

MARCHÉS PUBLICS



Oser, cibler et répondre avec efficacité



TPE - PME

Les marchés publics ne doivent plus faire peur !

Selon les données recensées par l'Observatoire économique de l'achat public, le montant des marchés publics était de 75,5 milliards d'euros en 2012 ! Malheureusement ces marchés font les frais d'une image négative auprès des TPE/PME qui ne bénéficient pas de cette manne....

Réputés pour leur complexité, les marchés publics sont en réalité accessibles à toutes les entreprises, quelle que soit leur taille ou leur secteur d'activité. Ils constituent un levier intéressant pour développer votre chiffre d'affaires.

Accéder aux marchés publics n'est pourtant pas compliqué. Dans le contexte de crise actuel et pour vous aider dans vos démarches, la CCI de Perpignan et des Pyrénées-Orientales* se mobilise pour vous faciliter l'accès à la commande publique.

Ce guide vous présente la marche à suivre et la liste des principaux acheteurs publics du département des Pyrénées-Orientales. Avec ce support, la CCI souhaite partager avec vous les informations collectées.

Grâce à ce guide, le marché de la commande publique devrait vous permettre de consolider ou de développer votre activité.

Nous vous souhaitons un bon usage de cet ouvrage.

() Au plan national, CCI France est membre du dispositif réseau de la commande publique, espace de référence pour l'accès des TPE/PME à la commande publique.*



Jean-Pierre Navarro,
Président de la CCI de Perpignan
et des Pyrénées-Orientales

Sommaire

1. Osez les marchés publics : idées reçues et vrais enjeux.....	4
2. Les fondamentaux : ce qu'il faut savoir avant de se lancer	6
3. Trouvez et ciblez les marchés pour votre entreprise	10
4. Comment décoder le dossier de consultation (DCE)	12
5. Optimisez votre réponse : méthode, organisation	16
6. Stratégies d'alliances	20
7. Comment l'acheteur choisit ses fournisseurs.....	22
8. Optimisez l'exécution du marché	24
Outils : Glossaire, sigles	28
Principaux acheteurs publics des Pyrénées-Orientales.....	30
Sites utiles	31



**Osez les marchés publics :
idées reçues et vrais enjeux.**



Les idées reçues

Les marchés publics, c'est trop compliqué

Accéder aux marchés publics est à la portée de toutes les entreprises. Le principe même du code des marchés publics est de favoriser la liberté d'accès, l'égalité des chances, la transparence. Il suffit de prendre le temps et de se donner les moyens.

Ils sont réservés aux grands groupes

Les marchés inférieurs à 134 k€ HT s'adressent aussi aux TPE car les procédures sont plus simples et chaque entreprise choisit le marché ou le lot qui lui convient (en fonction du lieu d'exécution, du personnel, du matériel, du délai nécessaires...). De plus, il est possible de nouer des alliances et répondre en se regroupant (voir chapitre 6).

Il faut avoir de l'expérience et une grande expertise

Les marchés inférieurs à 15k€ sont accessibles à tous, sur simple référencement auprès des acheteurs publics, même pour une entreprise individuelle nouvellement créée, sans personnel expert en marchés publics.

Mon secteur d'activité n'est pas concerné

Tous les achats de biens et services courants ou spécifiques mais aussi les travaux peuvent faire l'objet d'un marché public ! Il existe de nombreuses opportunités pour toutes les entreprises qui peuvent ainsi s'assurer un chiffre d'affaires stable sur plusieurs années (certains marchés durent 4 ans) avec un paiement sûr. Être référencé permet aussi de renforcer la notoriété de son entreprise.

Les vrais enjeux

Une manne à portée de tous

80 % des marchés sont passés en MAPA c'est à dire en procédures simplifiées accessibles aux TPE/PME.

Les acheteurs publics sont très nombreux et divers

L'Etat, les ministères, établissements publics, hôpitaux, Offices publics de l'Habitat, chambres consulaires, collectivités territoriales (communes, agglos, conseils régionaux et généraux) en France ou tout organisme public de l'Union européenne.

Chiffres clés des achats publics recensés en 2012 (hors avenant et acte de sous-traitance)

	France
Nombre de contrats	103 185
Montant des contrats HT	75 milliards d'€

Source : recensement OEAP (Observatoire économique de l'achat public)



Les fondamentaux : ce qu'il faut savoir avant de se lancer



Toutes les entreprises peuvent postuler aux marchés publics à condition d'être à jour de leurs cotisations sociales et impôts, de ne pas avoir de condamnation dans les 5 dernières années, ni de liquidation judiciaire.

C'est quoi un marché public ?

Le marché public

C'est un contrat administratif passé entre une entité publique et une entreprise (ou groupement) ou avec une autre personne publique, pour l'achat de biens, prestations ou travaux. Une remise en concurrence est obligatoire à l'échéance du marché. Le code des marchés publics dicte aux acheteurs les règles à observer et énonce les grands principes de la commande publique : libre accès, impartialité et transparence. Il favorise l'accès des TPE en imposant la division en lots, par corps de métier.

Les accords cadres

Le marché public est attribué en principe à un seul titulaire alors que l'accord cadre peut être mono ou multi attributaire. Il permet de pré sélectionner des entreprises (ex : 3) en fonction de leurs compétences, conditions et tarifs, pour ensuite les remettre systématiquement en concurrence de façon simplifiée (marchés subséquents), pendant une période donnée (1 à 4 ans).



Astuce : le montant du marché détermine les procédures de publicité et d'attribution des offres. Moins le montant du marché est élevé, plus les procédures sont souples.

Les différents types de marché

Les marchés de gré à gré

Tout achat à partir de un euro est un marché public. Mais vous pouvez y accéder sans procédure particulière jusqu'au seuil de 15k€ (simple envoi de devis). Le code n'impose pas de publicité à l'acheteur, il faut donc se faire référencer auprès d'eux dans votre zone de chalandise.

Les MAPA (marchés à procédure adaptée)

C'est la cible à privilégier par les TPE/ PME car les règles sont plus simples. La négociation est souvent possible. Le code impose à l'acheteur de justifier du choix d'une offre répondant de façon pertinente au besoin exprimé, d'une bonne utilisation des deniers publics et d'une mise en concurrence adaptée au marché (selon la nature du besoin, le nombre et la localisation des entreprises pouvant répondre). Ainsi les acheteurs fixent leurs règles et peuvent donc avoir des procédures MAPA hétérogènes et exiger des documents de candidatures différents.

Les appels d'offres

Les règles de passation et d'attribution sont plus strictes et dictées par le code et généralement sans négociation (appel d'offre ouvert ou restreint en deux étapes). L'acheteur choisit l'offre économiquement la plus avantageuse (sur la base des critères objectifs énoncés dans le Règlement de Consultation). Les règles d'information des candidats sont aussi très encadrées.

	Marchés de gré à gré	MAPA		Appels d'offres
Seuils HT	< 15 000€	de 15 à 90 k€	de 90 k€ à 134 k€ pour l'Etat (FCS) de 90 k€ à 207 k€ pour collectivités territoriales (FCS) jusqu'à 5 186 k€ pour l'Etat et collectivités territoriales (travaux)	> 134 k€ pour l'Etat (FCS) > 207 k€ pour collectivités territoriales (FCS) > 5 186 k€ pour l'Etat et collectivités territoriales (travaux)
Publicité imposée à l'acheteur	Aucune obligation de publicité - 3 devis	Publicité adaptée au choix de l'acheteur (annonce, journal, affichage, site Internet)	Publicité au BOAMP à partir de 90 k€	Publicité obligatoire dans BOAMP, JOUE et profil d'acheteur (plateforme de dématérialisation des marchés publics)
Règles de procédure à respecter	Aucune condition	Procédures de réponse définies par l'acheteur/négociation possible		Procédure formalisée, négociation encadrée, respect des délais obligatoires

Les clauses générales d'application

Sauf conditions particulières prévues par l'acheteur, les conditions d'exécution des marchés publics sont souvent régies par des accords nationaux : cahiers des clauses administratives générales (CCAG) ou CCTG (clauses techniques). Il est important de s'y référer.

Ceux-ci diffèrent selon le type de marché :

- fournitures courantes et services (FCS),
- Travaux,
- Technologie de l'information et communication (TIC),
- prestations intellectuelles (PI)

Les groupements de commandes

Plusieurs acheteurs publics se regroupent en une consultation unique. Un des membres coordonne le groupement et assure la procédure tandis que chaque membre exécutera le marché pour la part le concernant.

La durée des marchés

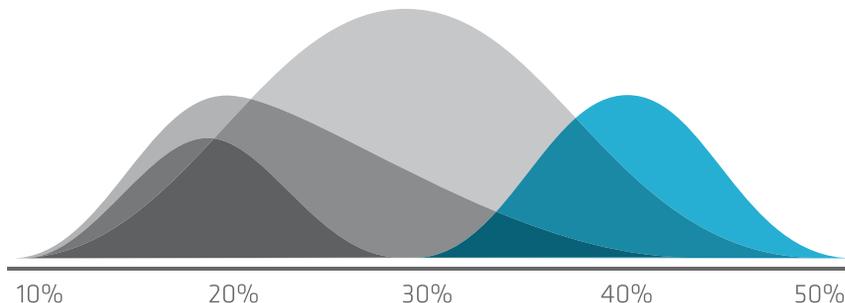
Un marché peut porter sur une prestation ponctuelle ou s'exécuter successivement dans le temps (exemple les travaux à tranches ou les marchés à bons de commande pouvant durer jusqu'à 4 ans).

Le prix des marchés (cf. CCAP)

Il doit être déterminé ou déterminable avant notification du marché. Il peut être :

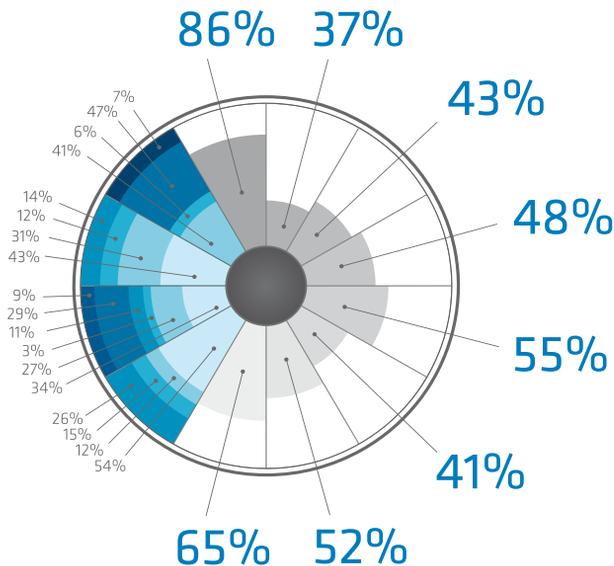
- forfaitaire (Prix Global Forfaitaire) déterminé pour l'ensemble des prestations du marché.
- unitaire (Bordereau de Prix Unitaire) déterminé pour chaque fourniture et service prévus au marché et payé selon les quantités commandées.

La forme du prix est ferme, invariable ou actualisable voire révisable (selon indice ou formule).





Trouvez et ciblez les marchés pour votre entreprise



Ayez une stratégie commerciale secteur public !

Faites-vous connaître :

Rencontrez les acheteurs publics, envoyez votre plaquette, participez à des salons spécialisés, allez à leurs conférences... Référenciez-vous sur des bases comme www.achat-etat.com ou achatpublic.com.

NB : pour les marchés inférieurs à 15k€/an, les acheteurs peuvent utiliser une procédure très simple et a minima demander des devis à 3 entreprises !

Anticipez les besoins des acheteurs : lire leurs programmes d'action, articles de presse, avis de pré-information. Exploitez les informations des bilans d'activités et la liste des marchés passés l'année précédente par les acheteurs (souvent en ligne sur leurs sites).



Astuce :

démarrez par des petits marchés dans votre département, inférieurs à 90k€ HT

Le montant du marché ou lot ne doit pas être supérieur au tiers de votre CA.

Où trouver les annonces ?

Les annonces des marchés publics se nomment Avis d'Appels Publics à Concurrence (AAPC). Leur mode de diffusion varie en fonction du montant des marchés. On cherchera donc sur les sites spécialisés BOAMP et JOUE (abonnement à des alertes), les journaux d'annonces légales, la presse spécialisée, les sites ou profils des acheteurs...

La publicité résume les points essentiels pour susciter ou pas votre intérêt en quelques minutes : identité acheteur, objet, date limite de remise des offres, montant, zone géographique, procédure choisie, critères de choix...

Comment cibler les marchés intéressants?

Ne vous épuisez pas à consulter tous les supports et toutes les annonces .

Créez 2 à 3 alertes selon les critères correspondant à votre domaine et périmètre d'intervention (géographique, activité, mots clés, montant) et triez ensuite en fonction de vos contraintes (compétences, personnel, délais de réponse et d'exécution, carnets de commande, saisonnalité).

Identifiez si possible une personne dédiée dans l'entreprise qui recevra les mails d'annonces correspondantes et redistribuera en interne .

Répondre à trop de marchés serait une perte de temps, la sélection est primordiale. Attention toutes vos offres vous engagent et vous devrez assumer si plusieurs acheteurs vous attribuent un marché sur une même période.

Alertes gratuites :

www.marches-publics.gouv.fr

www.marcheonline.com





Comment décoder le dossier de consultation (DCE)



Vous avez ciblé un marché, il faut à présent obtenir les pièces du dossier de consultation (DCE) constitué par l'acheteur public identifié dans l'annonce : soit sur une plateforme, un site Internet, soit par courrier ou courriel.

Comment télécharger les pièces?

Le DCE est obligatoirement dématérialisé pour les marchés de 90k€ et plus : créez-vous un compte sur le site ou la plate-forme indiqués dans l'annonce (on parle du profil de l'acheteur). Identifiez vous pour recevoir automatiquement toutes modifications et informations par mail et poser des questions .

Vous allez télécharger les pièces sur votre ordinateur et ensuite vérifier l'intérêt de répondre en fonction de vos disponibilités et de vos moyens humains, techniques... Certaines pièces sont à conserver et vous informent, d'autres sont à compléter et retourner avec votre dossier d'offre.



A faire en premier

Pour connaître la règle du jeu lire en premier le RC (règlement de la consultation). Il résume à la fois les conditions du marché et de la procédure (de la publication au jugement des offres).

Il détermine notamment :

- l'allotissement ;
- les délais d'exécution,
- les modalités et délais de réponse (fourchette, de 21 jours en MAPA à maximum 52 jours en AO) ;
- le contenu du dossier de candidature (ou administratif) et de l'offre (pièces à compléter ou à fournir)
- les variantes autorisées ou pas
- le découpage en tranches
- les critères de jugement et leur pondération (par ex si votre point fort est la qualité, les délais et pas le prix choisissez plutôt un marché avec un critère prix inférieur à 40%)
- le critère RSE (responsabilité sociétale des entreprises : impacts sociaux et environnementaux, démarche développement durable)
- les contacts pour poser des questions écrites.

Les conditions d'exécution du marché

L'acte d'engagement (AE) sur format libre ou formulaire DC3

C'est la pièce contractuelle maîtresse qui coordonne l'ensemble des mentions nécessaires à la signature du marché (ex : parties, objet, délais, prix). L'entreprise remplit et signe un AE lors de l'offre (s'engage à respecter intégralement les clauses imposées dans le DCE) et l'acheteur cosigne uniquement l'AE du candidat attributaire (ce qui formalise la conclusion du marché).

Il peut y avoir des annexes : pour déclarer un sous-traitant (acte spécial), pour détailler le prix forfaitaire (tableau DPGF décomposition du prix global) ou les prix unitaires (bordereau BPU complété par un DQE, Détail Quantitatif Estimatif), cadre de réponse technique, planning...

Les clauses particulières du marché

Le CCTP contient l'expression des besoins, le cahier des charges et contraintes techniques particulières du marché et il est complété par le CCAP (cahier des charges administratives particulières) qui régit la vie du contrat une fois attribué (délais d'exécution; responsabilités et garanties; conditions de paiement; pénalités...).Parfois pour simplifier, on regroupe les deux documents en un CCP (cahier des clauses particulières du marché).

Le cahier des clauses administratives ou techniques générales

Si le CCTP ou le CCAP le prévoient, les clauses particulières du marché (parfois dérogatoires) seront complétées par les clauses générales négociées nationalement par nature de marché (travaux, fournitures courantes et services, etc). Il est utile de les connaître avant de signer le marché.



Les points clés à évaluer avant de répondre

✓ **Évaluez vos forces /faiblesses** par rapport aux exigences du marché et aux critères pondérés déterminant le jugement de l'offre. L'analyse du DCE confirme -t-elle votre première impression sur le marché ?

✓ **Il est inutile de perdre du temps à répondre aux marchés surdimensionnés** ou sous dimensionnés pour votre entreprise (CA espéré et durée du marché ; cohérence avec votre CA annuel ; conditions exigées ; situation géographique).

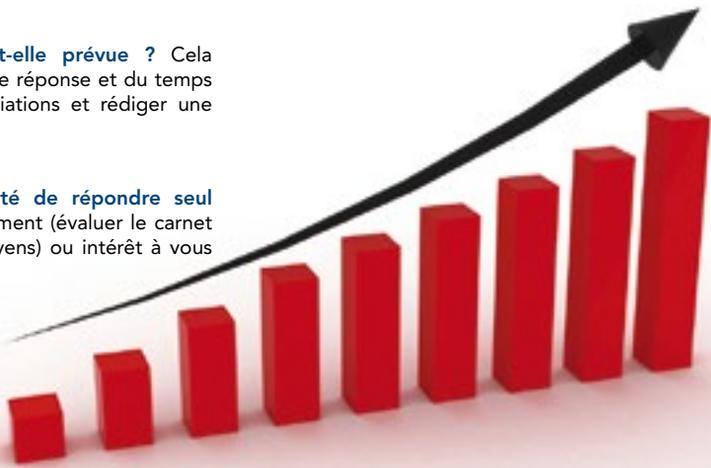
✓ **Une négociation est-elle prévue ?** Cela nécessitera une stratégie de réponse et du temps pour participer aux négociations et rédiger une nouvelle offre.

✓ **Avez vous la capacité de répondre seul** dans l'absolu ou en ce moment (évaluer le carnet de commandes et vos moyens) ou intérêt à vous regrouper?



Astuce :

exploitez les questions/réponses des autres candidats disponibles à partir de la plateforme.





Optimisez votre réponse : méthode, organisation



Définir une stratégie, une méthode, une organisation

En fonction de la stratégie commerciale de votre entreprise (recherche de notoriété, opportunité d'un CA complémentaire ponctuel ou volonté de fidéliser les acheteurs publics, politique d'emploi, stratégie d'alliances), votre démarche sera différente et vos cibles adaptées.

Vos moyens devront correspondre à vos objectifs :

- Vous pouvez en tant que chef d'entreprise individuelle vous former et mettre vous-même en place une veille ciblée en entretenant des contacts avec quelques acheteurs de proximité notamment pour des marchés simples <15 k€ .
- Vous pouvez organiser une cellule marchés publics en décloisonnant vos équipes (le commercial, le technique et l'administratif) : vous préparerez un dossier type de présentation de votre entreprise (dossier administratif) et des documents standards pour vos offres mais en prenant soin de les adapter ensuite à chaque marché (selon prescriptions du RC, CCAP et CCTP). L'AE et ses annexes, le Mémoire technique doivent être cohérents entre eux et conforter votre démarche en insistant sur vos atouts (vérifiez les critères de jugement, leur %, les avantages que peuvent vous consentir vos fournisseurs en fonction des volumes d'achat, vos compétences internes et possibilités d'embauche ou de sous-traitance...).
- Vous avez aussi la possibilité de prendre un étudiant stagiaire commande publique BAC +3 à 5 (dispositif RCP avec aide pour pourvoir le poste : coût 30% du SMIC).
- Enfin, vous pouvez vous appuyer sur un conseil extérieur (via la CCI Perpignan ou un consultant privé).



Astuce :

prendre un étudiant stagiaire spécialisé

Adapter sa réponse en fonction du règlement (RC)

La date limite de remise des offres (DLRO)

Anticipez au maximum en vous renseignant en amont sur les projets et programmation des marchés de l'année pour avoir le temps nécessaire pour monter un bon dossier de réponse sur mesure.

La logistique de restitution (format papier ou électronique)

La dématérialisation est un atout pour optimiser les délais (rapidité, traçabilité et efficacité pour télécharger le DCE mais aussi votre dossier de réponse) : l'envoi électronique est obligatoire à partir de 90k€ pour les marchés informatiques/communication et souvent admis dans les autres cas. Le pli est conservé sur la plateforme dans un coffre fort électronique jusqu'à la date butoir. Les pré requis informatiques ne sont pas très exigeants, mais vous devrez produire une signature électronique.

Préparation de la réponse

Suivez le plan énoncé au RC. Mobilisez dès le départ les compétences commerciales, techniques et administratives de l'entreprise. Il faut respecter à la lettre les exigences du marché (CCTP, CCAP et liste des pièces du RC, souvent en rubrique «contenu et modalités de réponse»). Utilisez les questions/réponses des candidats lors de la consultation !

Attention

- Renseigner de façon exhaustive et cohérente les imprimés fournis, notamment pour les prix (BPU, DQE, DPGF) et cadre de réponse de mémoire technique
- Fournir les échantillons ou fiches techniques des produits si demandés, catalogues (papier ou cd rom)
- Signer les divers documents (contractuels)
- Négociations prévues au RC (par mail ou lors d'un RDV) : prévoir une marge de manoeuvre pour une deuxième offre afin de baisser le prix mais de façon cohérente, améliorer les délais, etc. Parfois l'acheteur ne négocie qu'avec les 3 meilleures offres de départ. Soyez attentif à la traçabilité et la confidentialité de la démarche.
- Variante : vérifiez si le RC vous permet de proposer une variante pour optimiser votre savoir faire. Solution de base à fournir au préalable ? Exigences minimales ?

Chambersign

Votre signature électronique certifiée

Contact :

Chambersign@perpignan.cci.fr

T. 04 68 35 66 33

Formaliser la réponse

La candidature

Vous devez faire acte de candidature et attester du droit de soumissionner. Le RC énumère les pièces à fournir pour justifier des capacités professionnelles, techniques et financières de l'entreprise pour exécuter le marché de façon satisfaisante. Les diplômes, agréments, qualifications, moyens humains et matériels, CA... Vos démarches administratives seront dégressives au fil de vos réponses car vous aurez un dossier type de présentation.

Bon à savoir

Des simplifications sont en phase de test au plan national pour candidater avec un SIRET, à charge pour les acheteurs de se connecter sur les bases de données fiscales, sociales et RCS.

L'offre technique et financière

Certaines pièces du DCE sont à compléter (exhaustivement) et à retourner. Tout dossier incomplet serait sanctionné par l'acheteur.

Votre offre doit être fidèle aux exigences du DCE et répondre au besoin (sous peine de non recevabilité) sauf dans le cas d'une variante autorisée qui vous permet de modifier à votre initiative certaines spécifications techniques ou financières du projet de base. Tenez compte du poids des critères de jugement pour valoriser vos points forts.

A minima, l'offre comportera en MAPA un acte d'engagement(AE) complété éventuellement d'une annexe PRIX et d'une fiche technique pour l'achat d'un bien. Privilégiez la clarté et complétude de votre offre financière (BPU et DQE ou DPGF selon le cas) ainsi que la qualité du plan et des arguments de votre note méthodologique/mémoire technique (marchés de prestations et travaux) et vos atouts (Innovation, Eco labels, démarche qualité, politique d'insertion sociale). Le mémoire technique peut être encadré par un questionnaire réalisé par l'acheteur : le remplir avec soin (ne pas renvoyer seulement à vos documents).

Formulaires en ligne

Il existe de nombreux formulaires vous simplifiant la vie. Utilisez les DC1, DC2 (fournis ou téléchargeables sur le site

www.economie.gouv.fr/da/formulaires-declaration-candidat



Astuce :

Faites valoir votre expérience en demandant à vos autres clients publics, des certificats ou lettres de recommandation (c'est mieux qu'une simple liste de références).



Stratégies d'alliances

Il peut être opportun de s'associer à plusieurs pour répondre à un marché public.
Les alliances sont conseillées, mais pas à n'importe quel prix !



Sous-traitance

Pour tester le secteur public et travailler avec une entreprise plus expérimentée, ou répondre à un grand marché en confiant une partie à un partenaire, la sous traitance est une solution souple que vous pouvez utiliser à tout moment : dans l'offre ou en cours d'exécution du marché. L'acheteur ne peut s'y opposer.

Conditions

- Non applicable aux marchés de fournitures de biens
- Sous traitance complète du marché interdite
- La personne publique a un droit de regard sur le sous traitant proposé (qui doit satisfaire aux conditions du RC et notamment justifier de garanties professionnelles, techniques et financières).

Un imprimé DC4 permet de simplifier cette démarche de déclaration spéciale d'un sous-traitant.

A savoir : A partir de 600 € TTC, la personne publique paie directement le sous traitant. Depuis janvier 2014, la TVA sur travaux réalisés par le sous traitant est due par l'entreprise attributaire du marché.

Trouver des partenaires

Contactez la CCI pour trouver des partenaires en sous-traitance/co-traitance,

Pôle Entreprises et Filières

T. 04 68 35 98 80

nadine.sanchiz@perpignan.cci.fr

Cotraitance (groupement)

Cette stratégie d'alliance plus engagée repose sur une complémentarité qui va permettre de remporter un marché en affichant les capacités et atouts de toutes les entreprises membres d'un groupement constitué pour l'occasion.

Une des entreprises est mandataire et interlocuteur privilégié de l'acheteur. Un acte d'engagement unique précise l'offre.

le Groupement conjoint

Chaque membre doit seulement exécuter les prestations lui revenant dans le marché (responsabilité financière limitée).

le Groupement solidaire

Chaque membre a un engagement financier solidaire sur la totalité du marché.

La forme du groupement peut être imposée dans le Règlement (RC), voire même un groupement conjoint avec mandataire solidaire.

Conseils

- Après s'être entendus sur le fond, fixer les règles en amont dans une convention de groupement entre les partenaires
- Attention ! Obligation de présenter le groupement dès la candidature (imprimé DC1 signé par tous, puis chaque membre fournit les pièces demandées au RC dont le DC2).



Comment l'acheteur choisit ses fournisseurs



Processus de décision

Les services techniques ou le service marchés ne sont pas décisionnaires et ne gèrent que la procédure depuis la définition du besoin à l'attribution du marché. Chaque personne publique a un règlement intérieur publié sur son site.

Après analyse des candidatures et des offres par les services (recevabilité, complétude, comparaison et notation au vu des critères du RC) une commission composée d'élus émet un avis (une CAO, commission d'appel d'offres, ou CTCM -commission technique consultative). La décision finale appartient au pouvoir adjudicateur (ex: le maire, le président) ou à l'entité adjudicatrice (ex: ports).

Selon la procédure, la candidature et l'offre se font en deux temps. Parfois une phase de négociation est prévue et l'acheteur convoquera les entreprises pré-sélectionnées pour négocier selon les règles annoncées dans le RC.

Critères de jugement

Le prix et la valeur technique sont prépondérants mais la tendance est à valoriser les critères environnementaux, sociaux et l'innovation. Votre démarche RSE sera un atout.

Traçabilité des procédures, droit à l'info

Toutes les procédures respectent les principes généraux du code et notamment l'égalité de traitement des entreprises : on trace donc l'envoi des courriers, les retraits de DCE et dépôts d'offres, les questions/ réponses, l'ouverture des plis, l'analyse des offres, les avis et décisions, les notifications d'attribution ou de rejet...

Les candidats ont le droit d'obtenir des informations sur l'attributaire, les notes et les raisons pour lesquelles leur offre n'a pas été retenue (la CADA liste les informations et documents susceptibles d'être communiqués). Utilisez les faiblesses d'une offre sanctionnées par un acheteur afin d'optimiser vos prochaines réponses. Tout ne peut pas s'écrire, aussi n'hésitez pas à prendre RDV.

Recours (voir RC ou CCAP)

Pour les appels d'offres, un délai de carence est obligatoire entre le moment où vous êtes informés du rejet de votre offre et la notification à l'attributaire pour vous permettre de procéder à un recours.

Il existe des recours amiables directement auprès de l'acheteur ou via un organisme de médiation.

www.mediation-des-marches-publics.fr

Comité Consultatif Interrégional pour le règlement amiable des marchés publics (CCIRAL)
Boulevard Paul Peyral
13282 Marseille Cedex 20
T. 04 84 35 45 54

Contacts

Tribunal administratif de Montpellier :
6, Rue Pitot 34063 Montpellier Cedex
T. 04 67 54 81 00 - F. 04 67 54 74 10
greffe.ta-montpellier@juradm.fr
<http://www.ta-montpellier.juradm.fr>





Optimiser l'exécution du marché



Le paiement, les avances

Le paiement s'effectue par chèque, virement ou mandat selon l'acheteur, entre 30 jours (Etat, collectivités, CCI) 50 jours (Santé) et 60 jours (entreprises publiques et EPIC : ex SNCF, Poste) après service fait : l'acheteur vérifie que les prestations ont été réalisées conformément au marché initial (et à ses avenants éventuels) et que le prix facturé correspond à ce qui était prévu et à ce qui a été effectivement exécuté.

Etat et ses établissements publics Collectivités territoriales et les établissements publics locaux	Etat et ses établissements publics de santé et les établissements du service de santé des armées
30 jours	50 jours

Cependant parfois le CCAP prévoit des acomptes applicables une fois le marché commencé (périodicité de versement fixée à maximum 3 mois) .

L'entreprise a également droit à une avance forfaitaire égale à 5% si le marché ou la part du sous traitant représente 50 k€ et si la durée des prestations dépasse 2 mois. Cela vous permet de vous approvisionner ou lancer des études en amont du démarrage de travaux par exemple. Vous pouvez néanmoins renoncer dans l'acte d'engagement à cette avance.

Pour optimiser le paiement, respectez : conditions du marché, délais (pour éviter les pénalités et réactions sur le prix), formalisme et périodicité des factures, décomptes et justificatifs demandés. Trop souvent les entreprises se focalisent sur le CCTP et négligent de lire et appliquer le CCAP qui pourtant traite de ces questions essentielles pour la bonne exécution du marché.

Parfois l'entreprise est tentée d'appliquer ses propres conditions générales de vente en oubliant que ce sont les conditions du marché qui prévalent (bien communiquer et décloisonner vos services pour le suivi du marché en intégrant la comptabilité)



Conseil :

Dans votre offre, soyez clair sur les modalités de calcul du prix (notamment marchés à prix unitaires), sur les prestations incluses au prix forfaitaire, afin de faciliter les opérations de vérification ou de réception de travaux .

Les garanties

Les retenues de garanties : pour certains marchés de travaux supérieurs à 50 k€ les donneurs d'ordres publics exigent parfois une caution ou garantie à première demande. A la fin du chantier, l'acheteur peut aussi conserver une partie de la créance (souvent 5%) pendant une durée d'1 an afin de s'assurer que l'entreprise viendra réparer en cas de besoin (garantie de parfait achèvement).

Enfin les acheteurs exigent parfois au CCAP la fourniture de garantie du fabricant pour du matériel ou machines (1 an de base ou plus si extension ; pièces et main d'oeuvre de l'installateur incluse) ainsi que l'attestation d'assurance

Responsabilité Civile de l'entreprise couvrant l'objet du marché et les risques liés à son exécution (dommages aux personnes ou aux biens), garantie de parfait achèvement (1 an après la réception des travaux), garantie de bon fonctionnement (2 ans) ou garantie décennale au delà pour les bâtiments.



Que faire en cas de litige ?

Si vous n'avez pas respecté le marché ou en cas de réserves objectives sur vos prestations, l'acheteur ne paiera pas et vous devrez assurer au préalable vos engagements.

En cas contraire et si le retard de paiement n'est pas justifié, l'acheteur devra automatiquement dans les 45 jours vous verser des intérêts moratoires.

Des recours amiables ou des recours contentieux existent (voir page 25).

Conseils pour les éviter

Après l'attribution du marché proposez une réunion de mise au point, puis établissez des rendez-vous réguliers avec le référent marché de l'organisme public concerné et en particulier pour des marchés de longue durée.

Par ailleurs une réunion de suivi annuelle pour des marchés à bons de commande ou accords cadre est un minimum qui vous permettra de mieux anticiper l'évolution des besoins de l'acheteur en vue d'établir un avenant ou une offre plus adaptée lors de la prochaine remise en concurrence.

Financez vos marchés publics par la cession de créance (à une banque).

Des avances de trésorerie peuvent être effectuées en totalité par BPI FRANCE (ex OSEO) ou de manière partagée avec votre banque habituelle. L'exemplaire unique de l'acte d'engagement (AE) que vous a adressé l'acheteur lors de l'attribution du marché sera alors cédé à l'organisme bancaire qui, après vous avoir fait l'avance du prix du marché, se substituera à vous pour devenir le nouveau créancier de l'organisme public.

Contacts :

BPI FRANCE

1, rue Jeanne d'Arc
66000 Perpignan
T. 04 68 35 74 44



Glossaire/sigles

AAPC

Avis d'appel public à la concurrence

Acte d'engagement

Est la pièce dans laquelle le candidat présente son offre et adhère aux clauses que la personne publique a rédigées, complétée par l'acceptation de cette offre, éventuellement modifiée, par la personne publique

AO

Appel d'offres

BOAMP

Bulletin officiel des annonces des marchés publics

BPI FRANCE

Entreprise publique d'aide à l'innovation, de garantie des concours bancaires et des investisseurs en fonds propres et de financement en partenariat

BPU

Bordereau des prix unitaires

CADA

Commission d'accès aux documents administratifs

Préfecture de la Haute-Vienne

1 rue de la Préfecture – BP 87031

87031 Limoges cedex 1

CCAG

Cahier des clauses administratives générales.

Il fixe les dispositions administratives applicables à une catégorie de marché (fournitures courantes et services, prestations intellectuelles, travaux, TIC (technique de l'information et de la communication) fournitures industrielles

CCAP

Cahier des clauses administratives particulières

Il fixe les dispositions administratives propres à chaque marché

CCP

Cahier des charges particulières

CCTG

Cahier des clauses techniques générales

CCTP

Cahier des clauses techniques particulières

Il fixe les dispositions techniques nécessaires à l'exécution des prestations de chaque marché

CMP

Code des marchés publics

DC1

Lettre de candidature – Habilitation du mandataire par ses cotraitants

DC2

Déclaration du candidat individuel ou du membre du groupement

DCE

Dossier de consultation des entreprises contenant toutes les pièces du marché rédigées par l'acheteur

DC3

Acte d'engagement (formulaire)

DC4

Déclaration de sous-traitance (formulaire)

DC5

Déclaration du candidat (formulaire)

DPGF

Décomposition du prix global forfaitaire

DQE

Devis quantitatif estimatif

EPA

Etablissement public administratif

EPIC

Etablissement public à caractère industriel et commercial

JAL

Journal d'annonces Légales

JOUE

Journal officiel de l'union européenne

La commande publique

Est un terme générique relatif à l'ensemble des contrats passés par les personnes publiques pour satisfaire leurs besoins. La commande publique recouvre ainsi une notion très large englobant plusieurs formes telles que les marchés publics, les marchés soumis à l'ordonnance n° 2005-649 du 6 juin 2005, les délégations de service public, les contrats de partenariat...

Les marchés publics

Sont les contrats conclus à titre onéreux entre les pouvoirs adjudicateurs et des opérateurs économiques publics ou privés, pour répondre à leurs besoins en matière de travaux, de fournitures ou de services

Les pouvoirs adjudicateurs

Sont les personnes morales de droit public qui font appel aux procédures de marchés publics pour répondre à leurs besoins en matière industrielle, de travaux, de fournitures, de services ou des prestations intellectuelles. Le pouvoir adjudicateur donneur d'ordre d'un marché est une personne publique

MAPA

Marché à procédure adaptée

Mémoire technique / Cadre de réponse

Permet de valoriser la qualité, la méthodologie, la valeur technique de l'offre

Notification

Lettre par laquelle on signifie le résultat de l'analyse des offres

Profil de l'acheteur

Est le site dématérialisé auquel le pouvoir ou l'entité adjudicatrice a recours pour ses achats. Le recours à un profil d'acheteur est obligatoire pour les marchés publics d'un montant supérieur à 90.000 € HT

RC

Règlement de la consultation

Liste des principaux acheteurs publics des Pyrénées-Orientales

VILLE DE PERPIGNAN

Tél : 04.68.66.30.66

<http://www.mairie-perpignan.fr>

VILLE DE CANET EN ROUSSILLON

Tél : 04.68.86.70.00

www.mairie-canet-en-roussillon.fr

VILLE DE CERET

Tél : 04.68.87.00.00

www.mairie-ceret.com

VILLE DE PRADES

Tél : 04.68.05.41.00

www.prades.com

VILLE D'ARGELES/MER

Tél : 04.68.95.34.58

<http://ville.argeles-sur-mer.com/fr>

COMMUNAUTE D'AGGLOMERATION PERPIGNAN MEDITERRANEE

Tél : 04.68.08.60.00

www.perpignanmediterranee.com

APPELS D'OFFRES DU BTP

marche-public.batiactu.com/66

CONSEIL GENERAL DES P.O.

Tél : 04.68.85.85.85

www.cg66.fr

CENTRE HOSPITALIER DE PERPIGNAN

Tél : 04.68.61.66.33

www.ch-perpignan.fr

CHAMBRE DE METIERS DES P.O.

Tél : 04.68.08.57.15

www.cma66.fr

CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE PERPIGNAN

tél : 04.68.35.98.80

www.perpignan.cci.fr

OFFICE HLM DES P.O.

Roussillon Habitat

tél : 04.68.08.23.30

www.roussillon-habitat.com

Office Public de l'habitat des P.O.

tél : 04.68.55.33.30

www.office66.fr

SERVICE DES ACHATS DE L'ETAT

www.economie.gouv.fr/sae

COMMUNAUTES DE COMMUNES/ SYNDICATS COMMUNAUX

Consulter la CCI de Perpignan

tél : 04.68.35.98.80

Sites et contacts utiles

Supports de publication

BOAMP(France)

www.boamp.fr

JOUE(AO et europe)

www.publications.europa

Sites d'information

www.reseaucommandepublique.fr

www.dgcis.gouv.fr/politique-et-enjeux/europe/reseau-entreprise-europe

www.economie.gouv.fr/daj

www.marche-public.fr

www.marchespublicspme.com

Organisations professionnelles

www.cgpmefr

www.medef.com/medef-corporate.html

www.upa.fr

Chambres consulaires

www.perpignan.cci.fr

www.languedoc-roussillon.cci.fr

www.cci.fr

www.artisanat.fr

www.chambres-agriculture.fr

Plates-formes

www.marches-publics.gouv.fr

www.achatpublic.com

http://agysoft.marcoweb.fr

www.francemarches.com

www.maximilien.fr (Paris)

www.e-bourgogne.fr

www.ampie.eu/dn_rcpa (Alsace)



CCI de Perpignan

Palais Consulaire
Quai de Lattre-de-Tassigny
BP 10941
66020 Perpignan Cedex
T. 04 68 35 66 33

Service Pôle Entreprises et Filières
Nadine Sanchiz
T. 04 68 35 98 80
nadine.sanchiz@perpignan.cci.fr

