

PME, TPE : accédez aux marchés publics

SOMMAIRE

00

**Je découvre
les marchés
publics**
P.3

01

**Je cherche et
sélectionne
des marchés**
P.8

02

**Je décide de
répondre ou pas**
P.14

03

**Je prépare
ma réponse**
P.20

04

**Je dépose
ma réponse
(dématérialisée)**
P.32

05

**Je suis retenu,
ou pas**
P.38

06

**J'exécute le marché
et je facture**
P.44

La rubrique conseils..... P.50

Glossaire..... P.52

Bibliothèque de liens..... P.55

PRÉSENTATION DU GUIDE

Tout au long de ce guide, 3 avatars vous accompagnent. Ils vous prodigueront des conseils, astuces ou rappels réglementaires.



Bonjour, je suis chef d'entreprise, retrouvez mes conseils et astuces pour réussir vos marchés publics.

Bonjour, je suis juriste et je vous rappelle des points importants du Code de la commande publique.



Bonjour, je suis acheteur, profitez de mes conseils et de mon expérience pour améliorer vos offres.



En page centrale de ce guide (p.28-29), vous pourrez détacher le poster du parcours marché public pour ne rater aucune étape dans la réponse aux marchés publics.



Ce guide a été rédigé par le service **Commande Publique Grand Est de GRAND E-NOV +**

REMERCIEMENTS

Commande Publique Grand Est remercie les partenaires qui l'ont aidé à réaliser ce guide :

la Région Grand Est,
le Département du Haut-Rhin,
le Département du Bas-Rhin,
la Ville et l'Eurométropole de Strasbourg,
la Plateforme régionale des Achats de l'État Grand Est,
le SDEA Alsace-Moselle.

Sources : Users Insights, unsplash.

ÉDITO

Face à la crise sanitaire et en réponse à la crise économique, la Région Grand Est a décidé de mettre en œuvre le Business Act Grand Est. Cette ambitieuse démarche vise à préserver l'économie et les emplois tout en préparant l'avenir du territoire face aux défis de la transition écologique, et de la transformation numérique et industrielle.

Citée à de nombreuses reprises dans le Business Act, la commande publique est un des outils qui impactera l'économie et pourra avoir un effet levier sur la relance. En 2017, le montant cumulé des seuls marchés publics dont le montant dépasse 90 000 euros (soit 1 63 000 contrats) atteignait 89 milliards d'euros en France. Dans le Grand Est ces marchés représentent plus de 6 milliards d'euros par an.

Les PME, qui représentent 99 % du tissu entrepreneurial français, ont été attributaires en 2018 d'un peu plus de 6 marchés publics sur 10, ne représentant que 32 % du montant des contrats.

Il s'avère que le poids des PME dans la commande publique n'est pas à la hauteur de ce qu'elles pèsent dans l'ensemble de l'économie française.

Face à ce bilan et pour renforcer l'accès à la commande publique des PME, notamment innovantes, l'État a publié en 2019 le Code de la commande publique, qui regroupe l'ensemble des textes législatifs et réglementaires régissant les marchés publics.

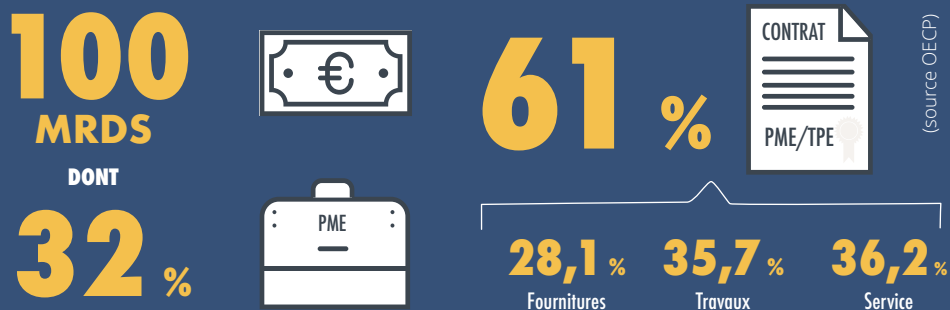
Le guide « PME et TPE : accédez à la commande publique » a été conçu par le service commande publique Grand Est avec le soutien de la Région Grand Est, dans le cadre du Business Act Grand Est.

Le président de la région Grand Est.



Je découvre les marchés publics

La commande publique en 2018

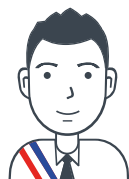


Qu'est-ce qu'un marché public ?

Les marchés publics sont des contrats conclus à titre onéreux entre un acheteur public (donneur d'ordres public, appelé pouvoir adjudicateur ou entité adjudicatrice) et un opérateur économique privé ou public (entreprise, groupement...) pour répondre à ses besoins en matière de travaux, de fournitures ou de services.

marché public sous réserve qu'elle :

- n'ait pas fait l'objet d'une condamnation lors des cinq dernières années ;
- soit à jour de ses cotisations sociales et fiscales ;
- ne soit pas en procédure de liquidation judiciaire.



Les acheteurs

Les acheteurs publics sont les organismes qui passent les marchés pour répondre à un besoin exprimé. On y retrouve :

Les principes de la commande publique

Quel qu'en soit le montant, tout marché public est soumis à ces trois grands principes :

- égalité de traitement des candidats ;
- transparence des procédures ;
- liberté d'accès aux marchés.

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

Qui peut répondre ?

Toute entreprise peut répondre à un

les pouvoirs adjudicateurs



LES ÉTABLISSEMENTS PUBLICS, LES COLLECTIVITÉS TERRITORIALES

les entités adjudicatrices



LES OPÉRATEURS DE RÉSEAUX

Les procédures

La procédure à suivre par l'acheteur public pour la passation d'un marché est déterminée par la nature et le montant total du marché.

Il prend en compte, pour les marchés de travaux, l'ensemble de la valeur des travaux d'une opération. Pour les marchés de fournitures ou de services, ce montant se fonde sur le caractère homogène des prestations, estimées sur une période de 12 mois. On distingue deux familles de procédures.

Les procédures adaptées ou MAPA (marchés à procédures adaptées)

En dessous des seuils européens, l'acheteur public définit librement les modalités de passation et d'attribution des marchés dans le respect des principes fondamentaux de la commande publique. Les procédures adaptées sont plus souples que les procédures formalisées. La majorité des marchés ciblés et remportés par les petites et

moyennes entreprises sont des marchés à procédure adaptée (MAPA).

SEUIL DES 40 000 € HT

Dans le cas d'achats inférieurs à 40 000 € HT, les acheteurs publics sont dispensés de toute procédure de publication et de mise en concurrence. Néanmoins, ils doivent se soumettre aux principes de la commande publique : choix d'une offre répondant au besoin, bonne utilisation des deniers publics et non-contractualisation systématique avec le même prestataire.

Les procédures formalisées

Au-dessus des seuils européens, les règles de passation et d'attribution des marchés sont fixées par le Code de la commande publique. Il existe trois formes de procédures formalisées : l'appel d'offres (ouvert ou restreint), la procédure concurrentielle avec négociation et le dialogue compétitif.

Seuils de procédures

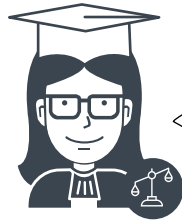
Nature du marché	Acheteurs publics	Procédure adaptée	Procédure formalisée*
Fournitures et services	État et ses établissements publics	De 40 000 € HT à 139 000 € HT	Plus de 139 000 € HT
	- Collectivités territoriales - Établissements publics locaux	De 40 000 € HT à 214 000 € HT	Plus de 214 000 € HT
	Entités adjudicatrices	Publicité adaptée	Plus de 428 000 € HT
Travaux	- État - Établissements publics - Collectivités territoriales - Établissements publics locaux - Entités adjudicatrices	De 40 000 € HT à 5 350 000 € HT	Plus de 5 350 000 € HT

* (Seuils européens au 01/01/20)

Quels types de marchés ?

Les marchés conclus peuvent prendre plusieurs formes :

- ferme ou classique, exécuté de façon certaine ;
- fractionné, dénommé accord-cadre à bons de commandes ou à marchés subséquents ;
- à visée innovante par la mise en place d'un partenariat d'innovation.



Les marchés publics sont régis par le Code de la commande publique entré en vigueur en avril 2019.

Ils résultent en partie de la transposition des directives européennes sur la passation des marchés publics.

LES VARIANTES ET LES PRESTATIONS SUPPLÉMENTAIRES ÉVENTUELLES

Certains marchés autorisent la réponse au besoin par des variantes. Ce sont des alternatives à la solution de base décrite dans le cahier des charges.

Généralement, l'acheteur impose que les variantes soient accompagnées d'une offre de base.

Proposer des variantes lorsque le donneur d'ordre l'autorise est une manière pour le candidat de se démarquer de ses concurrents et de proposer une solution alternative parfois innovante.

Les prestations supplémentaires diffèrent des variantes dans la mesure où :

C'est l'acheteur qui définit les spécifications techniques alors que pour les variantes « facultatives » il ne les impose pas.

Les PSE sont des prestations supplémentaires si bien qu'elles s'ajoutent à l'offre contrairement aux variantes, qui se substituent à l'offre de base.

BON À SAVOIR

Dans les MAPA, les variantes sont autorisées sauf mention contraire dans les documents de consultation.

En revanche, dans les procédures formalisées, les variantes sont interdites sauf mention contraire dans l'avis de marché ou dans les documents de la consultation.



L'innovation dans les marchés publics

Le législateur encourage les acheteurs publics à intégrer de l'innovation dans leurs achats pour d'une part accélérer la modernisation des services publics et d'autre part permettre aux entreprises innovantes et start-up d'accéder plus facilement à la commande publique. Les acheteurs publics disposent aujourd'hui de plusieurs leviers pour introduire de l'innovation dans leurs achats.

En amont des procédures de passation de marchés, l'acheteur public peut procéder à des opérations de *sourcing* pour identifier des solutions innovantes, participer ou

organiser des *hackathons*, procéder à une définition fonctionnelle de ses besoins... L'utilisation, par l'acheteur, de certains outils permet aux opérateurs économiques de proposer des solutions innovantes comme :

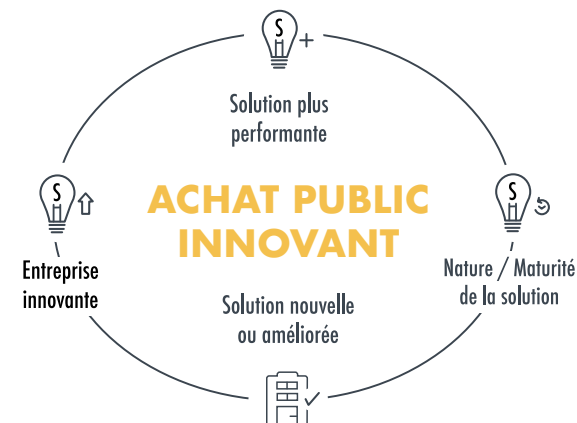
- les marchés sans publicité ni mise en concurrence inférieurs à 40 000 € HT ;
- la possibilité laissée aux opérateurs économiques de proposer des variantes ;
- l'utilisation du dialogue compétitif comme procédure de passation de marché ;
- le recours au partenariat d'innovation.

L'EXPÉRIMENTATION ACHATS INNOVANTS

Afin de favoriser l'innovation dans la commande publique, le législateur a mis en place une expérimentation jusqu'au 24 décembre 2021 permettant aux acheteurs de passer des marchés négociés sans publicité ni mise en concurrence préalable pour leurs achats innovants d'un montant inférieur à 100 000 € HT.

Qu'est-ce qu'un achat innovant ?

Dans son guide pratique de l'achat public innovant, l'Observatoire économique de la commande publique utilise la méthode du faisceau d'indices pour définir du caractère innovant d'une solution.



Connaissez-vous le partenariat d'innovation ?



C'est un type de marché qui permet aux acheteurs publics de structurer un partenariat à long terme avec les entreprises innovantes couvrant à la fois les travaux de recherche & développement et l'achat des produits, services ou travaux innovants qui en résultent.

01

**Je cherche
et sélectionne
des marchés**

Témoignage

« Avant la mise en place de notre outil de veille, nous utilisions les alertes gratuites disponibles sur les différentes plateformes. Les mails d'alertes arrivaient tout au long de la journée et les résultats n'étaient pas réellement ciblés, malgré la mise en place de mots-clés précis. La vérification de chaque mail et de chaque plateforme était particulièrement chronophage pour une efficacité relative et, surtout, certaines consultations n'apparaissaient pas dans nos recherches. Avec la mise en place d'un outil de veille, tout est beaucoup plus simple, centralisé dans un seul mail d'alerte, et les résultats de recherches sont pertinents. Les annonces sont mieux ciblées grâce à des mots-clés affinés au fil de l'utilisation. Le gain de temps est très appréciable. Notre service commercial reçoit plus de consultations qualifiées auxquelles nous pouvons répondre et, forcément, nous augmentons nos possibilités de remporter des marchés. »

AXAL - Colmar

www.axal.fr

Les obligations de publicité

Les acheteurs publics ont obligation de publier leurs avis de marchés à partir de 40 000 € HT. L'objectif est d'informer les candidats de leurs intentions d'achats afin de susciter la concurrence et de permettre l'égalité d'accès à la commande publique.

Les règles de publicité varient selon le montant du marché et la nature de l'acheteur.

Montant du marché	Type d'acheteur	Publicité	Support
Moins de 40 000 € HT	Tous	Pas d'obligation	Libre
Entre 40 000 et 90 000 € HT	Tous	Publicité adaptée	- Presse - Profil acheteur - Autre
Entre 90 000 € HT et les seuils européens	- État - Établissements publics - Collectivités territoriales - Établissements publics locaux	Obligatoire	- BOAMP ou JAL - Profil acheteur - Autre
	Autres acheteurs	Publicité adaptée	- Presse - Profil acheteur - Autre
À partir des seuils européens	Tous	Obligatoire	- JOUE - BOAMP - JAL - Profil acheteur - Autre



Grâce à la dématérialisation, vous trouverez tous les marchés de plus de 40 000 € HT sur mon profil acheteur.

Certains acheteurs publient également sur leur profil acheteur des marchés inférieurs à 40 000 € HT selon des règles qui sont propres à leur organisme.

Les supports de publication

Le profil acheteur

C'est une « place de marchés » électronique. Chaque acheteur public doit disposer d'un profil acheteur qui lui permet de publier ses avis de marchés et les dossiers de consultation des entreprises (DCE), de recevoir des candidatures et des offres électroniques de manière sécurisée et confidentielle, de gérer les questions/réponses avec les candidats et de notifier les marchés.

JAL (Journal d'annonces légales)

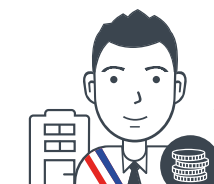
Les journaux d'annonces légales sont l'un des supports de publication des marchés publics. La liste des journaux susceptibles de recevoir les annonces légales est publiée par arrêté préfectoral, disponible à cette adresse actulegales.fr/journaux-annonces-legales

BOAMP (Bulletin officiel des annonces des marchés publics)

C'est une édition du Journal officiel dédiée à la publication des avis d'appel public à la concurrence. www.boamp.fr

JOUE (Journal officiel de l'Union européenne)

Support habilité à recevoir des annonces légales pour les publicités européennes. Les marchés publiés au JOUE sont consultables sur le site TED : ted.europa.eu/



L'avis de marché mentionne toujours l'adresse internet du profil acheteur sur lequel a été publié le marché. Il est accessible gratuitement et vous permet d'y télécharger le dossier de consultation des entreprises (DCE).

Où et comment chercher les avis de marchés ?

La dématérialisation des marchés publics, en obligeant les acheteurs à diffuser les avis de marchés sur des profils acheteurs, a facilité l'accès des entreprises à l'information. Par contre, la multiplication des supports et des plateformes rend la surveillance de l'ensemble des sources impossible. Pour organiser efficacement la recherche d'avis de marchés, une entreprise doit prioritairement définir son périmètre de veille.

À partir de cette cible bien définie, l'opérateur économique pourra optimiser sa recherche et choisir les outils qui répondent à son besoin.

Plusieurs possibilités s'offrent à lui.

Surveiller directement les profils acheteurs

Si la veille de marchés porte sur une zone géographique limitée, ou certain type d'organismes, il faut identifier sur quels profils acheteurs les marchés sont publiés.

Par exemple, en Île-de-France, les marchés de nombreux organismes publics sont regroupés sur Maximilien (marches.maximilien.fr) ; dans les départements du 67 et du 68, ce sera sur Alsace Marchés Publics (alsacemarchespublics.eu). Si la cible porte sur les marchés de l'État et ses établissements, la mise en surveillance de la plateforme Place (www.marches-publics.gouv.fr/) sera suffisante.

Surveiller les journaux officiels

Si la veille porte sur des marchés d'un montant supérieur à 90 000 € HT une surveillance du BOAMP et du JOUE-TED sera suffisante.

Solliciter un prestataire de veille

Pour chercher des opportunités dans une zone géographique large et concernant des organismes variés, la solution la plus efficace est d'avoir recours à un prestataire de veille. Il mettra en place un profil personnalisé qui cherchera les consultations sur toutes les plateformes grâce à une combinaison de mots clés, de secteurs d'activité et de zones géographiques ciblés.

Avant de souscrire à un abonnement, il est recommandé de demander une période de test pour vérifier la pertinence de l'outil et de ses sources. Définir le profil de veille peut prendre un peu de temps au démarrage, mais c'est autant de temps de gagné quand les marchés identifiés sont pertinents !

Voici une liste non exhaustive de prestataires de veille :

- France marchés
- J360
- Le-veilleur.fr
- Marchés online
- MPF
- Tenderspage
- Vecteur plus
- Wanao

La veille doit faire partie intégrante de vos habitudes de travail.

Ne vous concentrez pas sur son exhaustivité mais sur son niveau de pertinence par rapport à vos besoins.

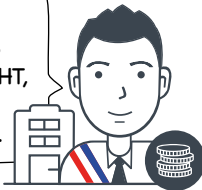
Elle doit vous apporter des opportunités de marchés ciblées.



Le cas des marchés de moins de 40000 € HT

Les acheteurs publics sont dispensés de toute publication pour leurs achats inférieurs à 40 000 € HT. Néanmoins, certains ont mis en place leurs propres règles d'achats et s'obligent à publier certains marchés inférieurs à 40 000 € HT sur leur profil acheteur.

Pour être consulté en direct pour des achats inférieurs à 40000 € HT, faites-vous connaître des acheteurs publics.



Selon le décret du 22 juillet 2020, les acheteurs peuvent conclure des marchés de travaux sans publicité ni mise en concurrence jusqu'à 70 000 € HT. Cela concerne les lots de travaux dont le montant est inférieur à 70 000 € HT, à condition que le montant cumulé de ces lots n'excède pas 20 % de la valeur totale estimée de tous les lots.

Cette mesure est valable jusqu'au 10 juillet 2021.

METTRE EN PLACE UNE VEILLE SUR LES APPELS D'OFFRES

1 DÉFINIR SA CIBLE



PÉRIMÈTRE DE LIVRAISON

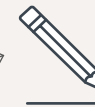


ORGANISME QUI ACHÈTE MES PRODUITS/SERVICES



SUR QUELLES SOURCES D'INFORMATIONS PUBLIENT-ILS LEURS MARCHÉS ?

2 DÉFINIR SES MOTS-CLÉS



LISTER LES PRODUITS, ACTIVITÉS



TESTER LES MOTS SUR LES SOURCES CIBLÉES



SÉLECTIONNER LES TERMES UTILISÉS



CONSTRUIRE SON DICTIONNAIRE



L'ENRICHIR AU FIL DU TEMPS



PARAMÉTRER LES ALERTES



02

**Je décide
de répondre
ou pas**

Témoignage

« Chez Kardham Digital, la décision de répondre ou non à un appel d'offres fait l'objet de plusieurs validations successives. Un premier tri est fait par la Direction générale, qui sélectionne les appels d'offres auxquels nous serions susceptibles de répondre. Les dossiers complets sont ensuite soumis à l'équipe commerciale en fonction de leur champ d'action. Une analyse approfondie de chaque DCE détermine si nous sommes en mesure de proposer une réponse optimale aux attentes du pouvoir adjudicateur, et évalue nos chances de remporter le marché : sommes-nous bien aptes à pouvoir fournir les produits et/ou compétences demandés ? Si oui, le délai de réponse au marché est-il suffisant pour présenter un dossier solide ? Le lieu d'exécution du marché a également son importance : si ce dernier est éloigné, pourrait-il être un frein à la bonne exécution de notre prestation ?

D'autres critères pèsent bien évidemment dans notre choix de réponse tels qu'un éventuel historique avec le client, ou la durée du délai d'exécution du marché. Notre objectif est de trouver le bon équilibre entre le temps investi dans notre réponse et nos chances d'obtenir le marché. »

Kardham Digital - Obernai

www.kardham-digital.com

Pour une entreprise, répondre à un marché public est un investissement en temps et en argent. Il est donc important de bien sélectionner les marchés auxquels elle décide de répondre.

Analyse du marché et de ses pièces

Les informations contenues dans l'avis de marché (objet du marché, délai de remise des offres, lieu d'exécution...) ne suffisent pas toujours pour sélectionner les marchés intéressants pour l'entreprise. C'est la lecture des documents contenus dans le dossier de consultation des entreprises (DCE) qui permet à l'entreprise de décider de répondre ou non à une consultation.

Le DCE (dossier de consultation des entreprises)

Rédigé par l'acheteur public, le DCE regroupe les documents nécessaires au candidat pour élaborer sa réponse au marché. Il explique les modalités de la consultation, décrit les spécifications techniques attendues et fournit les éventuels formulaires à compléter par le candidat. Le DCE doit être mis à disposition gratuitement par l'acheteur public sur son profil acheteur.

Les pièces du DCE

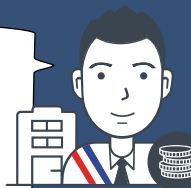
Documents constitutifs du marché	Contenu
Règlement de consultation (RC)	Il fixe les règles de la consultation : documents à produire, le délai de réponse, critères d'attribution...
Acte d'engagement ou ATTRI 1	Acte administratif contractuel, par lequel le candidat s'engage sur son offre de prix et accepte formellement les clauses du marché.
Cahier des clauses techniques particulières (CCTP)	Conditions techniques particulières d'exécution des prestations du marché : c'est le cahier des charges.
Cahier des clauses administratives particulières (CCAP)	Conditions administratives particulières d'exécution des prestations du marché. Le CCAP fixe les avances, acomptes, garanties exigées, délais et moyens d'exécution, délais de paiement, pénalités...
Bordereau de prix unitaire (BPU) ou décomposition du prix global et forfaitaire (DPGF)	Pièce financière détaillant les prix unitaires ou forfaitaires proposés par le candidat.

• Les CCAG (cahier des clauses administratives générales) et CCTG (cahier des clauses techniques générales) sont souvent des pièces du contrat, mais ne sont pas jointes au DCE. Ces documents fixent le cadre administratif et contractuel général du marché. Ils sont consultables à ce lien : www.economie.gouv.fr/daj/cahiers-clauses-administratives-generales-et-techniques

LE RC

Le règlement de consultation décrit les règles à respecter pour répondre au marché (modalités de dépôt des offres, date limite de remise des offres...). Il précise l'étendue du marché (alotissement, délai d'exécution, variantes...), les critères de participation, les critères d'attribution. C'est aussi dans le règlement de consultation que l'acheteur explique les obligations de l'opérateur économique au regard de la dématérialisation (questions à l'acheteur, taille et format des fichiers à déposer, utilisation ou non de la signature électronique...).

Prenez le temps de lire le règlement de consultation, chaque acheteur public a des usages et pratiques qui peuvent différer.



(Ex. : utilisation de la signature électronique.)

LE CCTP

Le CCTP est le document qui décrit les spécifications techniques de la prestation à réaliser par l'opérateur économique dans le cadre du marché. Il est couramment appelé cahier des charges. Il renseigne l'opérateur économique sur les besoins de l'acheteur, les délais de livraison, les conditions de garantie, de maintenance, de service après-vente... Le marché peut comporter des clauses relatives à l'environnement, l'emploi et l'insertion. Il peut aussi être réservé à certains opérateurs (entreprises adaptées, entreprises d'insertion...).



En cas de marché alloti, vous pouvez répondre à un ou à plusieurs lots. Chaque lot attribué donnera lieu à la signature d'un marché.

Les questions à se poser

L'entreprise peut-elle répondre à l'objet du marché ?

- En matière de fournitures, services ou travaux.
- Seule ou à plusieurs (groupement ou sous-traitance).

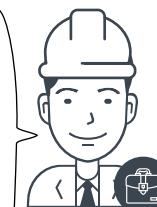
L'entreprise a-t-elle les capacités de répondre au marché ?

- Au regard des critères de sélection exigés (niveau de chiffre d'affaires, moyens humains et techniques...).
- Au regard de l'expérience exigée (références clients, expérience et compétences des équipes...).
- Au regard des contraintes du marché (délai et lieu de livraison, conditions d'exécution, volume et étendue du marché...).
- Au regard des critères d'évaluation des offres (prix, valeur technique, critères d'insertion ou environnementaux...).

L'entreprise a-t-elle les ressources pour répondre au marché et l'exécuter ?

- Délai de réponse au marché.
- Planning des équipes et charge d'activités.
- Ressources financières (avances et acomptes, délais de paiement, pénalités de retard, révision de prix...).

Intéressez-vous à la concurrence et recherchez quelles entreprises ont déjà remporté des marchés similaires et à quel prix.



Vous trouverez ces informations sur les profils acheteurs (données essentielles).

Comment se faire connaître des acheteurs publics ?

Participer à une opération de sourcing

Afin de préparer la passation de marché, le Code de la commande publique encourage les acheteurs publics à faire du sourcing à condition qu'il n'ait pas pour effet de fausser la concurrence et n'entraîne pas une violation des principes de liberté d'accès à la commande publique, d'égalité de traitement des candidats et de transparence des procédures.

Il peut prendre différentes formes : veille technologique, rencontres avec des fournisseurs, entretiens individuels, e-sourcing, demandes d'information...

L'acheteur doit cependant veiller à garantir la traçabilité des échanges, à assurer le même niveau d'informations donné aux opérateurs économiques sollicités, et à garantir la confidentialité des renseignements reçus des entreprises.

Contacteur les acheteurs en direct

En dehors des périodes de consultation, une entreprise peut contacter en direct un acheteur public pour lui présenter ses produits ou prestations. Pour que cette démarche soit efficace, il est recommandé de cibler le bon interlocuteur et de s'informer de ses besoins.

Participer à des rencontres acheteurs, des salons professionnels, des rendez-vous d'affaires

Pour faciliter et encourager l'accès des PME à la commande publique, les chambres consulaires (chambre de commerce, chambre des métiers...), les agences de développement, fédérations professionnelles ou d'autres acteurs institutionnels organisent régulièrement des événements pour faire connaître les marchés publics et mettre en relation les acheteurs publics avec les entreprises. Ces événements sont pour les entreprises l'occasion de rencontrer des prescripteurs ou des décideurs et de faire connaître leur savoir-faire et leurs compétences.



Durant la phase de consultation d'un marché, les échanges entre un opérateur économique et un acheteur sont règlementés afin de garantir l'égalité de traitement des candidats.

QU'EST-CE QUE LE SOURCING ?

C'est le fait, pour les acheteurs publics, de consulter des opérateurs économiques en vue de préparer un futur marché. Il peut servir à :

- se renseigner sur un secteur d'activité ;
- évaluer la capacité des fournisseurs à répondre au besoin de l'acheteur ;
- découvrir les innovations d'un secteur d'activité.



03

Je prépare ma réponse

Témoignage

« La réponse à un marché public ne s'improvise pas ! Dès lors qu'une décision " GO " est donnée, une organisation doit se mettre en place pour respecter les attendus (échéance et exhaustivité) de l'acheteur public. Chez Actimage, nous considérons que cette réponse s'apparente à un miniprojet à part entière : elle requiert la mobilisation d'une équipe pluridisciplinaire (chacun apportant son expertise pour répondre à l'ensemble des critères), une planification des missions (qui rédige quelle partie du dossier), une optimisation (certains éléments sont réutilisables entre différents marchés) et une vérification systématique de l'adéquation de la réponse avec les attendus de la personne publique (éléments à fournir, critères d'évaluation, clauses juridiques / sociales / sociétales...). Roadmap et checklist sont essentielles pour garantir une réponse de qualité ! Enfin, le fond du propos (justesse, précision, concision) doit être relayé par la forme de celui-ci (relecture orthographique et grammaticale, charte visuelle des documents...) pour rendre la lecture du dossier la plus agréable possible à l'évaluateur. Une bonne réponse est avant tout une belle réponse ! »

Actimage - Strasbourg

www.actimage.com

La réponse à un marché public se compose toujours de plusieurs parties :

- La candidature.
- L'offre comprenant généralement :
 - l'acte d'engagement ;
 - l'offre technique qui détaille la réponse technique apportée par le candidat au besoin de l'acheteur ;
 - l'offre financière qui détaille la proposition de prix de l'entreprise ;
 - d'autres documents (un planning d'intervention, un catalogue de produits...).

Pour être recevables, la candidature et l'offre doivent être transmises à l'acheteur public selon les modalités prévues dans le RC (contenu des offres et date limite de remise des offres).

La candidature

Chaque candidat à un marché public doit attester qu'il n'est pas touché par un motif d'exclusion ou une interdiction de soumissionner.



Il doit aussi prouver à l'acheteur qu'il est en capacité financière, technique et professionnelle d'exécuter le marché.

L'acheteur ne peut pas exiger de la part des candidats des informations qu'il possède déjà ou qu'il peut se procurer directement (et gratuitement) auprès d'autres administrations.

(Ex. : attestations fiscales et sociales.)

Comment présenter sa candidature ?

L'opérateur économique peut présenter sa candidature en utilisant soit les formulaires de déclaration du candidat proposés par le ministère de l'Économie, soit le DUME électronique (document unique de marché européen). C'est dans le RC que sont listées les pièces demandées par l'acheteur au titre de la candidature.

LE DUME (DOCUMENT UNIQUE DE MARCHÉ EUROPÉEN)

C'est un formulaire électronique qui permet aux opérateurs économiques de présenter leur candidature à un marché public. Il prend la forme d'une déclaration sur l'honneur du candidat qui certifie :

- qu'il n'entre pas dans les critères d'exclusion du marché ;
- qu'il remplit les critères de sélection ;
- qu'il s'engage à fournir les informations requises par l'acheteur public.

Ce formulaire électronique est accessible via le portail Chorus Pro (chorus-pro.gouv.fr/) ou peut être complété directement sur les profils acheteurs. Il doit remplacer à terme les formulaires DC1 et DC2.

LES FORMULAIRES DC (DÉCLARATION DU CANDIDAT)

L'administration a mis en place des formulaires types (non obligatoires) que les opérateurs économiques peuvent utiliser pour présenter leur candidature à un marché public. Ils sont connus sous le nom de DC1, DC2 et DC4.

Formulaire	Contenu	Remarques
DC1 – Lettre de candidature, habilitation du mandataire par ses cotraitants	<ul style="list-style-type: none"> - Identification du candidat ou du groupement - Déclaration sur l'honneur du candidat - Habilitation du mandataire 	À compléter par le candidat ou le mandataire du groupement
DC2 – Déclaration du candidat individuel ou du membre du groupement	<ul style="list-style-type: none"> - Présentation du candidat et de ses ressources - Capacité à répondre au marché d'un point de vue économique, financier, professionnel et technique 	À compléter par le candidat et chaque membre d'un groupement
DC4 - Déclaration de sous-traitance	<ul style="list-style-type: none"> - Identification du sous-traitant - Description des prestations sous-traitées - Mise en place du paiement direct du sous-traitant 	À compléter par le candidat et le sous-traitant. Produire un DC4 par sous-traitant

L'offre

L'offre se compose de plusieurs pièces dont les plus importantes sont l'acte d'engagement, la proposition technique et financière du soumissionnaire.

cadre de réponse ou de formulaire standard pour présenter l'offre technique. Le soumissionnaire peut organiser son mémoire technique comme il le souhaite en s'efforçant de suivre la démarche suivante.

L'acte d'engagement

Longtemps considéré comme une pièce essentielle de l'offre, l'acte d'engagement peut désormais n'être complété qu'à l'attribution du marché par le candidat retenu. Il convient de se conformer aux indications du règlement de consultation.

RÉPONDRE AU CAHIER DES CHARGES (CCTP)

Le cahier des charges détaille le besoin de l'acheteur auquel le soumissionnaire doit répondre point par point. Il doit démontrer qu'il a bien analysé et compris le besoin et que l'acheteur trouvera une réponse conforme à ses attentes. Le mémoire technique doit être adapté à chaque marché et doit être rédigé par un collaborateur maîtrisant les aspects techniques.

L'offre technique

C'est ce que l'on appelle couramment la note méthodologique ou le mémoire technique. Sauf exception, il n'y a pas de

CONCEVOIR SON MÉMOIRE TECHNIQUE COMME UN ARGUMENTAIRE COMMERCIAL

Le mémoire technique ne doit pas être un recueil d'éléments ou de données techniques. Il entre dans le cadre d'un processus de vente spécifique aux marchés publics : tout se fait par écrit, c'est le seul moyen pour le soumissionnaire de se démarquer auprès de l'acheteur.

Il faut anticiper sur les questions qu'il pourrait se poser. L'argumentaire doit être clairement exposé, personnalisé, et c'est lui qui justifie aussi des tarifs.

DÉMONTRER SON EXPERTISE

Étant un document commercial, la prise de parole est celle de l'expert. La réponse à chaque point du cahier des charges doit être expliquée et argumentée, en y indiquant les moyens et compétences que le soumissionnaire met en œuvre pour la bonne exécution du marché. Pour motiver l'acheteur à sélectionner son offre, le soumissionnaire doit le rassurer et lui donner confiance : en parlant de sa société, de ses certifications, qualifications, références.

DÉTAILLER SA MÉTHODOLOGIE

C'est la partie la plus délicate à traiter dans un mémoire technique car il faut convaincre l'acheteur que l'exécution du marché sera maîtrisée. Il faut expliquer comment sera réalisée, contrôlée et livrée la prestation en tenant compte des aspects environnementaux, sociaux ou de sécurité exigés dans le marché.

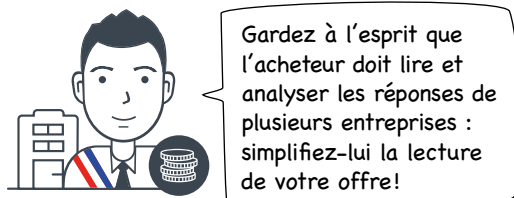
SOIGNER LA FORME AUTANT QUE LE FOND

Un document mal présenté peut altérer l'image de l'entreprise et compliquer la compréhension du document.

Il faut soigner :

- La mise en page : inclure un sommaire et des titres, découper le contenu en paragraphes, insérer des pages intercalaires, etc.

- La charte graphique : utiliser des styles, polices de caractère et habillages du document en adéquation avec l'identité visuelle du soumissionnaire.
- L'homogénéité : le mémoire technique ne doit pas être une juxtaposition de documents.



Il doit trouver facilement les informations dont il a besoin.

L'acheteur public pour attribuer le marché doit noter les mémoires techniques des candidats selon des critères indiqués dans le règlement de consultation. Organisez votre mémoire technique de sorte qu'il réponde à ces critères.



L'offre financière

Pour la formalisation de l'offre de prix, il faut utiliser les documents fournis dans le DCE : BPU (bordereau des prix unitaires) ou DPGF (décomposition des prix globaux et forfaitaires). Attention, ils ne doivent pas être modifiés sur la forme.

Si l'acheteur demande un devis type, il faut veiller à ce que les prix mentionnés dans le devis soient bien cohérents avec les prix mentionnés dans les autres documents.



Autres documents (un planning d'intervention, un catalogue de produits...)

L'acheteur public peut demander aux soumissionnaires de produire d'autres pièces nécessaires à l'examen des offres. L'absence d'une de ces pièces alors qu'elle est demandée par l'acheteur rend l'offre irrégulière.

LA PRÉSENTATION DE L'ENTREPRISE

Communiquer sur le savoir-faire de l'entreprise, la compétence de ses équipes, ses produits et ses services est essentiel pour donner une bonne première impression à l'acheteur.

Voici quelques informations à y faire figurer :

- Présentation générale de l'entreprise

Rappeler brièvement l'activité, le savoir-faire, les implantations et l'organisation.

- Expérience et références

Montrer à l'acheteur que l'entreprise a su réaliser des projets similaires à son marché. Valoriser les références auprès de clients publics. Indiquer les coordonnées des clients cités que l'acheteur peut contacter.

- Labels et certifications

Lister les labels et certificats que possède l'entreprise.

- Démarche environnementale et engagement social

Mettre en avant la démarche environnementale globale de l'entreprise. Parler des bonnes pratiques de l'entreprise : égalité homme/femme, insertion...

Comment s'organiser pour répondre?

Gérer la réponse à un marché public, c'est gérer un projet. Il faut :

- répartir les tâches entre les collaborateurs chargés des éléments techniques, ceux chargés des éléments administratifs et ceux chargés de remettre la réponse sur le profil acheteur ;
- fixer un rétroplanning à partir de la date de remise de la réponse ;
- prévoir une relecture/validation finale de l'ensemble du dossier avant dépôt ;
- établir une *check-list* lors de la lecture du RC pour ne rien oublier au moment du dépôt de l'offre.

Si vous répondez en groupement ou en sous-traitance, assurez-vous que vos partenaires respectent leurs échéances.



Répondre en groupement ou en sous-traitance

Le groupement

Le Code de la commande publique autorise les soumissionnaires à se présenter sous forme de groupement momentané d'entreprise (GME) ou cotraitance.

Une entreprise peut avoir recours à la cotraitance pour plusieurs raisons :

- taille du marché trop grande pour répondre seul ;
- délais d'exécution impossibles à tenir seul ;
- besoin de compétences ou de capacités supplémentaires ;
- besoin de labels ou de certifications spécifiques pour le marché.

C'est le mandataire du groupement qui est l'interlocuteur unique de l'acheteur. Il est désigné par les membres du groupement. Il existe plusieurs formes de groupement :

- **Le groupement conjoint** : chaque cotraitant est engagé à hauteur de ses prestations.
- **Le groupement conjoint avec mandataire solidaire** : chaque cotraitant est engagé à hauteur de ses prestations et le mandataire est responsable financièrement des autres membres.
- **Le groupement solidaire** : chaque cotraitant engage sa responsabilité pour l'ensemble des prestations du groupement.

L'acheteur public peut imposer une forme de groupement aux cotraitants uniquement au stade de l'attribution.



Il est conseillé aux membres du groupement de contractualiser entre eux à travers une convention de groupement qui fixe les règles de fonctionnement du groupement et les responsabilités des uns et des autres notamment celles du mandataire.

Comment présenter la candidature du groupement :

la candidature du groupement est présentée à l'aide d'un formulaire DC1 (identification des cotraitants et du mandataire), et un formulaire DC2 pour chaque membre.

Ce sont les capacités de l'ensemble du groupement qui sont prises en compte dans l'analyse de la candidature.

Si la candidature se fait en utilisant le DUME, chaque membre du groupement doit fournir un DUME en indiquant son rôle dans le groupement et en désignant le mandataire.

La sous-traitance

La sous-traitance dans les marchés publics est autorisée mais il est interdit pour un titulaire de sous-traiter la totalité du marché et l'acheteur peut imposer au titulaire que certaines tâches soient réalisées par le titulaire.

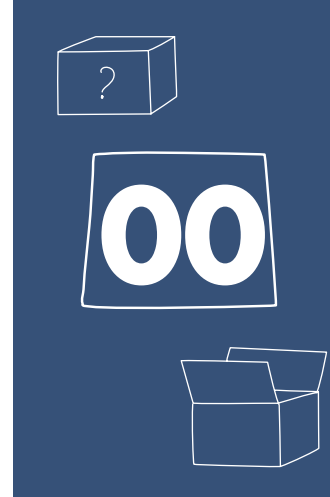
Le sous-traitant n'est pas lié contractuellement à l'acheteur mais au titulaire du marché. Celui-ci reste responsable de l'exécution du marché. Le titulaire peut déclarer la sous-traitance au stade du dépôt de l'offre.

La notification du marché vaut acceptation du sous-traitant et de ses conditions de paiement. La déclaration peut également se faire en cours de marché.

Le sous-traitant bénéficie du paiement direct de ses prestations par l'acheteur public à partir de 600 € TTC.

Comment déclarer un sous-traitant ?

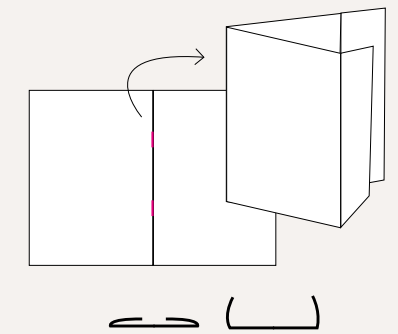
La déclaration du sous-traitant peut se faire en complétant le formulaire DC4 qui vaut acte spécial de sous-traitance. Il est à signer par le titulaire, le sous-traitant et l'acheteur public.



VOTRE PARCOURS DES MARCHÉS PUBLICS EN UN CLIN D'ŒIL!

MODE D'EMPLOI :

- 1 Ouvrez les agrafes
- 2 Retirez la double page du livret
- 3 Affichez votre poster
- 4 Ne ratez plus une étape pour réussir vos marchés publics !



LE PARCOURS DÉTACHABLE

VOTRE PARCOURS DES MARCHÉS PUBLICS EN UN CLIN D'ŒIL!



00 Je découvre les marchés publics

p. 03

DÉPART

MARCHÉ PUBLIC

01 Je cherche et sélectionne des marchés

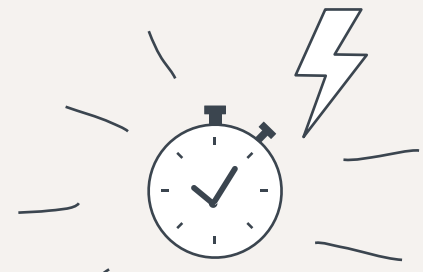
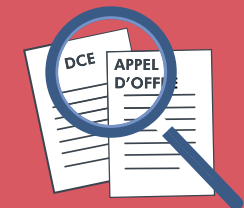
p.08

02 Je décide de répondre ou pas

p.14

OUI

NON



05 Je suis retenu, ou pas

p. 38

06 J'exécute le marché et je facture

p. 44

ARRIVÉE

Le marché achevé, j'ai une référence de plus à mettre en valeur lors des nouvelles candidatures!

03

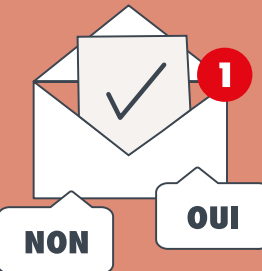
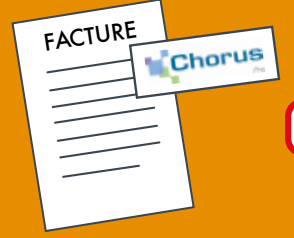
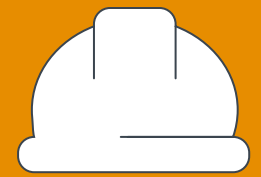
Je prépare ma réponse

04

Je dépose ma réponse (dématérialisée)

RÉPONSE

- DUME
- DC1 / DC2
- Mémoire technique
- Prix
- Groupement
- Sous-traitance



LISTE DES PRINCIPAUX PROFILS ACHETEURS EN RÉGION GRAND EST

Alsace Marchés Publics
Plateforme mutualisée

Plateforme mutualisée qui regroupe les marchés des départements du Bas-Rhin et du Haut-Rhin, de l'Eurométropole et de la ville de Strasbourg, de la communauté d'agglomération Mulhouse Alsace Agglomération et de la ville de Mulhouse et de près de 400 autres pouvoirs adjudicateurs en Alsace : alsacemarchespublics.eu



Plateforme mutualisée proposée par l'association des Maires du Haut-Rhin qui regroupe les marchés de plusieurs centaines de communes du Haut-Rhin : marchespublics-amhr.omnikles.com

GrandEst
PLACES MARCHÉS PUBLICS GRAND EST

Plateforme de dématérialisation des marchés publics de la région Grand Est : marchespublics.grandest.fr



Plateforme des marchés de l'État et de ses établissements : www.marches-publics.gouv.fr



Plateforme mutualisée des départements de l'Aisne, des Ardennes, de l'Aube, de la Marne, de la Haute-Marne, de la Meurthe-et-Moselle, de la Meuse et des Vosges, et des villes de Nancy, de Sedan, de Troyes, de Charleville-Mézières, d'Épinal et de plusieurs centaines de collectivités du Grand Est : www.xmarchés.fr

Certaines collectivités disposent de leur propre profil acheteur :

- Chaumont : www.ville-chaumont.fr/Vie-municipale/Marches-publics
- Châlons-en-Champagne : chalons-agglo.marches-publics.info
- Métropole du Grand Nancy : marchespublics.grand-nancy.org
- Ville et Métropole de Metz : www.metzmetropole.fr/comprendre-participer/administration/marches-publics-168.html
- Grand Reims : marches.grandreims.fr
- Verdun : webmarche.adullact.org
- Conseil départemental de Moselle : marchespublics.moselle.fr
- Ville de Colmar : www.colmar.fr/marches-publics
- Ville et Agglomération de Bar-le-Duc : www.barleduc.fr/mon-quotidien/economie-emploi/marches-publics.html

DE NOMBREUX AUTRES ACHETEURS PUBLICS (ÉTABLISSEMENTS DE SANTÉ, CENTRALES D'ACHATS, BAILLEURS SOCIAUX, OPÉRATEURS DE RÉSEAUX...) EXISTENT ET PUBLIENT LEURS MARCHÉS SUR D'AUTRES PROFILS ACHETEURS : RENSEIGNEZ-VOUS AUPRÈS D'EUX !

NOUVEAU

Vous pouvez également retrouver l'ensemble des marchés des collectivités du Grand Est à cette adresse : www.apoge.org

À RETENIR

La composition du dossier de réponse

LA CANDIDATURE

∨

FORMULAIRE
 DÉCLARATION
 DU CANDIDAT

DC1, DC2, DC4

OU



+

AUTRES PIÈCES
 (attestation sur l'honneur,
 assurances...)

L'OFFRE

∨

Mémoire
 technique
 Planning
 Équipe mobilisée

Acte
 d'engagement
 DPGF
 BPU
 DQE

Offre
 technique

Offre
 financière

DOSSIER
 CANDIDATURE

DOSSIER
 OFFRE

MA RÉPONSE
 AU MARCHÉ

ATTENTION : lisez avec attention le règlement de consultation qui détaille la liste des pièces demandées au titre de la candidature et de l'offre.

04

**Je dépose
ma réponse
(dématérialisée)**

Témoignage

« Le passage à la dématérialisation a été un réel plus pour l'entreprise en termes de gain de temps et d'efficacité. Le travail de préparation en amont reste le même dans la constitution du dossier, mais le fait de pouvoir déposer le dossier via internet depuis le bureau est très confortable et rassurant, malgré des heures limites de dépôt parfois farfelues. Pour le moment nous conservons toujours une archive papier du dossier de réponse. Les profils acheteurs sont généralement assez ergonomiques et bien organisés même pour un utilisateur débutant. Une fois la procédure assimilée, car il y en a une, il est d'autant plus facile d'y déposer les offres en toute tranquillité. L'accusé de réception de dépôt rassure sur la réussite et la sécurité de la transmission et permet de vérifier que toutes les pièces ont bien été déposées. »

BECK COUVERTURE - Schiltigheim

Répondre à un marché public s'apparente souvent à une course contre la montre pour les entreprises.

En vertu du principe d'égalité de traitement des candidats, toute offre reçue au-delà de la date limite de la remise des offres (DLRO) est rejetée par l'acheteur public sans aucune possibilité de régularisation.

Le maître mot dans cette ultime étape du cycle de réponse est d'anticiper ! Depuis le 1^{er} octobre 2018, les marchés publics sont passés de manière dématérialisée. Tous les marchés d'un montant supérieur à 40 000 € HT sont concernés depuis le 1^{er} janvier 2020. La réponse par voie dématérialisée ne change en rien les règles de la commande publique, il faut toujours scrupuleusement respecter ce qui est demandé dans le règlement de consultation.

Les réponses envoyées en format papier sont irrecevables.

Le profil acheteur

Chaque acheteur public a pour obligation de publier ses marchés sur une plateforme internet dédiée appelée « profil acheteur ». Elle doit être accessible gratuitement et proposer les fonctionnalités suivantes :

- publication et consultation des avis de marchés ;
- Mise à disposition des dossiers de consultation des entreprises (téléchargement DCE) ;
- dépôt des candidatures et des offres ;
- questions/réponses avec les acheteurs ;
- Messagerie sécurisée pour la notification des marchés ;
- Publication des données essentielles des marchés publics (données sur les attributions de marchés).

D'autres fonctionnalités sont aussi proposées sur les profils acheteurs comme l'accès à un coffre-fort électronique permettant aux entreprises d'y stocker des documents, l'accès à un système d'alerte mail pour s'informer des consultations en cours, ou encore la possibilité de signer électroniquement des documents ou de vérifier la validité d'un certificat de signature électronique.



Testez les configurations informatiques de vos postes de travail via les outils que proposent les plateformes de dématérialisation.

Entraînez-vous à déposer des offres via les outils de simulation proposés sur les profils acheteurs.

Nommage, taille et format des fichiers à transmettre

La réponse étant désormais constituée de fichiers informatiques, il faut veiller au format et à la taille des fichiers transmis...

- Il faut privilégier l'utilisation de format de fichiers courant type pdf, Word ou Excel.
- Il faut que les fichiers transmis ne soient pas trop volumineux, notamment lorsque les documents contiennent des images.
- Le nommage des fichiers doit être clair pour permettre à l'acheteur lors de l'ouverture des plis électroniques d'identifier précisément le contenu des fichiers.

Certains acheteurs peuvent préciser des règles de nommage, limiter la taille des fichiers ou imposer des formats de fichiers dans le règlement de consultation.



Faites attention à transmettre la dernière version du fichier surtout si plusieurs collaborateurs ont travaillé sur le même document.

La signature électronique

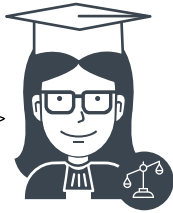
Un certificat de signature électronique est l'équivalent numérique d'une signature manuscrite. Il sert à garantir l'identité du signataire et l'intégrité du document signé. Il est nominatif et engage le signataire. Il est délivré à une personne physique et non à une entreprise et se présente généralement sous la forme d'une clé USB.

Bien que l'utilisation de la signature électronique ne soit pas imposée par le Code de la commande publique pour le moment, elle est fortement recommandée pour ne pas rompre la chaîne de la dématérialisation. Aussi est-il conseillé aux opérateurs économiques de s'équiper en certificat de signature électronique et de se former à son utilisation.

ACQUÉRIR UN CERTIFICAT

L'acquisition d'un certificat de signature électronique se fait auprès d'une autorité de certification et nécessite un face-à-face pour une vérification d'identité de son détenteur. Vous pouvez vous procurer une signature électronique auprès d'une autorité de certification qualifiée disponible ici : www.lsti-certification.fr/index.php/fr/services/certificat-electronique

L'obligation de signature (manuscrite ou électronique) demeure pour la conclusion du marché matérialisant ainsi l'engagement contractuel des deux parties.



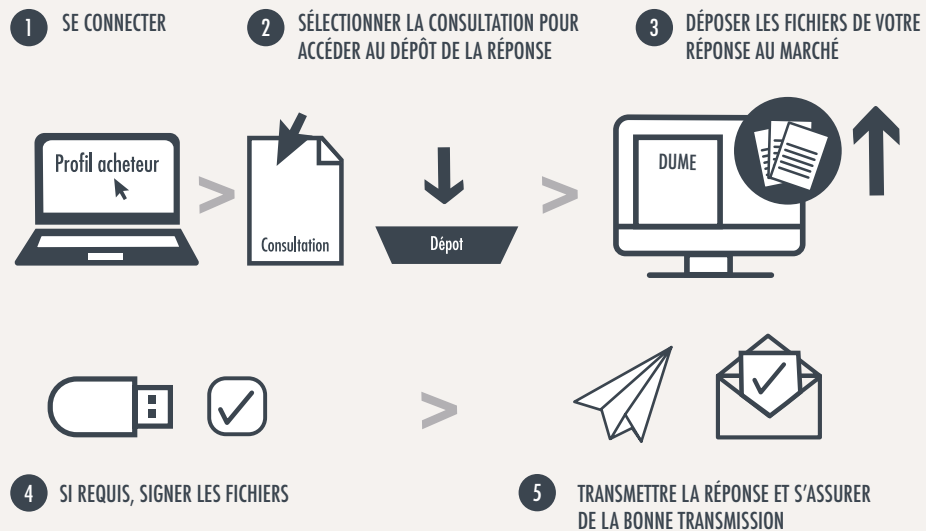
Copie de sauvegarde

L'opérateur économique est autorisé à transmettre une copie de sauvegarde de son offre s'il le souhaite. Elle devra être déposée en format papier ou numérique (CD ou clé USB) avant la date limite de dépôt des offres par voie postale ou remise contre récépissé.

Elle ne sera ouverte par l'acheteur que dans le cas où l'offre dématérialisée ne peut pas être utilisée (ex. : fichier infecté par un virus...).

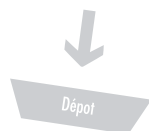


La procédure de réponse électronique



En cas d'oubli d'une pièce ou de transmission d'un mauvais fichier, l'entreprise peut procéder à un nouveau dépôt avant la date limite de remise des offres (attention : dans ce cas il faut redéposer l'ensemble des pièces de la réponse).

C'est le dernier dépôt qui sera pris en compte par l'acheteur.



À RETENIR

Les étapes pour déposer son offre



05

Je suis retenu,
ou pas

Témoignage

« À l'issue du classement des offres, nous envoyons un courrier d'information à chaque candidat, qu'il soit retenu ou non, et quelle que soit la procédure. Nous informons systématiquement les candidats évincés des éléments essentiels de l'analyse : leurs notes et classement obtenus, mais aussi le nom, la note et le montant de l'offre retenue. Nous avons volontairement fait le choix d'une plus grande transparence à cette étape de la procédure afin que les candidats puissent améliorer leurs offres futures. Nous restons bien entendu à leur disposition afin de leur fournir des informations complémentaires tout en suivant les instructions de la commission d'accès aux documents administratifs (CADA). L'attributaire reçoit un courrier l'informant que son offre a été retenue ainsi que la liste des documents à fournir afin de procéder à la signature du marché dans les délais impartis. Depuis le 1^{er} octobre 2018, nos procédures sont quasiment toutes dématérialisées et ces échanges se font via notre profil acheteur. Cela représente un gain de temps, de papier et une meilleure traçabilité des échanges. »

Communauté de communes
Sauer-Pechelbronn

www.sauer-pechelbronn.fr

Pour attribuer le marché l'acheteur public doit évaluer les offres qu'il a reçues.

le prix de manière satisfaisante, l'acheteur rejette l'offre.

La recevabilité des offres Les critères d'attribution

Si l'offre envoyée à l'acheteur est recevable, elle sera analysée, sinon elle sera déclarée :

- **irrégulière** si elle ne respecte pas les exigences formulées dans les documents de la consultation, notamment parce qu'elle est incomplète, ou si elle méconnaît la législation applicable notamment en matière sociale et environnementale ;
- **inacceptable** si son prix excède les crédits budgétaires alloués au marché public tels qu'ils ont été déterminés et établis avant le lancement de la procédure ;
- **inappropriée** si elle est sans rapport avec le marché public parce qu'elle n'est manifestement pas en mesure, sans modification substantielle, de répondre au besoin et aux exigences de l'acheteur formulés dans les documents de la consultation.

L'acheteur doit choisir l'offre économiquement la plus avantageuse en utilisant des critères permettant d'évaluer les offres des candidats. Ces critères doivent être :

- objectifs ;
- précis ;
- liés à l'objet du marché ;
- non discriminatoires.

L'acheteur doit utiliser plusieurs critères pour évaluer les offres sauf dans le cas d'achat de produits simples ou standards. Dans ce cas uniquement, un seul critère peut être utilisé.

Le candidat doit être informé des critères utilisés par l'acheteur pour évaluer son offre. Ils sont indiqués dans le règlement de consultation ou parfois dans l'avis de marché.



Une offre ou une candidature reçue hors délai ne peut jamais être régularisée en vertu du principe d'égalité de traitement des candidats.

L'acheteur ne peut pas fixer de critères à la nationalité du candidat ou liés à sa localisation.



L'acheteur peut également déclarer une « offre anormalement basse » (OAB) si le prix proposé par le candidat est manifestement sous-évalué et ne semble pas permettre la bonne exécution du marché.

Dans ce cas, l'acheteur doit demander au soumissionnaire de justifier le prix proposé. Si l'argumentaire fourni par l'entreprise ne permet pas de justifier

Le rapport d'analyse

L'analyse des offres est réalisée par les services en charge des achats. Elle donne lieu à un rapport d'analyse expliquant le classement des offres.

L'attribution du marché est du ressort de l'autorité compétente de l'acheteur public (commission d'appel d'offres...).

L'information aux candidats

Selon le principe de transparence, l'acheteur doit informer les candidats et les soumissionnaires du choix de l'attributaire. Pour les procédures dématérialisées cette notification doit se faire par voie électronique idéalement en utilisant le profil acheteur.

La notification se fait par voie postale avec accusé de réception pour les procédures non dématérialisées.

Les candidats non retenus

En procédure adaptée, l'acheteur notifie à chaque candidat concerné le rejet de son offre.

Il communique à ceux qui en font une demande écrite les motifs du rejet de leur offre dans un délai de 15 jours en les informant des caractéristiques et avantages de l'offre retenue ainsi que du nom de l'attributaire du marché public.

Pour les marchés formalisés, l'acheteur notifie à chaque candidat le rejet de son offre en lui indiquant les motifs de ce rejet. Il précise, en outre, le nom de l'attributaire et les motifs qui ont conduit au choix de son offre ainsi que la date prévue de signature du marché. À la demande de tout soumissionnaire non rejeté au motif d'une offre irrégulière, inacceptable ou inappropriée, l'acheteur communique dans les 15 jours suivant cette demande :

- les informations relatives au déroulement et à l'avancement des négociations ou du dialogue, lorsqu'ils ne sont pas encore achevés ;
- les caractéristiques et les avantages de l'offre retenue.

Les candidats retenus : la signature du marché et la notification du marché

LE DÉLAI DE STANSTILL

En procédure formalisée un délai de suspension est prévu entre la date de notification et la signature du marché pour permettre aux candidats évincés d'exercer le référé précontractuel. Ce délai n'existe pas pour les procédures adaptées.

LA SIGNATURE DU MARCHÉ

Le marché peut être signé de manière manuscrite ou électronique selon les indications du RC. Il faut néanmoins que les deux parties utilisent le même moyen de signature.

Le contrat ou l'acte d'engagement ainsi signé devient l'exemplaire original du marché.

C'est à la date de signature que l'attributaire devient titulaire du marché. Les deux parties sont désormais liées par des obligations contractuelles.

LA NOTIFICATION DU MARCHÉ

La notification intervient après la signature du contrat. Elle correspond à l'envoi au titulaire des pièces du marché signées.

La date de notification du marché est celle correspondant à la réception des pièces par le titulaire.

Le marché entre en vigueur à la date de notification sauf disposition contraire du marché.

LA CONSULTATION

Déroulé de la procédure d'achat, une fois le besoin établi

●
Avis de marché



Réception des offres



Analyse

Évaluation des capacités techniques professionnelles et financières.
Vérification de l'absence d'interdiction de soumissionner aux marchés publics.
Évaluation de l'offre technique et financière.



Classement des offres

Interrogation éventuelle des candidats pour complément d'informations.

Choix de l'offre la plus avantageuse sur le plan économique.



Attribution du marché

À l'opérateur économique retenu.

Information aux candidats non retenus du rejet de leur offre.



Signature du marché et notification

Les recours

Les candidats non retenus disposent de moyens de recours devant le juge administratif qu'il est recommandé de saisir via un avocat.

Le référé précontractuel

En procédure formalisée, un opérateur économique dont l'offre a été rejetée peut déposer un référé précontractuel en raison d'un manquement aux obligations de publicité et de mise en concurrence (par exemple choix de la procédure, obligation de publication, motifs de rejet, information des candidats évincés...).

Le référé doit être déposé avant la signature du contrat. Pour que l'acheteur ne neutralise pas cette voie de recours, un délai de *standstill* est fixé entre la date d'attribution et celle de la signature du contrat. Il est fixé à 11 jours si la notification de rejet a été faite par voie électronique et à 16 jours dans les autres cas. Le dépôt d'un référé précontractuel suspend la procédure de marché public.

Le référé contractuel

Le référé contractuel diffère du référé précontractuel en raison de son champ d'application plus limité. Il répond à :

- un manquement aux règles de publicité ou de mise en concurrence ;
- un manquement au délai d'attente (*standstill*) ;
- la non-suspension de la signature du contrat suite à un référé précontractuel.

Il doit être déposé au plus tard le 31^e jour suivant la publication de l'avis d'attribution (ce délai passe à 6 mois à défaut de publication d'avis). Le juge peut suspendre l'exécution du contrat suite à un référé contractuel.

Les litiges en cours de marché

La médiation des entreprises

En cas de différend lié à l'exécution d'un marché (ex. : retenues injustifiées, pénalités abusives...) entre un opérateur économique et un acheteur public, le médiateur des entreprises peut être saisi. Son rôle est de leur permettre de négocier pour trouver une solution à leur différend. À l'issue de la médiation un protocole d'accord est rédigé et signé par les deux parties.
Pour saisir le médiateur : www.mieist.finances.gouv.fr

Les comités consultatifs de règlement amiable des différends relatifs aux marchés publics (ccra)

Ce sont des organismes consultatifs de conciliation qui peuvent être saisis lors d'un différend lié à l'exécution d'un marché. Les CCRA émettent des avis, que les acheteurs sont libres de suivre ou non. Si l'acheteur ne suit pas l'avis du comité, le juge administratif peut être saisi.
Pour saisir un CCRA : www.economie.gouv.fr/daj/reglement-amiable-des-differends

06

J'exécute le marché et je facture

Témoignage

« En phase d'exécution, les maîtres mots sont : rigueur, communication et réactivité. Quelle que soit la manière dont s'exécute le marché, quels que soient les imprévus, si la société titulaire du marché se conforme avec rigueur aux attentes de l'acheteur public, si elle communique régulièrement et avec loyauté avec ses interlocuteurs de la collectivité, cette société conservera la confiance que l'acheteur a placée en elle. À l'inverse, en l'absence de réactivité en cas de problème ou si la communication est difficile, la confiance sera difficile à rétablir et l'image de la société en sera ternie. Quant au sujet des délais de paiement qui inquiètent parfois les entreprises, il ne faut pas oublier que le fournisseur est le premier maillon de la chaîne. Si la facture ne comporte pas les informations demandées par le marché, elle risque d'être rejetée et le délai de traitement et de paiement s'allongera inévitablement. Sur ce sujet purement formel la rigueur est également primordiale et toute forme de communication est préférable à l'envoi de doublons ou au blocage des commandes (qui n'empêchera pas l'application des pénalités de retard, le cas échéant). »

SDEA - Schiltigheim

www.sdea.fr

Les obligations du titulaire

Par la signature du contrat et des pièces du marché le titulaire s'est engagé à exécuter le marché conformément aux conditions stipulées dans le cahier des charges et dans les autres documents du marché. Il doit respecter les spécifications techniques et les délais inscrits dans le marché.

Le délai d'exécution court dans la plupart des cas à partir de la date de notification, mais il peut arriver que l'acheteur prévoie l'émission d'un ordre de service pour commencer à exécuter le marché.



Si l'exécution du marché démarre sans ordre de service alors qu'il est imposé, le point de départ du délai est soit la date de commencement effectif des prestations soit la date proposée par le titulaire.

Les obligations de l'acheteur

L'acheteur doit lui aussi respecter ses engagements contractuels dont celui de procéder au paiement du titulaire. Il doit aussi tout mettre en œuvre pour que le titulaire soit dans de bonnes conditions pour exécuter le marché. Il exerce un pouvoir de contrôle de l'exécution du contrat (respect des conditions d'exécution du marché par le titulaire, respect des obligations de sécurité, contrôle technique des prestations...).

Il a aussi le pouvoir de direction du marché en tant que maître d'ouvrage.

LES ORDRES DE SERVICES

Un ordre de service est un acte d'exécution émis par le donneur d'ordre à l'attention du titulaire. Il a un caractère obligatoire, son non-respect est une faute du titulaire qui engage sa responsabilité. Un ordre de service peut concerner le démarrage du marché, l'exécution de prestations, la fixation d'une date de livraison...

La réception des prestations

La fin de l'exécution des prestations donne lieu à la rédaction d'un procès-verbal de réception. Il consigne les opérations de vérifications prévues par les pièces du marché et doit être signé par les deux parties.

La réception définitive sans réserve met fin aux engagements contractuels des deux parties et permet l'établissement du paiement du solde du marché.

Si la réception est prononcée avec des réserves, il incombe au titulaire de corriger les réserves.

L'acheteur dresse ensuite un procès-verbal de levée de réserves.

LES PÉNALITÉS DE RETARD

En cas de retard imputable au titulaire dans la livraison de la prestation, l'acheteur public doit appliquer les pénalités qui sont prévues par le marché. Elles sont retenues sur les paiements des factures ou des acomptes.

Le paiement du marché

En matière de marchés publics, lorsque l'acheteur est soumis à la comptabilité publique, deux autorités indépendantes interviennent dans le paiement.

D'une part l'acheteur public, à l'origine de la dépense, qui l'engage, la vérifie (attestation de service fait) et ordonne (mandate) son paiement. C'est l'ordonnateur.

D'autre part le comptable public, qui a pour mission de contrôler la phase administrative, notamment la justification du service fait, et de procéder au paiement. Les délais de paiement sont de 30 jours sauf pour les hôpitaux (50 jours) et les entreprises publiques (60 jours).

LES INTÉRÊTS MORATOIRES

Le Code de la commande publique prévoit le versement d'intérêts moratoires dès le premier jour de retard de paiement. Ces intérêts sont dus de plein droit et sont normalement appliqués d'office par l'acheteur.

Les avances et les acomptes

Les avances

L'avance est le versement d'une partie du montant d'un marché avant l'exécution de ses prestations. Elle constitue une dérogation à la règle du « service fait ».

L'avance facilite l'exécution des marchés et assure l'égalité d'accès des entreprises à la commande publique. Des avances obligatoires sont versées aux PME titulaires de marchés de plus de 50 000 € HT et dont la durée d'exécution est supérieure à 2 mois.

Le montant de l'avance dépend de la durée du marché et de son caractère reconductible ou non.

L'acheteur a la faculté de prévoir le versement d'une avance non obligatoire. Le taux et les modalités de versement de l'avance sont alors précisés dans les pièces du marché.



Depuis le 1^{er} janvier 2020, le taux minimal de l'avance pour les marchés passés avec les PME est fixé à 20 % du montant du marché pour l'État et à 10 % pour les autres acheteurs.

Les acomptes

Dès que le titulaire commence à exécuter le marché, il prétend au versement d'un acompte.

Le versement d'un acompte répond à la présentation d'un décompte et doit correspondre à des prestations réellement réalisées.

Pour les PME, la périodicité de versement d'un acompte est fixée à 3 mois au maximum.

Ce délai est ramené à 1 mois pour les marchés de travaux dont le paiement se base sur la présentation d'un décompte mensuel à partir duquel est établi un état d'acompte mensuel.

Le sous-traitant admis au paiement direct bénéficie des mêmes conditions de versement d'avances et d'acomptes que le titulaire du marché.



LA RUBRIQUE CONSEILS

FAITES-VOUS CONNAÎTRE

N'hésitez pas à rencontrer les acheteurs publics pour faire connaître votre entreprise et votre savoir-faire. Ciblez le bon interlocuteur : quels sont les acteurs publics concernés par votre solution ? Avec qui dialoguer au sein de la collectivité ?

INFORMEZ-VOUS DE LA PUBLICATION DES MARCHÉS

Organisez une veille sur les marchés pour être informé rapidement de la publication d'une opportunité qui peut vous intéresser.

SÉLECTIONNEZ ATTENTIVEMENT LES APPELS D'OFFRES AUXQUELS VOUS RÉPONDEZ

Rien ne sert de répondre à tous les marchés, vous répondez à un marché pour le remporter. Concentrez-vous sur ceux que vous pouvez gagner.

CONSTRUISEZ UNE OFFRE SOLIDE SANS EN FAIRE DE TROP

Ne surchargez pas votre dossier d'informations inutiles ou que l'acheteur n'a pas demandées. Chaque offre est différente et doit s'adapter aux exigences de l'acheteur : personnalisez vos réponses !

RÉPONDEZ AU BESOIN

Assurez-vous d'avoir compris le besoin de l'acheteur et répondez-y point par point en expliquant l'intérêt de votre solution.

ADAPTEZ VOS DOCUMENTS AU FORMAT ÉLECTRONIQUE

Veillez à la taille des fichiers, facilitez leur lecture de vos fichiers en utilisant des liens dans vos documents et faites attention

à leur nommage. Choisissez une mise en page agréable, illustrez vos propos par des photos ou des schémas.

CONCENTREZ-VOUS SUR LES CRITÈRES D'ÉVALUATION

Gardez à l'esprit que l'acheteur doit noter votre offre selon des critères qu'il a fixés dans le RC : adaptez votre réponse à ces critères !

PROPOSEZ UN PRIX JUSTE

Évaluez au mieux vos offres : un prix trop bas ou trop élevé non justifié peut vous exclure de la compétition.

RÉPONDEZ À TEMPS

Organisez-vous pour répondre dans les délais fixés et anticipez votre réponse afin d'éviter des problèmes informatiques. Il n'y a pas de rattrapage possible si votre offre arrive après la date limite de remise des offres.

APPRENEZ DE VOS ERREURS ET DE VOS SUCCÈS

Demandez à l'acheteur de vous expliquer les raisons de vos échecs pour améliorer vos réponses. Tirez aussi les conclusions de vos succès pour valider vos bonnes pratiques.

NE NÉGLIGEZ PAS L'EXÉCUTION DU MARCHÉ

Portez une attention particulière à respecter les conditions d'exécution du marché. Un marché bien réalisé met votre client en confiance pour l'avenir.

GRILLE D'AIDE À LA DÉCISION DE RÉPONDRE À UN MARCHÉ

Mon entreprise est-elle en mesure de répondre aux exigences du marché ?



LES CARACTÉRISTIQUES DU MARCHÉ		LES CARACTÉRISTIQUES DE MON ENTREPRISE
L'objet du marché	<input checked="" type="checkbox"/>	Mon activité
Les capacités financières requises	<input type="checkbox"/>	Mon chiffre d'affaires
Les capacités techniques requises	<input type="checkbox"/>	Mes équipements et matériels
Les capacités professionnelles requises	<input type="checkbox"/>	Mon équipe
L'expérience/ Les marchés similaires	<input type="checkbox"/>	Mes références
Le lieu d'exécution	<input type="checkbox"/>	Ma localisation géographique
La taille ou le volume du marché	<input type="checkbox"/>	Mes capacités de production
Les spécifications techniques requises	<input type="checkbox"/>	Mes savoir-faire
La durée et le délai d'exécution	<input type="checkbox"/>	Mon planning d'activité
Les modalités de paiement	<input type="checkbox"/>	Ma capacité de financement
Les pénalités de retard	<input type="checkbox"/>	Mon acceptation du risque
Les clauses environnementales	<input type="checkbox"/>	Ma politique environnementale
Les clauses d'insertion	<input type="checkbox"/>	Ma politique ressources humaines

Si vous ne remplissez pas les critères à 100 %, pas de panique : vous pouvez renforcer vos capacités en répondant en cotraitance ou en sous-traitance !

LE GLOSSAIRE

AAPC (Avis d'Appel Public à la Concurrence) ou avis de marché

Avis publié par l'acheteur public pour informer les candidats potentiels de la passation d'un marché. Il marque le lancement de la mise en concurrence. Il peut revêtir la forme électronique.

ATTR11 (Acte d'engagement)

Le formulaire ATTR11 est un modèle d'acte d'engagement qui peut être utilisé par les acheteurs pour formaliser la conclusion du marché ou de l'accord-cadre.

BOAMP (Bulletin Officiel des Annonces des Marchés Publics)

Édition du Journal officiel dédiée à la publication des avis d'appel public à la concurrence. (www.boamp.fr/)

BPU (Bordereau de Prix Unitaires)

Le BPU est un document contractuel précisant les prix unitaires applicables dans le cadre du marché. Le BPU est principalement utilisé dans les marchés à bons de commandes. Le BPU fait partie du dossier de consultation ; il est porté en annexe de l'acte d'engagement.

CCAG (Cahier des Clauses Administratives Générales)

Document contenant des dispositions contractuelles d'ordre juridique et financier applicables à toutes les prestations d'une même nature ou d'un même secteur d'activité. Il décrit les conditions administratives générales d'exécution des prestations. Ce document est rarement fourni dans le dossier de consultation des entreprises, il est consultable sur internet. (www.economie.gouv.fr/daj/cahiers-clauses-administratives-generales-et-techniques)

CCAP (Cahier des Clauses Administratives Particulières)

Document contractuel d'un marché public qui est fourni dans le DCE et qui décrit les conditions administratives particulières d'exécution des prestations, les conditions de règlement (avances, acomptes, délai de paiement, obligations d'assurances, responsabilité et garanties exigées par l'acheteur public...), les conditions de vérification des prestations et de présentation des sous-traitants.

CCTG (Cahier des Clauses Techniques Générales)

Document contractuel d'un marché public, si ce dernier y fait référence expressément. **Exemple** : dans le cadre d'un marché de travaux, les documents techniques unifiés (DTU) pris par décret ou arrêté du ministre concerné figurent dans le CCTG. Ce document n'est jamais fourni dans le dossier de consultation des entreprises, il est consultable sur internet. (www.economie.gouv.fr/daj/cahiers-clauses-administratives-generales-et-techniques)

CCTP (Cahier des Clauses Techniques Particulières)

Document contractuel d'un marché public qui est fourni dans le DCE et qui décrit les conditions techniques particulières d'exécution des prestations, à signer par l'acheteur public et le cocontractant. Il est communément appelé cahier des charges.

Certificat de signature électronique

C'est l'équivalent numérique d'une signature manuscrite. Il authentifie l'identité du signataire et garantit l'intégrité des documents échangés. Il est délivré par une autorité de certification.

Chorus Pro

C'est la plateforme unique qui permet aux fournisseurs de déposer leurs factures électroniques auprès de leurs clients publics. L'accès est gratuit pour les entreprises. Elle permet notamment le dépôt des situations mensuelles dans le cadre des marchés de travaux. (www.chorus-pro.gouv.fr)

DCE (Dossier de Consultation des Entreprises)

Ensemble des documents élaborés par l'acheteur public, destiné aux entreprises intéressées par le marché. Il regroupe les éléments utiles pour l'élaboration de leurs candidatures et de leurs offres. Il comporte les pièces nécessaires à la consultation des candidats à un marché (règlement de consultation, acte d'engagement, CCAP, CCTP...).

Dialogue compétitif

Le dialogue compétitif peut être utilisé (pour des motifs d'ordre technique ou financier) lorsque l'acheteur public définit un programme fonctionnel détaillé, sous la forme d'exigences de résultats vérifiables à atteindre ou de besoins à satisfaire. Contrairement à l'appel d'offres, le dialogue compétitif permet une discussion entre l'acheteur public et les candidats qui auront été préalablement sélectionnés.

Données essentielles

Les acheteurs publics doivent publier, sur leur profil acheteur, les données essentielles liées à l'attribution de leurs marchés publics. Cette obligation porte sur les marchés supérieurs à 40 000 € HT. La liste des données essentielles : www.data.gouv.fr/fr/posts/le-point-sur-les-donnees-essentielles-de-la-commande-publique/

DPGF (Décomposition des Prix Globaux et Forfaitaires)

La DPGF est le document décomposant les éléments du prix forfaitaire de la prestation à réaliser, définissant les quantités et les éléments à chiffrer par les entreprises. La DPGF est une pièce constitutive du dossier de consultation, par principe non contractuelle, sauf mention expresse contraire du marché.

DUME (Document unique de Marché Européen)

C'est un formulaire électronique qui permet aux soumissionnaires de présenter leur candidature à un marché public. Harmonisé et élaboré sur la base d'un formulaire type réalisé par la Commission européenne, il est aussi utilisé par les acheteurs publics d'autres États européens. Il est accessible sur les profils acheteurs ou sur la plateforme Chorus Pro (dume.chorus-pro.gouv.fr/#/)

Formulaires de déclaration de candidat (DC1, DC2, DC4...)

Les formulaires DC sont des modèles de documents qui peuvent être utilisés par les candidats aux marchés publics pour présenter leur candidature.

JAL (Journal d'Annonces Légales)

Les journaux d'annonces légales sont un support de publication des marchés publics. La liste des journaux susceptibles de recevoir les annonces légales est publiée par arrêté préfectoral.

JOUE (Journal Officiel de l'Union européenne)

Publication habilitée à recevoir des annonces légales pour les publicités européennes. (ted.europa.eu/)

MAPA (Marché à Procédure Adaptée)

Procédure de passation librement adaptée par le pouvoir adjudicateur pour la passation de ses marchés dont le montant est inférieur à des seuils définis par le Code des Marchés publics, la seule obligation étant une publication dans un journal d'annonces légales au-delà de 90 000 € HT.

Mémoire technique

Le mémoire technique (ou note méthodologique, proposition technique...) est un document demandé au candidat par l'acheteur public. Il est destiné à expliquer les points techniques et organisationnels des travaux ou de la prestation, objet du marché. C'est le principal document destiné à noter la valeur technique de l'offre.

OAB (Offre Anormalement Basse)

Une offre est anormalement basse si le prix proposé ne semble pas permettre une complète réalisation de la prestation.

Profil acheteur

Le profil acheteur est une « plateforme internet » qui permet à l'acheteur de publier les avis de marchés et les dossiers de consultation des entreprises (DCE), de recevoir les candidatures et les offres électroniques, de gérer les questions/réponses entre l'acheteur et les candidats et de notifier les marchés.

RC (Règlement de Consultation)

C'est le document du dossier de consultation qui fixe les règles de la mise en concurrence. Le RC n'est pas obligatoire si tous les éléments qu'il doit contenir figurent dans l'avis d'appel public à la concurrence (AAPC).

BIBLIOTHÈQUE DE LIENS

TEXTES DE RÉFÉRENCE

Code de la Commande Publique (CCP)
www.legifrance.gouv.fr/initRechCodeArticle.do

Directives de l'Union européenne sur les marchés publics
www.economie.gouv.fr/daj/textes-europeens-et-internationaux

RESSOURCES CONCERNANT LES RÈGLES DE MARCHÉS PUBLICS

Ministre de l'Économie et des Finances et ministre de l'Action et des Comptes publics DAJ (Direction des Affaires Juridiques)
www.economie.gouv.fr/daj/commande-publique

DAJ (Direction des Affaires Juridiques) — Les guides
www.economie.gouv.fr/daj/conseil-acheteurs-guides

L'actualité des achats de l'État : Direction des Achats de l'État (DAE)
www.economie.gouv.fr/dae

Direction des Achats de l'État (DAE) — Guide de l'achat innovant
www.economie.gouv.fr/files/2020-08/guide-pratique-achat-public-innovant.pdf

DONNÉES ÉCONOMIQUES SUR L'ACHAT PUBLIC

OECP (Observatoire Économique de la Commande Publique)
www.economie.gouv.fr/daj/observatoire-economique-commande-publique

RESSOURCES SUR LA DÉMATÉRIALISATION DES MARCHÉS PUBLICS

AIFE
aife.economie.gouv.fr/

Open data :
www.data.gouv.fr/fr/datasets/referentiel-de-donnees-marches-publics/

Signature électronique :

LSTI — Annuaire des autorités de certification de signature électronique
www.lsti-certification.fr/index.php/fr/services/certificat-electronique

RESSOURCES CONCERNANT LE DÉPÔT DE FACTURES SUR CHORUS PRO

Chorus Pro
chorus-pro.gouv.fr/

Communauté Chorus Pro
communaute.chorus-pro.gouv.fr/

En cas de litiges, pensez à la médiation

Médiateur des entreprises
www.economie.gouv.fr/mediateur-des-entreprises

Médiateur des entreprises — Guides
www.economie.gouv.fr/files/files/directions_services/mediateur-des-entreprises/PDF/bro-osez-media-entre-2018-web-bat-planche.pdf

www.economie.gouv.fr/files/files/directions_services/mediateur-des-%20entreprises/GuideMarchesPublicsWEB.pdf

CONTACTS

COMMANDE PUBLIQUE GRAND EST

Stéphane Pastor - 03 89 29 81 65
s.pastor@grandenov.plus

Martí Berenguer - 03 89 29 81 87
m.berenguer@grandenov.plus

commandepublique-grandest.fr

Points info Commande Publique du
Réseau Commande Publique Alsace



Cécilia Kieffer - 03 88 19 79 34
ckieffer@cm-alsace.fr



Geneviève Siat-Ganière - 03 88 76 42 20
g.ganiere@alsace.cci.fr



Valérie Paillusson - 03 88 19 17 79
valerie.paillusson@grandest.chambagri.fr

rcp-alsace.eu

COMMANDE PUBLIQUE GRAND EST



GRAND E·NOV+

AGENCE D'INNOVATION &
DE PROSPECTION INTERNATIONALE

RÉALISÉ AVEC LE SOUTIEN FINANCIER DE LA RÉGION GRAND EST

