE OU DQE** Détail estimatif ou Détail quantitatif estimatif

MERCI

