



# Marchés publics, mode d'emploi



Faciliter l'accès  
des PME à la  
commande publique



# Préambule

Le droit de la commande publique est depuis son origine un droit évolutif. Son histoire récente en atteste : pas moins de 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 par les entreprises. 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.

## La commande publique en 2012 en quelques chiffres (\*):

Elle pèse environ 78,8 milliards d'euros HT en France, pour 103.185 contrats engagés par les donneurs d'ordre publics. Notons cependant une baisse globale de 6,8 milliards € et de 9 000 contrats par rapport à 2011.

La clé de répartition des contrats publics (hors avenants pour un total d'environ 3,3 milliards d'euros HT) représente notamment :

- pour l'État : environ 28,7 milliards € HT pour 27 700 contrats ;
- pour les Collectivités Territoriales : environ 24,6 milliards € HT pour 59 800 contrats ;
- pour les opérateurs de réseaux : 20,95 milliards € HT pour 12 200 contrats.

Un focus sur les marchés de moins de 90 000 € HT met en exergue environ 33.000 contrats pour un montant cumulé de 1,2 milliards € HT. Par ailleurs, la tendance sur les marchés de plus de

90 000 € HT montre une sensible évolution sur :

- la sous-traitance : de 1,3% en 2009 à 2,2% en 2012 ;
- la réponse en cotraitance : de 4,2% en 2009 à 5,4% en 2012.

Au sein de ce recensement, le poids des PME dans la commande publique est d'environ 19,8 milliards € HT en 2012, pour 55 700 contrats. Ce qui représente 26,22% en montant et 53,97% en nombre de contrats.

# La commande publique en 2012



## Des opportunités dans une conjoncture difficile

Ces perspectives, sous le prisme de la conjoncture actuelle, rappellent ainsi que la commande publique peut représenter une opportunité considérable de développement des activités des PME.

Ce support, destiné à faciliter l'accès des PME à la commande publique, présente les étapes clés de la réponse à un marché public, vue essentiellement du côté

de l'entreprise candidate, tout en vulgarisant les règles du jeu des marchés publics.

Je tiens tout particulièrement à remercier les élus des Commissions Consultatives des Marchés des CCI de Région Basse et Haute Normandie, ainsi que du groupement interconsulaire de la CCI de Normandie, pour leur implication dans cette démarche.

**Nous espérons que ce guide recueillera votre intérêt et vous en souhaitons une bonne lecture.**

**Jean-Claude Camus,**

*Président de la CCI Territoriale de Cherbourg-Cotentin, élu référent du Pôle juridique achats et marchés publics de CCI Normandie*

(\*) Source : Rapport relatif au recensement de l'achat public et en particulier au poids des PME dans l'achat public, sur l'exercice 2012, publié par l'Observatoire Economique de l'Achat Public de la Direction des Affaires Juridiques du Ministère de l'Economie et des Finances, en novembre 2013.

# Sommaire

## Partie 1

### Les Marchés Publics en 10 questions

page 5

#### Qu'est-ce qu'un marché public ?

1 > Quelle est la définition d'un marché public ?	6
2 > Pourquoi passer un marché public ?	7
3 > Qui sont les donneurs d'ordre publics ?	7
4 > Quelles entreprises peuvent répondre aux marchés publics ?	8
5 > Quels types d'achats sont concernés par les marchés publics ?	9
6 > Comment y répondre ?	9

#### Comment ça marche ?

7 > Quels sont les grandes familles de marchés publics ?	10
8 > Quelles sont les procédures de passation d'un marché public ?	11
9 > Quelles sont les vecteurs de publicité ?	13
10 > Qu'est-ce qu'un Dossier de Consultation des Entreprises ?	16

## Du côté de l'entreprise

#### L'opportunité

Étape 1 > Trouver les publicités	18
Étape 2 > Retirer le dossier de consultation	20
Étape 3 > Analyser le Dossier de Consultation et la publicité	21

#### La réponse

Étape 4 > Construire la réponse	24
• Constituer la candidature	24
• Élaborer l'offre	27
Étape 5 > Remettre l'offre	30

## Du côté de l'acheteur public

#### Le choix

Étape 6 > Réception des offres et ouverture des plis	31
Étape 7 > Analyse des offres	31
Étape 8 > Choix de l'offre économiquement la plus avantageuse	33

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

#### L'attribution

Étape 9 > Clôture de la procédure de passation	34
• Offre non retenue et droit à l'information	34
• Offre retenue et production de certificats et notification	36
• Aucune offre n'est retenue	37
• Notification	37
• Voies de recours	37
Étape 10 > Avis d'attribution	38

Partie



# Les marchés publics en 10 questions

---

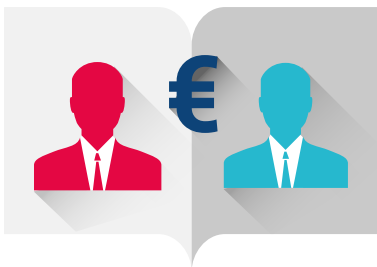
Répondre à un marché public, c'est d'abord en connaître et comprendre le fonctionnement. Cette première partie consiste logiquement à répondre à deux questions :

- > **Qu'est-ce qu'un marché public ?**
- > **Comment ça marche ?**



## 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.

## 2 > Pourquoi passer un marché public ?

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

- l'efficacité de la commande publique ;
- et la bonne utilisation des deniers publics.
- l'égalité de traitement des candidats,
- et la transparence des procédures.

Pour mener à bien ces objectifs, le Code énonce trois principes fondamentaux :

- la liberté d'accès à la commande publique,

Chaque acheteur public doit respecter ces principes, quel que soit le montant et la procédure retenue.

## 3 > Qui sont les donneurs d'ordre publics ?

Les donneurs d'ordres publics, sont des personnes publiques soumises au Code des Marchés Publics ; elles sont distinguées sous deux appellations :

### > Les « pouvoirs adjudicateurs », qui regroupent :

- L'État et ses établissements publics (Ministères, services centraux et services déconcentrés de l'État, Chambres de Commerce et d'Industrie, Chambre de Métiers et de l'Artisanat, Chambres d'Agriculture, Etablissements Publics de Santé, Etablissements Publics à Caractère Culturel...)
- Les Collectivités Territoriales (Régions, Départements, Communes, Communautés de communes ou d'agglomération...) et leurs établissements publics locaux (lycées, collèges, Caisses Centrales d'Activités Sociales, Syndicats intercommunaux de transport...)

### > Les « entités adjudicatrices »

s'agissant de pouvoirs adjudicateurs exerçant une activité d'opérateur de réseaux (par exemple : réseaux de production, de transport ou de distribution d'électricité, gaz eau potable... ; aéroports ; ports ; etc.)



### À noter



**Certains organismes (publics ou privés), non soumis au Code des Marchés Publics, suivent des règles similaires,**

**en obéissant à l'ordonnance du 6 juin 2005.** Il s'agit bien souvent de personnes morales de droit public ou de droit privé poursuivant une mission d'intérêt général et financées principalement sur fonds publics.

**Citons parmi ces organismes :** Banque de France, Caisse des Dépôts et Consignations, Pôle Emploi, SNCF, France Télévision, Offices Publics de l'Habitat, Organismes Privés d'Habitation à Loyer Modéré, etc.

## 4 > Quelles entreprises peuvent répondre aux marchés publics ?

Toutes les entreprises peuvent répondre 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

**Être 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 difficulté 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 a 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 le 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 publics.



**En savoir plus...**

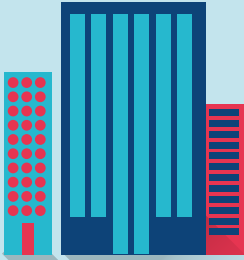
**Consultez nos fiches sur le site [www.normandie.cci.fr](http://www.normandie.cci.fr)**

pour en savoir plus sur l'accès des entreprises en difficulté aux marchés public.



## 5 > Quels types d'achats sont concernés par les marchés publics ?

Le Code des Marchés Publics en distingue trois types :



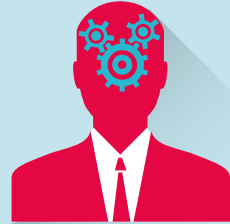
### Les marchés publics de travaux

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 ?

La réglementation impose un certain formalisme dans la réponse aux marchés publics (rendue 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 public, et notamment le règlement de consultation. La deuxième partie de ce guide y est entièrement consacrée.



# Comment ça marche ?



## 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 :

### > Les marchés ordinaires

Marchés ponctuels pour une opération ou prestation spécifique.

### > Les marchés à bons de commandes

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 une période plus ou moins longue (sur un maximum de 4 années (la plupart du temps) avec la possibilité de reconductions intermédiaires (de façon

annuelles par exemple). Ils peuvent être encadrés par une fourchette mini/maxi (soit en montant, soit en quantité).

### > Les marchés à tranches

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.

### > Les accords-cadres

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

### > Les marchés à lots

La notion de lot est parfois utilisée lorsque les besoins de l'acheteur peuvent se regrouper en ensemble cohérent de prestations (il est par exemple possible d'avoir, dans le cadre d'un marché de réalisation d'un magazine de communication d'une collectivité, des lots relatifs à la conception, à l'impression, au routage, etc.). 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.

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

Le Code des Marchés Publics soumet tout acheteur public 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.

### Exemple

#### Faisons un parallèle avec les achats effectués à titre privé :

On n'achète pas un véhicule comme on achèterait une chemise. En effet, dès lors que l'investissement est important, la «procédure» d'achat est également plus importante. Par exemple, dans le cas d'un achat de véhicule, celui-ci nécessitera de vérifier son besoin à court et long terme, ses ressources financières, de comparer plusieurs offres entre elles (sur les caractéristiques techniques, les consommations, les options, les coloris, etc.) et les prix. Les différentes procédures de passation des marchés publics reposent sur la même logique en fonction notamment de l'importance, la nature, l'enjeu et du montant de l'achat public.

En vue d'attribuer un marché, l'acheteur public doit donc préalablement lancer une procédure. Il en existe différentes, regroupées selon trois grandes familles :

#### Les achats de moins de 25 000 € HT

En dessous du seuil des 25 000 € HT, l'achat pourra être passé par l'acheteur public 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 « gré à gré » et les règles sont propres à chaque acheteur public.**

#### 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 public lui-même, mais doivent respecter les

### Conseil



Dans la pratique, certaines

personnes publiques adoptent, pour des opérations de faible montant, la règle dite des « trois devis », où il suffit de mettre en concurrence un nombre limité de prestataires en sollicitant la production de devis ou de proposition technico-financière. En conséquence, **faites-vous connaître auprès des donneurs d'ordres publics pour être référencés et consultés sur ces « petits achats ».**

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 lancés 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 le Code des marchés publics. 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.

### Les seuils des différentes procédures

Les seuils des différentes procédures vues ci-avant dépendent à la fois de la qualification de la personne publique (État ou Collectivité Territoriale) et de la nature des prestations (travaux, fournitures ou services). Le tableau ci-dessous précise les seuils de procédures des pouvoirs adjudicateurs.

## À noter

- Dans les marchés publics, les montants sont énoncés hors taxe.
- Ces seuils sont valables du 1<sup>er</sup> janvier 2016 au 31 décembre 2017. Ils sont modifiés tous les deux ans, à l'initiative de la Commission Européenne.
- Le seuil de procédure est fixé à 418 000 € HT pour les marchés de fournitures et de services des entités adjudicatrices et dans le domaine de la défense.

Type d'achat	Types de donneurs d'ordre	Marchés de gré à gré	Procédures adaptées (MAPA)	Procédures formalisées (Appels d'offres...)
Fournitures et services	État (et établissements publics)	Jusqu'à 25 000 € HT	Entre 25 000 € HT et 135 000 € HT	Au-delà de 135 000 € HT
	Collectivités territoriales (et établissements publics)	Jusqu'à 25 000 € HT	Entre 25 000 € HT et 209 000 € HT	Au-delà de 209 000 € HT
Travaux	État et collectivités territoriales et leurs établissements publics	Jusqu'à 25 000 € HT	Entre 25 000 € HT et 5 225 000 € HT	Au-delà de 5 225 000 € HT

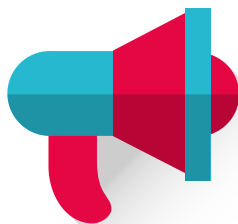


## Astuce

Connaître le type de procédure lancée (distinction entre procédure adaptée ou appel d'offres en particulier) et la nature de la personne publique (État ou collectivité territoriale) renseignent les candidats sur le montant maximum ou minimum envisagé des prestations par l'acheteur public. 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 209 000 € HT, ce qui implique que l'offre du candidat devra être inférieure à ce montant.

## 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 (État ou Collectivité Territoriale), de la nature des prestations (travaux, fournitures ou services) et des seuils édictés par le Code des Marchés Publics. Ils permettent aux entreprises qui souhaiteraient soumissionner d'avoir connaissance de ces consultations (au regard du principe de liberté d'accès à la commande publique).



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

## 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](http://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](http://www.lemoniteur-expert.com), Stratégies, etc.)
- Sites internet ou profils acheteurs ([www.marches-publics.gouv.fr](http://www.marches-publics.gouv.fr) ; [www.marchesonline.com](http://www.marchesonline.com) ; etc.)

## Les seuils de publicité

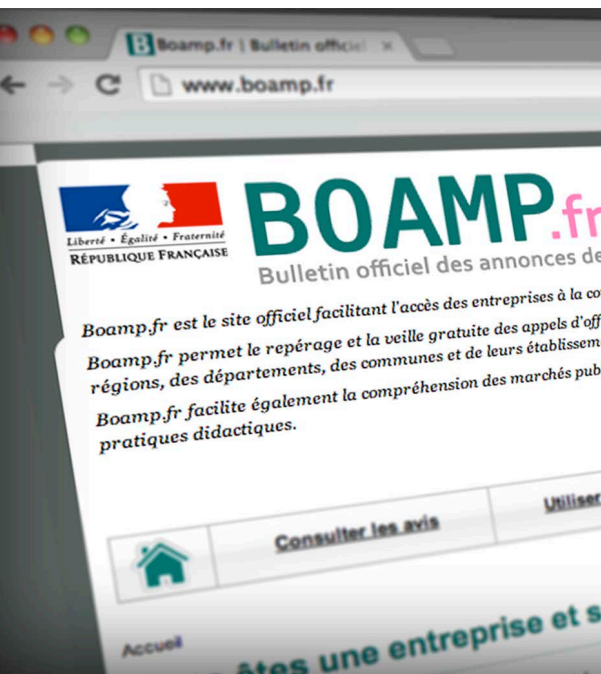
Le tableau ci-dessous précise les seuils et vecteurs de publication :

Type d'achat	Types de donneurs d'ordre	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	État (et établissements publics)	Aucune publicité obligatoire	Libre choix du support de publication par l'acheteur public (4)
	Collectivités territoriales et leurs établissements publics	Aucune publicité obligatoire	Libre choix du support de publication par l'acheteur public (4)
Travaux	État, collectivités territoriales et leurs établissements publics	Aucune publicité obligatoire	Libre choix du support de publication par l'acheteur public (4)

## 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 [www.marchesonline.com](http://www.marchesonline.com).



## Astuce

Se renseigner sur les supports de publicité pour la 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 bureaux d'une ville, 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

**De 90 000 € HT à 135 000 € HT**

**Obligatoire :**

BOAMP ou JAL (1) + Profil acheteur (2)

**Facultatif :**

Journal spécialisé ou autre (3)

**De 90 000 € HT à 209 000 € HT**

**Obligatoire :**

BOAMP ou JAL (1) + Profil acheteur (2)

**Facultatif :**

Journal spécialisé ou autre (3)

**De 90 000 € HT à 5225 000 € HT**

**Obligatoire :**

BOAMP ou JAL (1) + Profil acheteur (2)

**Facultatif :**

Journal spécialisé ou autre (3)

Au-delà du seuil des procédures formalisées  
Marchés formalisés  
(Appels d'offres...)

**Au-delà de 135 000 € HT**

**Obligatoire :**

BOAMP et JOUE (1) + Profil acheteur (2)

**Facultatif :**

Journal spécialisé ou autre (3)

**Au-delà de 209 000 € HT**

**Obligatoire :**

BOAMP et JOUE (1) + Profil acheteur (2)

**Facultatif :**

Journal spécialisé ou autre (3)

**Au-delà de 5 225 000 € 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](http://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.

## 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.

Il comprend généralement les pièces suivantes :

- **Règlement de Consultation :** il définit les « règles du jeu » de la mise en concurrence, comme par exemple les modalités de réponse, les conditions de jugement des offres, etc.
- **Acte d'Engagement :** pièce maîtresse du projet de marché puisque c'est la pièce où le candidat devra indiquer son prix, éventuellement ses délais, et la signer.
- **Cahier des Clauses Administratives Particulières :** il définit les conditions d'exécution administrative du marché (modalités de paiement, modes de livraisons et de réceptions, pénalités éventuelles, etc.). Ce document peut faire référence à un document général, appelé Cahier des Clauses Administratives Générales, qui sera différent selon le type d'achat.
- **Cahier des Clauses Techniques Particulières :** il définit les attendus techniques permettant de répondre au besoin de la personne publique.
- **Bordereau des Prix / Détail Estimatif ou Décomposition du Prix Global et Forfaitaire :** documents permettant de préciser les prix.



### À noter



Il est tout à fait possible pour les personnes publiques de recourir à un « dialogue technique » en amont d'une consultation, sous réserve de ne pas restreindre la concurrence.

Ainsi, le considérant n°8 de la Directive européenne n°2004/18/CE du 31 mars 2004, stipulait qu'« avant le lancement d'une procédure de passation d'un marché, les pouvoirs adjudicateurs peuvent, en recourant à un « dialogue technique », solliciter ou accepter un avis pouvant être utilisé pour l'établissement du cahier des charges, à condition que cet avis n'ait pas pour effet d'empêcher la concurrence. »



Partie



# Comment répondre à un marché public ?

---

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

# Du côté de l'entreprise

## L'opportunité



### Étape 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'activité (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 publics.

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 (par exemple : DoubleTrade, Vecteurplus, E-marchespublics, Klekoon, etc.).

#### 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 automatisée),
- un suivi quotidien sur les journaux (veille ponctuelle).

#### > Mettre en place une veille automatisée des marchés publics

Cette action consiste à vous enregistrer sur certains sites internet. Les plus importants, sont cités dans le tableau ci-contre.

L'enregistrement sur ces sites implique de :

- paramétrer votre profil,
- définir votre périmètre géographique de prospection,
- définir des mots clés en lien avec votre activité.

Ces différents sites permettent également une veille ponctuelle (au jour le jour).

#### Site principaux

##### JOUE

[http://simap.europa.eu/index\\_fr.htm](http://simap.europa.eu/index_fr.htm)

##### BOAMP

[www.journal-officiel.gouv.fr](http://www.journal-officiel.gouv.fr)

##### PLACE, Plateforme des Achats de l'État

[www.marches-publics.gouv.fr](http://www.marches-publics.gouv.fr)

##### Marchés on line / Achatpublic.com

[www.marchesonline.com](http://www.marchesonline.com)

##### MPE276, Marchés publics collectivités de Haute-Normandie

[www.mpe276.fr](http://www.mpe276.fr)

##### Marchés publics collectivités de la Manche

<https://marches-publics-manche.fr>

### > Veille ponctuelle

Parallèlement, la consultation ponctuelle des sources de publications (Presse locale ou spécialisée, sites Internet des collectivités...) est un complément essentiel à votre démarche de veille.



### En savoir plus...

Consultez nos fiches sur le site [www.normandie.cci.fr](http://www.normandie.cci.fr)  
pour en savoir plus sur :

- Pourquoi la dématérialisation
- les adresses des plateformes normandes et des territoires voisins
- la liste des Journaux d'annonces légales (JAL) des 5 départements normands
- comment paramétrer une veille sur les plateformes marchés publics

### Périmètre

Européen pour tous les marchés au-dessus des seuils formalisés

National (y compris local)  
Marchés > 90 000 € HT et parfois en-deçà

National (y compris local)  
Marchés de l'État (services déconcentrés, CCI...)

National et local (nombreuses collectivités territoriales, CHU, Universités, CPAM, etc.)

Marchés des collectivités locales de Seine-Maritime et de l'Eure, Conseils généraux, communes de Rouen, du Havre, d'Evreux, communautés d'agglomérations ou de communes, syndicats mixtes, CCAS, etc. Environ 250 collectivités.

Marchés de collectivités locales de la Manche (Conseil général, moyennes et petites communes, communautés d'agglomérations ou de communes, syndicats mixtes, CCAS, etc. – environ 50 collectivités inscrites)

### Fonctionnalités

Plateforme gratuite / Alerte e-mail paramétrable (par lieu, code CPV, dates, etc.)

Plateforme gratuite / Alerte e-mail paramétrable (mot clef, lieu, type de marché, etc.)

Plateforme gratuite / Alerte e-mail paramétrables (mot clef, lieu, code CPV, type de marché, pouvoir adjudicateur, etc.) / DCE téléchargeable

Plateforme gratuite / Alertes e-mail paramétrables (mot clef, lieu, code CPV, type de marché, type d'organisme, domaines d'activités, etc.) / DCE téléchargeable

Plateforme gratuite / Alerte e-mail paramétrables (mot clef, lieu, code CPV, type de marché, pouvoir adjudicateur, etc.) / DCE téléchargeable

Plateforme gratuite / Alerte e-mail paramétrables (mot clef, lieu, code CPV, type de marché, pouvoir adjudicateur, etc.) / DCE téléchargeable



## Étape 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 public,
- 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 € 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'État, à l'adresse internet suivante : [www.marches-publics.gouv.fr](http://www.marches-publics.gouv.fr)).

L'acheteur public 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 plans 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 public. 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 € HT, ce qui implique que l'offre du candidat devra être inférieure à ce montant.

## Étape 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 ?

- 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 ?

### Comment analyser les pièces du dossier de consultation ?

L'analyse des pièces du Dossier de Consultation des Entreprises (DCE) doit pouvoir mettre en lumière les réponses à ces questions :

#### > Sur l'opportunité de répondre à cette consultation :

Mon entreprise peut-elle répondre à la présente consultation ?

Questionnements issus en particulier de la lecture de l'avis de publicité et du Règlement de la Consultation :

- Le délai de remise des offres est-il suffisant pour préparer ma réponse ? Le cas échéant, y a-t'il des éléments de réponse demandant un investissement en temps significatif (esquisses, maquettes, etc.) ?
- Les critères de jugement des offres me permettent-ils de porter une réponse satisfaisante (rapport qualité/prix...) ?

### 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 public. 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 209 000 € HT, ce qui implique que l'offre du candidat devra être inférieure à ce montant.

- 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 (quantités exprimées) correspond-il à la taille et la capacité technique et financière 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 variation des prix sont-elles pertinentes pour mon entreprise ?

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

Réflexions 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 ?

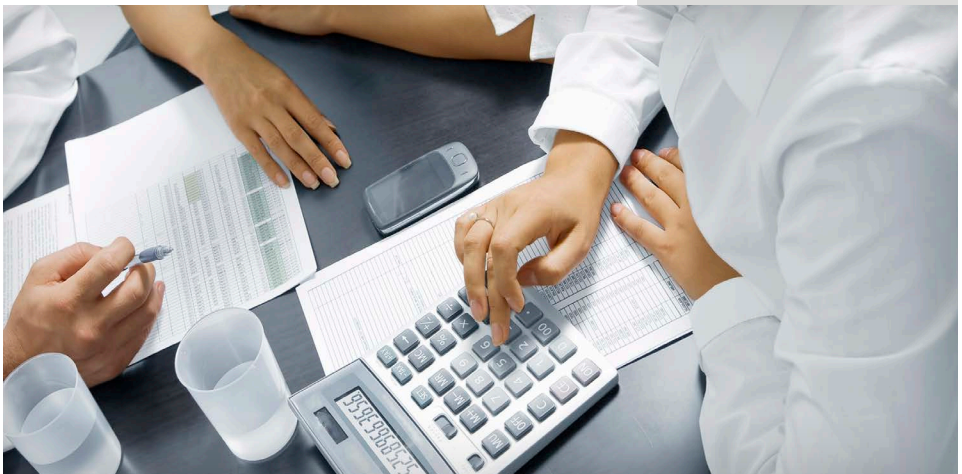
Réflexions primordiales sur les exigences formelles pour la réponse :

- Cibler les critères de jugement des offres et leur pondération le cas échéant ainsi que les éléments demandés 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 ?

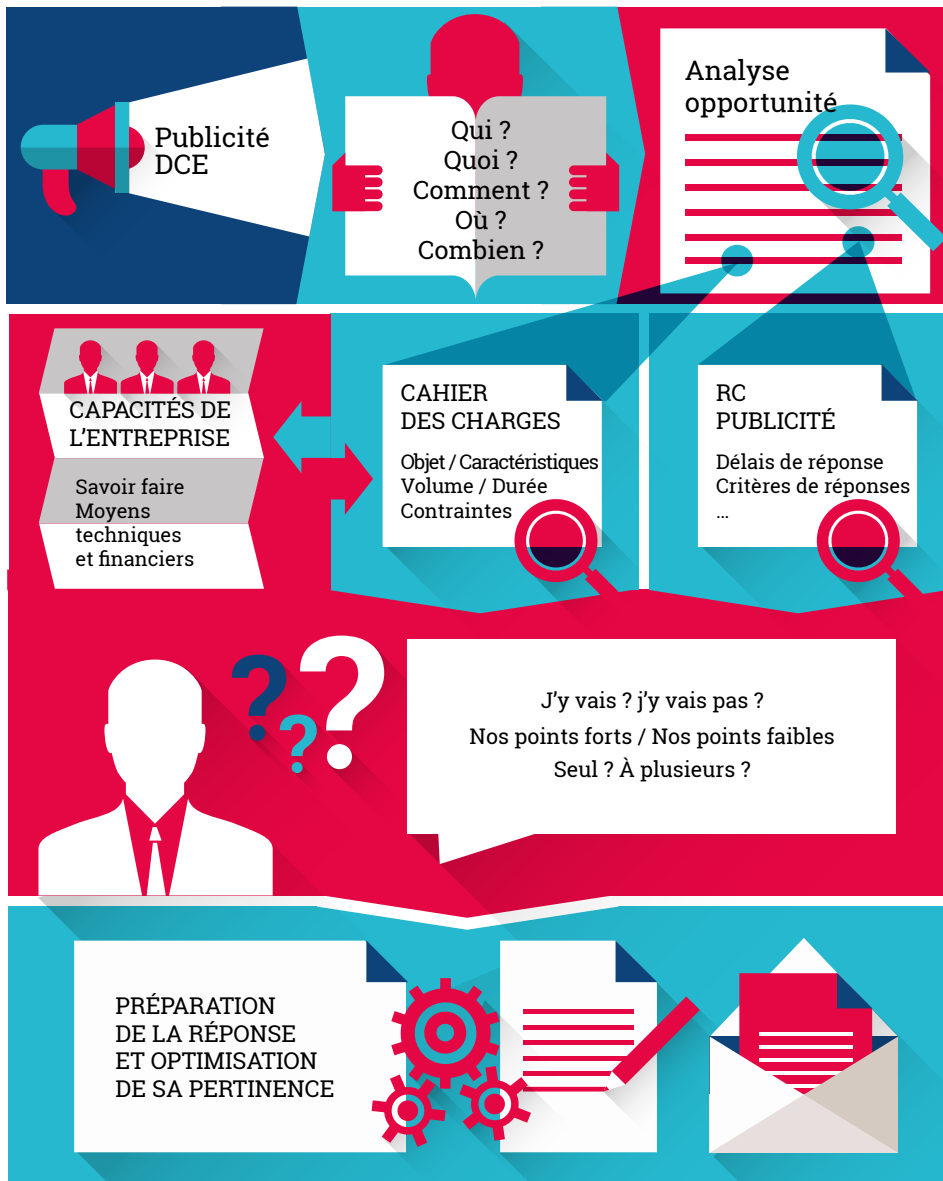
## Conseil



Se donner un temps de réflexion, en reprenant la grille d'analyse ci-dessus, vous permettra de vous poser les bonnes questions et de prendre le recul nécessaire pour optimiser votre réponse et mettre en exergue votre connaissance du dossier et vos points forts.



## Construire sa réponse



# La réponse

## Étape 4 > Construire la réponse

En préambule de cette étape incontournable, rappelons qu'il est essentiel de bien lire le Règlement de 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 : présentation 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 cibler les attentes de l'acheteur public.

Construire sa réponse peut se décomposer en deux phases complémentaires :

- constituer la candidature,
- élaborer l'offre.

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

### 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...).

## A Constituer la candidature



L'objectif pour l'acheteur public est de vérifier que le candidat fournira les garanties techniques, professionnelles et financières permettant de mener à terme l'ensemble des prestations du marché. En corollaire, le candidat doit donc prouver qu'il a bien toutes les capacités techniques, professionnelles et financières requises.

**Il convient donc de proposer une candidature parfaitement adaptée à l'objet du marché (et à ses conditions d'exécution).**

À cet effet, différentes pièces ou garanties peuvent vous être demandées, soit dans le Règlement de la Consultation soit dans l'avis de publicité, au niveau des pièces exigées au titre de la candidature.



L'acheteur public peut par exemple demander :

- la déclaration concernant le chiffre d'affaires global et le chiffre d'affaires des prestations relatives à l'objet du marché,
- les bilans ou extraits de bilans,
- les moyens humains et matériels,
- les références,
- des certifications de qualifications professionnelles, etc.

À titre indicatif, la liste limitative des renseignements pouvant être demandés aux candidats est fixée dans l'arrêté du 28 août 2006.

Toutefois, l'acheteur public peut également demander aux candidats d'utiliser les documents administratifs intitulés « Déclaration du Candidat » (DC), établis par le Ministère de l'Economie et des Finances..

## Les déclarations du candidat

Il s'agit des documents administratifs suivants :

### > le DC1 : la Lettre de candidature, qui précise notamment :

- l'objet de la consultation,
- la présentation de la forme juridique du candidat (candidat individuel ou groupement d'entreprises),
- la répartition des prestations par lot et par membre du groupement,
- les déclarations sur l'honneur,
- la désignation du mandataire et les habilitations,

### > le DC2 : la Déclaration du candidat individuel ou du membre du groupement, qui précise notamment :

- la forme juridique du candidat individuel ou du membre du groupement (entreprise individuelle, SA, SARL, EURL, association, établissement public, etc.),
- ses capacités techniques, professionnelles et financières (chiffre d'affaires, références et qualification...),
- un récapitulatif des pièces fournies à l'appui de la candidature.

Ces documents sont téléchargeables sur le site du Ministère de l'Economie et des Finances, à l'adresse internet suivante :

[www.economie.gouv.fr/daj/formulaires-declaration-candidat](http://www.economie.gouv.fr/daj/formulaires-declaration-candidat)

Les fichiers sont proposés sous format.rtf, donc utilisables par l'ensemble des logiciels de traitement de texte (Office, OpenOffice...).

Marchés  
Publics

## Conseil

La plupart de ces documents serviront lors de vos prochaines réponses aux marchés publics.

Constituez-vous un dossier numérique que vous mettrez à jour et adapterez à chaque nouvelle candidature (chiffre d'affaires, attestation fiscale, attestation d'assurance, références...) en fonction de l'objet du marché et de l'évolution de votre activité.

**Depuis le 1<sup>er</sup> octobre 2014**, s'il l'a mentionné dans l'AAPC ou dans les documents de consultation, l'acheteur public peut dispenser les candidats de la communication de pièces ou renseignements déjà transmis lors de précédentes consultations et qui demeurent valables.

**Dans la pratique...**

Il est fortement conseillé d'utiliser ces Déclarations du Candidat (DC), en vérifiant que le contenu correspond aux exigences du Règlement de Consultation et de l'avis de publicité. Vous devrez 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 des 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 (modèle NOT11) et de lutte contre le travail dissimulé (modèle NOT12) ;
- le cas échéant, les attestations d'assurance, etc.

**Attention :**

- Les renseignements fournis doivent être impérativement liés à l'objet du marché.
  - Soyez rigoureux lors de la préparation de ces documents car s'ils sont mal remplis ou incomplets, votre candidature peut être déclarée irrecevable.
  - Chaque pièce du dossier doit être bien identifiée.
- Évitez les pièces inutiles.

**Y a-t-il des conditions minimales pour répondre à un marché public ?**

Certaines procédures peuvent prévoir des exigences minimales au stade des candidatures, par exemple en fixant un chiffre d'affaires minimum... Si tel est le cas, ces niveaux minimum sont exigés dans le Règlement de la Consultation ou l'avis de publicité.

Veillez alors à respecter ces exigences minimales.

**Depuis le 1<sup>er</sup> octobre 2014 :**

- Le chiffre d'affaire exigé ne peut plus être supérieur au double de la valeur estimée du marché ou du lot, sauf exceptions justifiées.
- Si l'acheteur peut obtenir directement et gratuitement certains documents et renseignements administratifs (via un système électronique de mise à disposition d'informations administré par un organisme officiel ou un espace de stockage numérique), vous êtes exonéré de leur communication papier dès lors que figurent dans votre dossier toutes les informations nécessaires à leur consultation.

**Répondre seul ou à plusieurs ?**

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

Ainsi un dossier pourra revêtir plusieurs formes, il s'agira :

- soit d'une candidature individuelle, si le candidat possède toutes les capacités exigées ;
- soit d'une candidature en cotraitance (groupement momentané d'entreprises, conjoint ou solidaire) ;
- soit d'une candidature avec sous-traitance (où les capacités du ou des sous-traitants désignés sont prises en compte dans la candidature globale) ;
- soit d'une combinaison de ces solutions.

**Conseil**

Pensez à vous regrouper avec d'autres entreprises pour proposer une candidature parfaitement adaptée :

- soit par le biais de co-traitance (groupement momentané d'entreprises),
- soit par le biais de sous-traitance.

## En savoir plus...



Consultez nos fiches sur le site

[www.normandie.cci.fr](http://www.normandie.cci.fr)

pour en savoir plus sur la présentation d'une candidature adaptée : sous-traitance et cotraitance dans les marchés publics.



## B Élaborer l'offre

L'ensemble des pièces exigées pour votre offre est fixé dans le Règlement de la Consultation. Il s'agira par exemple des pièces suivantes :

- Acte d'Engagement,
- Cahier des Clauses Administratives Particulières,
- Cahier des Clauses Techniques Particulières,
- Bordereau des Prix et Détail Estimatif ou Décomposition du Prix Global et forfaitaire,

- Mémoire technique ou note méthodologique,
- Echantillons, maquettes ou prototypes, etc.

Il conviendra de renseigner, dater et signer ces différentes pièces exigées tel que demandé.

Soyez vigilants sur les points suivants, sous peine de rejet de votre offre :

- renseigner rigoureusement l'Acte d'Engagement (montant, délai le cas échéant, etc.), le dater et signer par une personne habilitée ;
- produire les pièces permettant l'analyse des offres (mémoire technique, fiches produits, etc.).

### Conseil



Vérifiez  
quelles  
pièces

deviendront contractuelles, ainsi que leur ordre de priorité (ces renseignements sont précisés dans le CCAP). Ainsi, en cas de contradiction entre les stipulations de certaines pièces contractuelles, elles prévalent dans l'ordre fixé.

### À noter



La remise de l'offre peut requérir la production d'échantillons, maquettes ou prototypes. Dans ce cas, et dès lors où ces demandes impliqueraient un investissement significatif (par exemple en termes de temps passé, d'ingénierie, de technique ou d'engagement financier importants notamment dans les domaines tels que la maîtrise d'œuvre, la communication, le design, etc.), une prime doit alors être versée par l'acheteur public aux candidats. Le montant de la prime doit correspondre à une rémunération juste mais ne constitue pas nécessairement, en tant que tel, un équivalent au coût exposé par le candidat.

## L'offre financière

Distinguons deux cas d'espèce :

### > 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 « 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 les 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'offres 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 :

- La variante est une possibilité offerte aux candidats de proposer une alternative à l'offre (dite « de base »).
- La prestation supplémentaire éventuelle (anciennement appelée option), est à l'initiative de l'acheteur public. Le candidat est tenu de la chiffrer dans son offre globale, même si l'acheteur public n'y donne pas suite.

## Le mémoire technique

Le mémoire technique reflète la réponse que vous apporterez au besoin de l'acheteur public. 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 public.

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

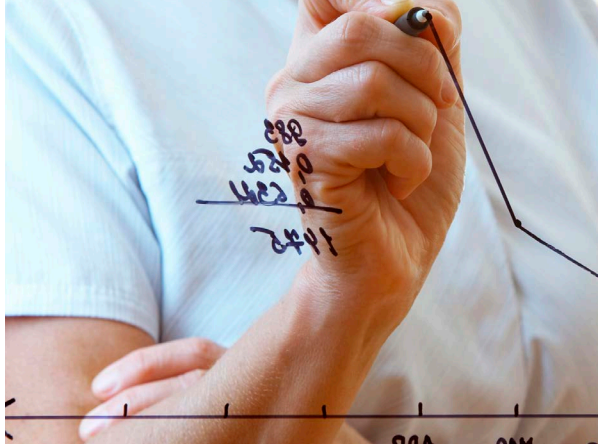
- correspond à une opération particulière
- répond à des exigences spécifiques inscrites dans le cahier des charges
- sera analysé au travers de critères de jugement édictés dans le Règlement de la Consultation

## En savoir plus...

Consultez nos fiches sur le site

[www.normandie.cci.fr](http://www.normandie.cci.fr)

pour en savoir plus sur les variantes et prestations supplémentaires éventuelles dans les marchés publics.



Chaque cas est différent... Un mémoire est donc spécifique à chaque consultation.

Il ne doit en aucun cas être un document « passe partout » mais bien une réponse aux besoins spécifiques de l'acheteur. Ce dernier devra ainsi, à la lecture de votre mémoire, être certain que vous avez traité les points clés et que vous lui apportez une réponse en toute sécurité.

Il est donc difficile de proposer une « recette toute faite » pour la rédaction d'un mémoire, d'autant qu'il dépend également de chaque secteur d'activité. Pour autant, préparez une trame de base que vous veillerez à mettre à jour pour chaque nouvelle consultation en vue d'apporter la réponse la plus adéquate et satisfaisante pour l'acheteur public...

### Dans la pratique... Quelques exemples pour la rédaction du mémoire technique :

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 essentielle puisqu'elle apporte la réponse précise au besoin au regard des critères du Règlement de Consultation. Elle démontre également votre bonne compréhension des exigences du cahier des charges et met en évidence votre propre réponse.

## Conseil

Pendant la rédaction du mémoire technique, gardez bien à l'esprit :

- les critères de jugement des offres, leurs pondérations et les sous-critères le cas échéant,
- les exigences du cahier des charges.

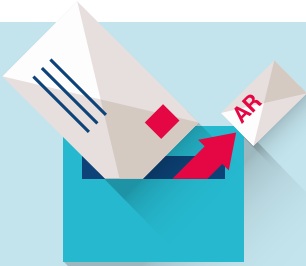
Veillez à bien relire votre mémoire technique... Attention aux « copier/coller » malheureux !

Facilitez la lecture de votre mémoire avec un document lisible et clair...

## Étape 5 > Remettre l'offre

L'ensemble des éléments exigés seront remis dans une enveloppe selon les précisions du Règlement de la Consultation.

Pour la remise des offres, 3 possibilités sont ouvertes :



### Par voie postale avec accusé de réception

pour attester de la preuve certaine de la date de remise (Attention : N'envoyez surtout 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 public le permet.



### Dématérialisation

À noter que l'acheteur public 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 €HT notamment). Pour tous les achats d'un montant supérieur à 90 000 €HT, il est toujours possible pour un candidat de répondre de façon dématérialisée.

### Les délais de remise des offres

Veillez à respecter le délai de remise des offres car tout dépassement exclut règlementairement 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

### Étape 6 > Réception des offres et ouverture des plis

Une fois la date et l'heure limite de réception des offres dépassées, l'acheteur public peut procéder à l'ouverture des plis. Celle-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.

### Étape 7 > Analyse des offres

L'acheteur public 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 le marché et le choix de l'offre économiquement la plus avantageuse constituent deux étapes différentes

pour l'acheteur public. En effet, nous avons vu que la réponse à un marché public comportait à la fois une candidature et une offre.



## La sélection des candidatures

La sélection des candidatures se déroule en deux temps :

> **1<sup>er</sup> examen** : l'acheteur public examine la recevabilité juridique des candidatures (au regard des interdictions de soumissionner à un marché public et de la complétude du dossier) ;

> **2<sup>nd</sup> examen** : l'acheteur examine les capacités professionnelles, techniques et financières des candidats. Pendant ou à l'issue de cette étape, l'acheteur public peut :

- soit demander aux candidats de compléter leur dossier de candidature (il s'agit là d'une simple faculté pour les acheteurs publics, 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<sup>er</sup> examen** : l'acheteur public 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,
- inappropriées, 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<sup>nd</sup> examen** : l'acheteur public 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 public 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).



## Étape 8 > Choix de l'offre économiquement la plus avantageuse



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

### La décision

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

#### > 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'État (et ses établissements publics), c'est le représentant de la personne publique (après commission interne le cas échéant) qui choisit l'offre économiquement la plus avantageuse ;

#### > Pour les procédures adaptées,

les règles sont propres à chaque personne publique.

### L'attribution

L'offre la mieux classée est retenue à titre provisoire comme offre économiquement la plus avantageuse.

L'acheteur public 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 a satisfait à ses obligations fiscales et sociales).

**Attention :** Si le candidat ne peut produire 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 nécessaires avant que le marché ne lui soit éventuellement attribué.

### 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 du marché. Il s'agit alors d'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 adaptées

Dans le cadre des procédures adaptées, des négociations pourront être engagées le cas échéant, à l'initiative de l'acheteur public.



### En savoir plus...

Consultez nos fiches sur le site  
[www.normandie.cci.fr](http://www.normandie.cci.fr)

pour en savoir plus sur l'optimisation de sa démarche commerciale auprès des acheteurs publics.

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



## L'attribution

### Étape 9 > Clôture de la procédure de passation

#### A Offre non retenue et droit à l'information



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 public doit communiquer à tout candidat non retenu qui en fait la demande :

- les motifs de ce rejet,
- les caractéristiques et avantages relatifs de l'offre retenue ainsi que le nom de l'attributaire du marché (si le candidat a vu son offre écartée alors qu'elle n'était ni inappropriée, ni irrégulière, ni inacceptable).

Ces éléments doivent être communiqués dans un

délai maximal de 15 jours à compter de la réception de la demande écrite.

#### En cas de procédure formalisée (autre que les marchés négociés sans publicité préalable ni mise en concurrence)

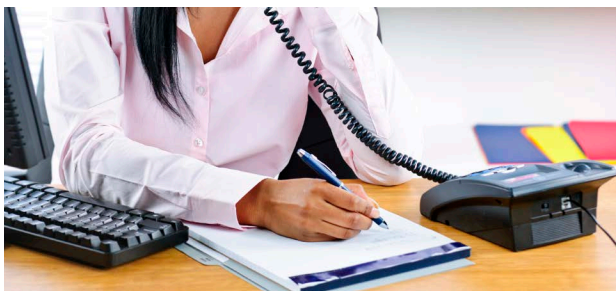
L'acheteur public notifie à tous les autres candidats non retenus, le rejet de leur candidature ou offre, en leur indiquant : les motifs de ce rejet, le nom de l'attributaire et les motifs qui ont conduit au choix de son offre, ainsi que l'indication de la durée du délai de suspension avant la signature du contrat. Le délai de suspension, d'une durée de 16 jours minimum (ramenée à 11 jours en

cas de transmission de cette notification par voie électronique), correspond au délai de recours juridictionnel, permettant ainsi de contester la procédure devant un juge, le cas échéant.

## Quelle que soit la procédure

Sur demande d'un candidat, l'acheteur public peut également lui communiquer certains documents administratifs, dès lors qu'ils ne portent pas atteinte au secret industriel et commercial. Vous pourrez par exemple demander la communication des documents suivants :

- les délibérations autorisant le lancement d'une procédure de marché ou sa signature,
- le registre d'enregistrement des offres et le procès-verbal d'ouverture des plis,
- le rapport d'analyse des offres (sous réserve de l'occultation par l'acheteur public des mentions couvertes par le secret industriel et commercial),
- certaines pièces constitutives du marché



## Conseil

N'hésitez pas à solliciter la communication des motifs de votre rejet et le cas échéant, de ces renseignements complémentaires. Cette démarche vous permettra d'améliorer vos futures réponses aux marchés publics.

dont : l'acte d'engagement de l'entreprise retenue et ses annexes (sous réserve d'occultation par l'acheteur public des informations couvertes par le secret en matière commerciale et industrielle, comme les coordonnées bancaires du candidat retenu et en cas de marchés récurrents, les informations susceptibles de porter atteinte à la concurrence), l'offre de prix détaillé et le bordereau des prix de l'entreprise retenue (sous les mêmes réserves)...

À noter que le mémoire technique n'est pas communicable (en cela qu'il contient des informations couvertes par le secret en matière industrielle et commerciale).

N'hésitez pas à consulter la Commission d'Accès aux Documents Administratifs (CADA) pour vérifier quels documents vous pouvez demander, via son site internet : [www.cada.fr](http://www.cada.fr).

## B Offre retenue et production de certificats et notification



Comme nous l'avons vu précédemment, l'offre retenue l'est à titre provisoire. En effet, si ces documents n'ont pas été produits préalablement (lors de la remise des offres), l'acheteur public demande, au candidat auquel il est

envisagé d'attribuer le marché de produire, dans un délai fixé, les attestations et certificats exigibles. Ainsi, pour être définitivement retenu, vous devrez alors fournir ces éléments dans le délai imparti.



### À noter

L'état annuel des certificats reçus (formulaire NOTI2) est un document que vous adressez en début d'année à l'administration fiscale, afin qu'elle atteste votre régularité auprès des organismes fiscaux et sociaux. Ne communiquez jamais l'original, une simple copie suffit. Téléchargez le formulaire à l'adresse suivante : [www.economie.gouv.fr/files/files/directions\\_services/daj/marches\\_publics/formulaires/NOTI/imprimés\\_noti/noti2.rtf](http://www.economie.gouv.fr/files/files/directions_services/daj/marches_publics/formulaires/NOTI/imprimés_noti/noti2.rtf)



### Conseil

Si vous n'avez pas de NOTI2 à jour ou si le formulaire n'a pas encore été retourné par l'administration fiscale, vous pouvez donner copie des attestations URSSAF et de régularité fiscale récentes. Pour les entreprises soumises à l'impôt sur les sociétés et

## 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.

À 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 public signe puis notifie le marché au candidat retenu. L'exécution du marché peut alors commencer selon les termes fixés dans le contrat.

## E Voies 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 sa signature.

assujetties à la TVA, l'attestation fiscale dématérialisée est disponible dans l'espace sécurisé, sur le site [www.impots.gouv.fr](http://www.impots.gouv.fr)

Pour toutes les entreprises (hors entreprises relevant du régime social des indépendants) le certificat social (datant de moins de 6

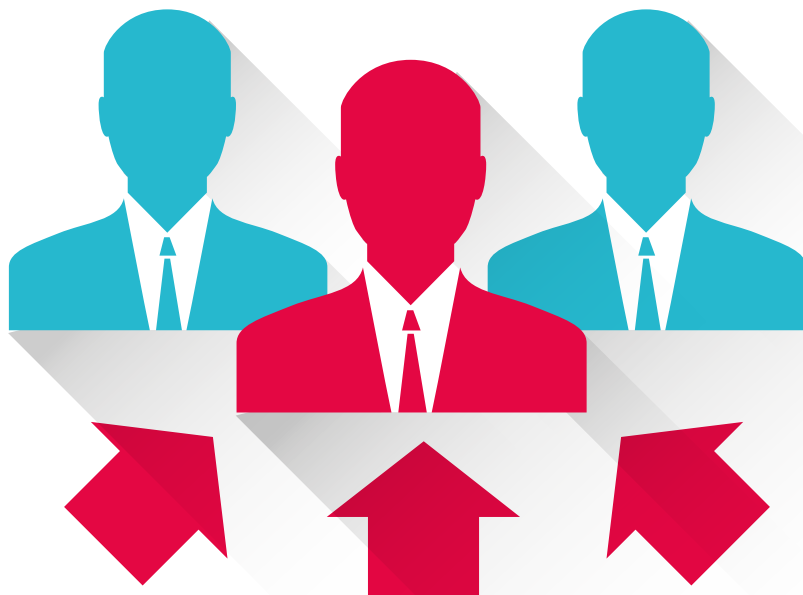
mois) peut être délivré depuis l'espace entreprise du site de l'URSSAF [www.urssaf.fr](http://www.urssaf.fr). N'attendez pas d'être contacté par l'acheteur pour réunir ces documents. En les réunissant en amont, vous gagnerez du temps si vous êtes retenu et vous constituerez votre dossier pour les prochains marchés.



### En savoir plus...

**Consultez nos fiches sur le site**  
**[www.normandie.cci.fr](http://www.normandie.cci.fr)**

pour en savoir plus sur les voies de recours en matière de marchés publics.



## Étape 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 du marché.

Cet avis comprend notamment les informations suivantes :

- nom de l'acheteur public,
- objet du marché,
- nom de l'attributaire,
- 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 de l'offre retenue ainsi que le nom de l'attributaire du marché (Étape 9.A).



## Astuce

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 de prochains marchés.



## Conseil

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.



## En savoir plus...

**Consultez nos fiches sur le site**  
**[www.normandie.cci.fr](http://www.normandie.cci.fr)**

pour en savoir plus sur :

- La réalisation de la prestation,
- Le nantissement.

# Mémento

Les étapes de réponse à un marché public



## 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

- 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

- Décodez 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 LA RÉPONSE CONSTITUER LA CANDIDATURE

- Lisez attentivement tous les documents, en particulier le Règlement de la Consultation
- Remplissez et signez les formulaires de Déclaration du Candidat (DC1, DC2) ainsi que les documents exigés dans le Règlement de la Consultation
- Proposez une candidature adaptée à l'objet du marché et à ses conditions d'exécution en vous posant la question sur la forme de votre candidature : individuelle ou en groupement...





## CONSTRUIRE LA RÉPONSE ÉLABORER L'OFFRE

- Rédigez 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



## REMETTRE L'OFFRE

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



## CLÔTURE DE LA PROCÉDURE DE PASSATION

- Pensez à votre droit à l'information

# Abréviations communes dans les marchés public

<b>AAPC</b>	Avis d'Appel Public à la Concurrence
<b>AE</b>	Acte d'Engagement (DC3)
<b>AMP</b>	Accord sur les Marchés Publics
<b>AO</b>	Appel d'Offres
<b>A00</b>	Appel d'Offres Ouvert
<b>AOR</b>	Appel d'Offres Restreint
<b>AA</b>	Avis d'Attribution
<b>BOAMP</b>	Bulletin Officiel des Annonces des Marchés Publics
<b>BP</b> ou <b>BPU</b>	Bordereau de Prix ou Bordereau des Prix Unitaires
<b>CADA</b>	Commission d'Accès aux Documents Administratifs
<b>CCAG</b>	Cahier des Clauses Administratives Générales
<b>CCAP</b>	Cahier des Clauses Administratives Particulières
<b>CCP</b>	Cahier des Clauses Particulières
<b>CCTG</b>	Cahier des Clauses Techniques Générales
<b>CCTP</b>	Cahier des Clauses Techniques Particulières
<b>CMP</b>	Code des Marchés Publics
<b>CPV</b>	Common Procurement Vocabulary (codification des secteurs d'activité)
<b>CSE</b>	Certificat de Signature Electronique
<b>DC1</b>	Déclaration du Candidat volet 1 : Lettre de candidature, habilitation du mandataire
<b>DC2</b>	Déclaration du Candidat volet 2 : Déclaration du candidat individuel ou membre du groupement
<b>DC3</b>	Déclaration du Candidat volet 3 : Acte d'engagement
<b>DC4</b>	Déclaration du Candidat volet 4 : Déclaration de sous-traitance
<b>DPGF</b>	Décomposition du Prix Global et Forfaitaire
<b>DE</b> ou <b>DQE</b>	Détail Estimatif ou Détail Quantitatif Estimatif
<b>EA</b>	Entité Adjudicatrice
<b>JAL</b>	Journal d'Annonces Légales
<b>JOUE</b>	Journal Officiel de l'Union Européenne
<b>MAPA</b>	Marché A Procédure Adaptée
<b>NOTI1</b>	Information au candidat retenu
<b>NOTI2</b>	État annuel des certificats retenus
<b>PA</b>	Pouvoir Adjudicateur
<b>PCSe</b>	Prestataire de Service en Certification électronique (Autorité de certification)
<b>RC</b>	Règlement de Consultation
<b>SAD</b>	Système d'Acquisition Dynamique



# Notes

## **Rédaction**

Lydie MONTAGNE-RIVIERE, responsable cellule conseils achats/marchés publics

Yann BARANGER, directeur du Pôle juridique, achats et marchés publics

Édition janvier 2015 / mise à jour novembre 2015

## **Conception graphique**

Attribut.fr

## **Impression**

ETC INN

**Les CCI de Normandie sont présentes  
sur l'ensemble du territoire pour  
vous accompagner dans cette démarche.**

**N'hésitez pas à les contacter.**

**Contact Pôle Juridique  
Achats Marchés Publics :  
[commande.publique@normandie.cci.fr](mailto:commande.publique@normandie.cci.fr)**



**[www.normandie.cci.fr](http://www.normandie.cci.fr)**



9 782746 681002