

Chefs d'entreprise : osez la commande publique !



Sommaire

01

Les marchés publics :

ce n'est pas aussi compliqué qu'on le dit 5

02

Comprendre **la commande publique** 9

03

Où se renseigner **sur les marchés publics ?** 12

04

Des opportunités **pour les PME innovantes** 15

05

Comprendre **les documents d'un marché public** 17

06

Comment candidater **à un marché public ?** 19

07

La dématérialisation : **Une avancée majeure** 21

08

L'attribution **du marché** 23

09

Les étapes du processus **de paiement** 25

10

Que faire **en cas de problème ?** 27

Le contenu de ce guide pratique destiné aux entreprises est à vocation pédagogique. Il ne saurait se substituer à la réglementation en vigueur.

Édito

La commande publique représente, pour les entreprises de toutes tailles, des débouchés importants. Trop souvent, certaines d'entre elles hésitent ou renoncent à répondre à des appels d'offres, considérant que le temps à y consacrer et la lourdeur des démarches seraient une charge trop importante.

Ce guide s'efforce de décrypter, une à une, chacune des étapes d'un marché public, tout en mettant en évidence certaines nouveautés introduites dans la réglementation, ainsi que les outils destinés à faciliter et fluidifier le processus de candidature à un appel d'offres.

Depuis le 1^{er} octobre 2018, la dématérialisation de la passation des marchés publics est effective. C'est une évolution majeure dans la modernisation de la commande publique qui bouscule les habitudes. En plus d'orienter les entreprises vers des ressources utiles et parfois insuffisamment connues, notamment des « places de marchés » sur internet et des outils gratuits d'alerte et de veille, il est nécessaire d'expliquer les points clés et de souligner les avantages de cette avancée : simplification et rapidité des démarches, transparence et économie.

Sans prétendre à l'exhaustivité, ce guide se veut un outil didactique et pratique, dans lequel les dirigeant(e)s d'entreprises, en particulier TPE et PME, pourront puiser et découvrir qu'il n'est pas si compliqué « d'oser la commande publique », en vue de déceler de nouveaux gisements de croissance de leur activité, qu'il s'agisse de prestations de services, de fournitures ou de travaux.

Pierre PELOUZET
Médiateur des entreprises

Le Médiateur des entreprises à votre écoute

La Médiation des entreprises a un triple objectif :

- offrir un dispositif gratuit de médiation aux entreprises et aux organisations publiques qui sont confrontées à un différend et en souhaitent la résolution à l'amiable. La médiation aboutit dans 75 % des cas à un succès ;
- faire évoluer les comportements, dans le souci d'harmoniser les relations clients-fournisseurs, au service de l'économie ;
- contribuer à améliorer le fonctionnement complexe de la chaîne Recherche & Développement, innovation, et les relations entre les multiples acteurs qui la composent.

Par sa rapidité d'action, elle peut mettre en relation les entreprises et les acheteurs publics.

Pour nous saisir ou échanger avec notre service, une seule adresse :

www.mediateur-des-entreprises.fr

Les marchés publics : ce n'est pas aussi compliqué qu'on le dit

La commande publique représente des opportunités de croissance pour toutes les entreprises, qu'elles soient petites, moyennes, ou grandes.

Trop d'entreprises, en particulier les plus petites, sont freinées par un certain nombre d'idées reçues (longueur, complexité, issue incertaine...). Elles ne se portent pas candidates à des appels d'offres qui, pourtant, correspondent à leurs produits ou services, et constituent un potentiel de développement commercial.



IDÉE REÇUE N° 1

La réponse à un appel d'offres est complexe

Plusieurs mesures permettent dorénavant de simplifier le processus de réponse.

→ **Le Document Unique de Marché Européen (DUME)**

Il s'agit d'un formulaire type qui comporte une déclaration sur l'honneur pour les éléments de la candidature. Il est amené à remplacer tous les autres dispositifs existants (MPS). Les acheteurs doivent, depuis le 1er avril 2018, accepter le DUME si l'entreprise décide d'y recourir. Depuis octobre 2018, il est disponible uniquement sous format électronique.

→ **Le marché à procédure adaptée (MAPA)**

Au dessous des seuils de procédure formalisée (cf. tableau p. 11), les acheteurs peuvent avoir recours à des MAPA. Les modalités de la procédure, plus souples, sont déterminées par l'acheteur, dans le respect des principes fondamentaux de la commande publique.

ZOOM SUR

Les avantages du DUME :

1. Un document unique à usage multiple :

- Il remplace l'attestation sur l'honneur et les renseignements exigés pour la candidature.
- Il permet de candidater facilement dans toute l'UE.
- Le formulaire peut être réutilisé si les informations qu'il contient sont toujours valables.

2. Un document facile à remplir :

Le système récupère les informations déjà connues des administrations. Il n'est donc plus nécessaire de saisir tous les éléments pour répondre au marché. L'inscription du numéro SIRET ou de TVA intracommunautaire permet notamment de pré-remplir certains champs.

BON A SAVOIR

Le marché négocié sans publicité ni mise en concurrence

Au dessous de 25 000€ HT, l'acheteur peut passer un marché négocié sans publicité ni mise en concurrence préalables, à condition de choisir une offre pertinente, de ne pas contracter systématiquement avec la même entreprise et de faire bon usage des deniers publics.

IDÉE REÇUE N° 2

Les marchés publics sont réservés aux grands groupes

Près de 30% des marchés publics qui se chiffrent à plusieurs dizaines de milliards d'euros, sont attribués à des TPE/PME.

Les montants de ces marchés publics sont très variables, ce qui permet notamment à de petites entreprises d'y répondre.

De nombreux dispositifs récents permettent de renforcer l'accès des TPE/PME aux marchés publics : fractionnement du marché en plusieurs lots distincts (allotissement), simplification des formalités de candidature, dématérialisation, promotion des groupements d'entreprises, pratique du « *sourcing* », politique d'achat pour les PME innovantes...

Selon le montant du marché ou les capacités techniques de l'entreprise, celle-ci pourra candidater seule ou en groupement, multipliant ainsi ses chances de remporter le marché.

BON A SAVOIR

La bourse à la cotraitance, un service pour aider les entreprises

Ce service, proposé par la Direction des achats de l'Etat (DAE) et certaines plateformes régionales (Maximilien), permet de faciliter les contacts entre entreprises avant de répondre à des marchés de manière groupée sous la forme de groupement momentané d'entreprises (GME). Une entreprise peut donc :

- Cibler uniquement les marchés qui l'intéressent
- Connaître les autres entreprises intéressées pour une réponse collective
- Contacter ses partenaires potentiels en toute confidentialité

ZOOM SUR

Le sourcing

Le sourcing permet à l'acheteur de mieux connaître l'activité des entreprises et ainsi optimiser la qualité des offres. Il permet également aux entreprises d'échanger des informations avec les acheteurs. Lorsqu'elles répondent aux sollicitations des acheteurs, elles peuvent faire connaître leurs contraintes et leurs solutions.

IDÉE REÇUE N° 3**Mon domaine est trop spécifique**

Contrairement à ce que l'on pourrait penser, les marchés publics couvrent tous les domaines des prestations de produits et services (dans des secteurs aussi variés que les arts de la table, les services de traduction, ou encore la rénovation de monuments historiques). Afin de susciter la plus large concurrence entre les entreprises et leur permettre, quelle que soit leur taille, d'accéder à la commande publique, l'allotissement est érigé en principe.

L'allotissement est la décomposition d'un marché en plusieurs lots selon un critère technique ou géographique. Les lots sont susceptibles de faire l'objet d'une attribution distincte. Il reste compatible avec la possibilité pour les entreprises de se regrouper pour candidater.

ZOOM SUR**L'allotissement pour mieux identifier les prestations distinctes**

Pour une prestation de nettoyage, par exemple, on pourra avoir un lot nettoyage moquette spécifique à côté d'un lot nettoyage des sanitaires.

ZOOM SUR**Le groupement d'entreprises**

C'est une « union » d'entreprises qui décident d'associer leurs moyens et de se présenter ensemble à un marché. Pour le constituer, l'entreprise candidate doit conclure une convention de groupement avec les autres entreprises qui décident de s'unir. Un mandataire doit être désigné par les membres du groupement afin de le représenter auprès de l'acheteur.

2 formes sont possibles :**Le groupement conjoint.**

L'entreprise n'est responsable que de la part du marché qu'elle exécute. De plus, si le marché le prévoit, le mandataire du groupement est solidaire de chacun de ses membres.

Le groupement solidaire.

L'entreprise est tenue d'exécuter sa part du marché, mais elle est, au même titre que les autres entreprises membres du groupement, responsable de la totalité du marché.

Une consultation vous intéresse ? Il vous manque une compétence ? Pensez à vous grouper avec d'autres entreprises. Une aide au regroupement existe sur le site de la DAE et via certaines plateformes en ligne.

Comprendre la commande publique

LES 3 PRINCIPES FONDAMENTAUX

En France, les textes encadrant les marchés publics régissent les droits et devoirs de chacun mais protègent avant tout les entreprises et les acheteurs à travers 3 grands principes qui s'appliquent dès le premier euro.

- **Liberté d'accès à la commande publique**
- **Égalité de traitement des candidats**
- **Transparence des procédures**

Le respect de ces principes permet d'assurer l'efficacité de la commande publique et la bonne utilisation de l'argent public.



QUI SONT LES ACHETEURS ?

Il existe plus de 130 000 acheteurs publics en France, un chiffre qui traduit une grande diversité :

Au niveau national :

- **l'État** (ministères, préfectures),
- **les établissements publics nationaux** (universités, musées, CNRS, Monnaie de Paris, Château de Versailles, centres publics hospitaliers...),
- **les entreprises publiques.**

Au niveau local :

- **les collectivités territoriales** (régions, départements, communes, syndicats inter-communaux),
- **les établissements publics locaux** (lycées, collèges, chambres consulaires, offices publics de l'habitat...)
- **les ports et aéroports publics.**

ZOOM SUR

Les établissements publics

Les établissements publics sont des personnes morales de droit public qui accomplissent une mission spéciale. Ils sont autonomes mais restent rattachés à un niveau de l'administration (Etat ou collectivité territoriale par exemple).

Les établissements publics peuvent être répartis de manière géographique (établissements publics nationaux / locaux) ou selon leur activité (établissements publics administratifs / à caractère industriel et commercial).

BON À SAVOIR

Les acheteurs peuvent aussi être des acteurs privés soumis au droit de la commande publique, notamment du fait de leur mission d'intérêt général et de leur mode de financement, de contrôle ou de direction. Il peut s'agir de bailleurs privés, fondations ou associations, pépinières, sociétés...

SEUILS DE PUBLICITE ET DE PROCEDURE DES MARCHES PUBLICS

Afin de répondre plus facilement aux marchés publics, il est important de prendre connaissance de leur existence, puisque tout dépend de la publicité organisée.

La procédure de publicité d'un marché public va dépendre du montant estimé et de l'objet du marché. En fonction de ces éléments, 3 types de publicité sont envisageables :

- **Recours facultatif à la publicité : pour tout marché dont le montant est inférieur à 25 000 € HT**, aucune règle de publicité ne s'impose. Le développement des réseaux, l'inscription sur les sites des principaux donneurs d'ordre publics et des sollicitations directes peuvent aider à identifier certains marchés.

- **Publicité adaptée dont les modalités sont librement choisies par l'acheteur pour les marchés inférieurs à 90 000 € HT.**

La publication sur son site internet et dans la presse spécialisée est recommandée à l'acheteur. L'information des entreprises s'effectue également à travers des sollicitations directes.

- **Publication d'un avis de marché dans un journal d'annonces légales** (cf. p.13) ou le Bulletin officiel des annonces des marchés publics (BOAMP) pour les marchés à partir de 90 000 € HT mais qui restent inférieurs aux seuils européens (cf. tableau ci-dessous).

- **A partir des seuils européens**, l'avis de marché est d'abord publié au Journal Officiel de l'Union Européenne (JOUE) et 48 heures plus tard au niveau national (BOAMP).

Seuils européens de procédure formalisée – Montants hors taxes

	L'État et ses établissements publics administratifs	Les collectivités, leurs établissements, les établissements publics de santé et les EPIC	Les entités adjudicatrices*
Fournitures et services	à partir de 144 000 €	à partir de 221 000 €	à partir de 443 000 €
Travaux	à partir de 5 548 000 €		

* Entités adjudicatrices : ce sont les acheteurs qui exercent une activité d'opérateur de réseaux (dans les secteurs de l'électricité, du gaz, de l'eau, des transports ou des services postaux).

Attention, pour les marchés publics de défense et de sécurité, le seuil de procédure formalisée est de 443 000 € HT pour les fournitures et services, et de 5 548 000 € HT pour les travaux et ce, quel que soit le statut de l'acheteur.

Où se renseigner sur les marchés publics ?

Toute entreprise (travaux, fournisseur de produits, prestataire de services) souhaitant répondre aux marchés publics doit d'abord passer par une phase de recherche des avis de marchés publiés par les acheteurs. L'accès à l'information est facilité par l'existence d'une publicité (cf. supra p. 11).

Selon les types de marchés et leur valeur estimée, les acheteurs doivent donner une publicité plus ou moins importante à leurs avis de marché pour garantir aux entreprises un accès équitable à l'information

Il existe également des plateformes d'accès et de réponse aux marchés publics appelées "profil d'acheteurs".

ZOOM SUR

Le profil d'acheteur

C'est le nom donné à une plateforme en ligne permettant aux acheteurs de publier leurs avis d'appel à la concurrence, leurs documents de consultation (DC), et de réceptionner par voie électronique sécurisée les offres transmises par les candidats à un marché public.



LES SUPPORTS PRINCIPAUX DE PUBLICITE

- **Le Journal officiel de l'Union Européenne (JOUE)** pour tous les marchés dits "européens" qui doivent être passés selon une procédure formalisée (appel d'offres, ouvert ou restreint ; procédure avec négociation ; dialogue compétitif).
ted.europa.eu
- **Le Bulletin officiel des annonces des marchés publics (BOAMP)** qui doit accompagner le JOUE à partir des seuils européens pour certains acheteurs. Il est également obligatoire au-dessous des seuils européens dès lors que le marché atteint 90 000€ HT si l'acheteur décide de ne pas publier dans un journal d'annonces légales.
www.boamp.fr
- **Les journaux d'annonces légales** dont la liste officielle est régulièrement mise à jour sur les sites internet des préfectures.
<https://www.service-public.fr/>

JE VIENS DE RECEVOIR UN SMS D'ALERTE !

LA RÉGION, QUI VIENT DE LANCER UN NOUVEL APPEL D'OFFRES



BON À SAVOIR

S'informer des marchés existants

Pour s'informer au mieux, il convient de mettre en place des alertes. Les journaux d'annonces légales, boamp.fr ou ted.europa.eu, proposent souvent des services de veille électronique des avis de marché. Des prestataires privés proposent également de tels services.

LES PRINCIPAUX PROFILS

D'ACHETEURS :

- La plateforme des achats de l'État, PLACE (www.marches-publics.gouv.fr), qui regroupe tous les marchés de la présidence de la République, de l'ensemble des ministères, des chambres de commerce et d'industrie et de l'UGAP, centrale d'achat public.
- Acheteurs publics en régions : par exemple, territoires numériques Bourgogne-Franche-Comté, maximilien.fr (Île-de-France), marches.megalisbretagne.org (Bretagne).

BON À SAVOIR

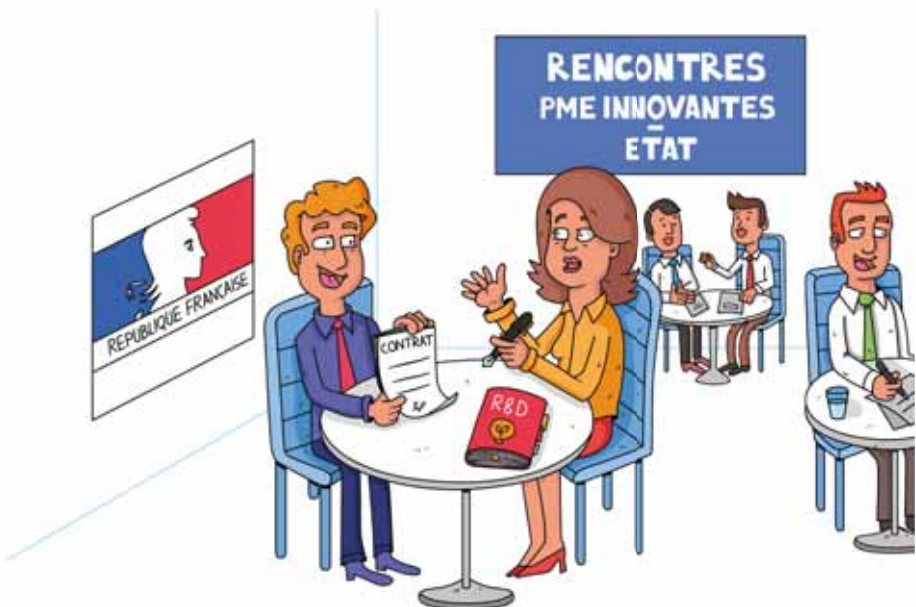
Quelques conseils pour cibler au mieux les appels d'offres

- Identifier, dans son entreprise, les responsabilités de chacun en matière de veille et d'échange avec les plateformes publiques.
- Définir avec précision les mots clés par type d'achat et le secteur géographique.
- Utiliser les codes CPV (*Common Procurement Vocabulary*), qui permettent de repérer les appels d'offres pertinents pour l'entreprise. L'utilisation de cette nomenclature européenne améliore la transparence des marchés publics en visant à standardiser les références utilisées pour décrire l'objet d'un marché.
- Disposer d'une adresse mail de contact pérenne accessible par plusieurs personnes.
- Pendant la passation, des questions écrites peuvent être posées à l'acheteur par le candidat sur les contours du marché public.
- Il existe un certain nombre de plateformes privées qui agrègent les avis de marchés publiés en France, notamment ceux publiés dans la presse régionale.

Des opportunités pour les PME innovantes

Le montant d'achats innovants réalisé par l'Etat auprès des PME et ETI innovantes s'élève à 1 milliard d'euros et 35% des dépenses intérieures de R&D sont réalisées par des administrations.

Pour aller plus loin, l'Etat soutient les achats innovants par la mise en place d'une expérimentation dont l'objectif est de faciliter l'acquisition de solutions innovantes auprès de PME en allégeant les formalités administratives.



PLUSIEURS MESURES EXISTENT DEJA POUR SOUTENIR L'ACHAT INNOVANT

- Des rencontres s'organisent entre les acheteurs de la Direction des achats de l'État, l'UGAP et les entreprises innovantes. Elles permettent à ces dernières de présenter et faire connaître leurs offres et solutions, en réponse à des familles de besoins identifiés. Les chambres de commerce et d'industrie organisent également des rencontres au niveau local.
- La plateforme des achats d'innovation créée par l'État facilite la mise en relation entre les ministères, les établissements publics et les PME innovantes avant la rédaction d'un appel d'offres. Elle permet aux entreprises de concrétiser un contact direct avec le secteur public en présentant une compétence différenciée. La mise en relation peut s'effectuer soit en répondant à un appel à compétences, soit en transmettant une proposition spontanée.
- Des procédures de marché favorisent l'innovation :
 - les procédures avec négociation pour des besoins nécessitant des solutions adaptées, incluant de la conception ou complètement innovantes ;
 - les marchés passés sans publicité ni mise en concurrence préalables conclus à des fins de recherche, d'expérimentation, de développement ou d'étude ;

- la possibilité de proposer des variantes pour faire valoir un savoir-faire innovant.

- Une forme de marché spécifique « le partenariat d'innovation » (produits, services, travaux innovants), découpé en phases et incluant la rémunération des entreprises pour les travaux réalisés, même en phase de conception de la solution. Par exemple, dans le cadre d'une procédure avec négociation pour concevoir une solution : développement d'un prototype, test du prototype et achat du produit sans mise en concurrence à la fin du partenariat.

ZOOM SUR

Une expérimentation au service de l'innovation

En appui des mesures en faveur de l'innovation dans le plan d'action pour la transformation des entreprises (PACTE), une expérimentation de 3 ans permet aux acheteurs de passer un marché public négocié sans procédure de mise en concurrence ni publicité préalables pour leurs achats innovants d'un montant inférieur à 100 000 € HT.

Cette expérimentation facilite l'acquisition de solutions innovantes auprès de PME en allégeant les formalités administratives.

Comprendre les documents d'un marché public

Plusieurs types de documents sont mis à la disposition des entreprises dans le cadre d'un marché public.

L'AVIS D'APPEL À LA CONCURRENCE

L'avis d'appel à la concurrence (avis de marché par exemple) récapitule les informations essentielles relatives au marché. L'entreprise doit principalement porter son attention sur :

- l'objet du marché
- la date de remise des offres
- le lieu d'exécution
- la procédure choisie par l'acheteur



LE DOSSIER DE CONSULTATION (DC)

Les documents nécessaires pour répondre au marché sont dans le dossier de consultation qui est à télécharger sur le profil d'acheteur. Le DC comprend généralement :

- le règlement de consultation (R.C.) ;
- le cahier des clauses administratives particulières (C.C.A.P.) ;
- le cahier des clauses techniques particulières (C.C.T.P.) ;
- l'acte d'engagement (Attri-1) et ses annexes.

Dès la connexion sur le « profil d'acheteur », il convient de télécharger le dossier en renseignant son identité afin d'être informé de toute modification des éléments du dossier.

LE RÈGLEMENT DE CONSULTATION

Contenu dans le dossier de consultation des entreprises, c'est le document complémentaire de l'avis d'appel à la concurrence. Il fixe toutes les règles de passation du marché :

- Allotissement ou non (marché unique, marché global...)
- Variantes autorisées ou non
- Tranches conditionnelles ou non
- Contenu du dossier de candidature
- Contenu de l'offre
- Critères de sélection et pondération
- Coordonnées du responsable administratif et technique en charge de la consultation
- Modalités de réponse électronique, signature électronique exigée ou non au stade du contrat

BON À SAVOIR

Afin de simplifier le dépôt des offres, le formulaire Attri-1 n'est exigé qu'au terme de la procédure afin de formaliser le marché.

Comment candidater à un marché public ?

DOCUMENTS ET RENSEIGNEMENTS A FOURNIR LORS DE LA CANDIDATURE

Pour candidater, l'entreprise fournit :

- Les pièces exigées dans le dossier de consultation ;
- Une déclaration sur l'honneur qui permet de justifier qu'elle n'entre dans aucun cas d'exclusion de la procédure (notamment du point de vue de ses obligations fiscales et sociales) ;

- Les renseignements permettant d'apprécier son aptitude et ses capacités économiques, financières, professionnelles et techniques (chiffre d'affaires global, effectifs et équipements techniques, références ou certificats de qualification professionnelle).

→ Si l'acheteur peut récupérer les documents automatiquement via le Service DUME, les attestations n'ont pas à être fournies.

BON À SAVOIR

Utilisation du DUME

La déclaration sur l'honneur et les renseignements sur l'aptitude et les capacités peuvent être remplacés par le DUME qui est le formulaire à privilégier. Le service DUME (voir p. 6) permet aux entreprises de créer un formulaire, puis de le télécharger pour le joindre à la réponse au marché.

Les formulaires "DC" (DC1, DC2...), diffusés par la DAJ de Bercy, restent disponibles mais seront amenés à disparaître.

ZOOM SUR

Le E-DUME

Version électronique et simplifiée du DUME, y figurent l'objet du marché, l'identité de l'acheteur et de l'opérateur économique ainsi que les différents critères de sélection de l'acheteur. Il est pré-rempli grâce au numéro Siret de l'entreprise candidate et peut être réutilisé si les informations fournies n'ont pas changé. Il peut être exporté sous forme de fichier informatique (ce qui facilite sa réutilisation lors d'un marché ultérieur).

L'OFFRE

L'entreprise transmet à l'acheteur une offre qui est la réponse technique et financière qu'elle propose.

- La remise d'une offre de base doit être conforme à l'objet du marché.
- L'entreprise peut faire des propositions techniquement plus performantes ou financièrement plus intéressantes que celles demandées initialement par l'acheteur (variantes) si le marché le permet.

- La réponse électronique est obligatoire en principe et il est préconisé de la faire directement sur le profil d'acheteur.

BON À SAVOIR

- Ne pas se laisser surprendre par la date et l'heure limites de remise des dossiers.
- Rester vigilant quant à la taille des fichiers transmis car ceux-ci peuvent être nombreux.
- L'offre doit être transmise en une seule fois avant l'expiration du délai. Si plusieurs offres sont transmises successivement, seule la dernière reçue est ouverte. Pour modifier une offre déjà réceptionnée, le candidat doit transmettre une nouvelle offre complète avant la fin du délai de réponse. Celle-ci sera admise et la première rejetée.
- Vérifier s'il est possible de proposer des variantes.

La dématérialisation : Une avancée majeure

La dématérialisation de la passation des marchés publics à partir de 25 000 € HT est devenue obligatoire le 1^{er} octobre 2018.

Cela signifie que les entreprises candidates doivent répondre uniquement par voie électronique, ce qui permet une réduction des échanges de documents et une suppression des frais liés à leur transport, ainsi qu'un traitement plus rapide.



COMMENT METTRE EN OEUVRE LA PROCEDURE DEMATERIALISEE ?

- Afin de répondre à une exigence de confidentialité et de sécurité, il est préférable de déposer les réponses aux marchés sur un profil d'acheteur (voir p. 14), l'acheteur pouvant même l'imposer. D'autres moyens de réponse définis par l'acheteur restent possibles dans certains cas (ex : au-dessous de 25 000 € HT, la réponse sur une boîte mail peut suffire).
- La signature (électronique ou non) des documents autres que le marché final n'est pas obligatoire, sauf si l'acheteur la demande.
- La signature électronique, proposée ou imposée par l'acheteur, présente l'avantage de garantir l'identité du signataire et l'intégrité du document.

ZOOM SUR

Le certificat de signature électronique

Pour signer électroniquement, il est nécessaire d'acheter un certificat auprès d'un prestataire qualifié. Ce certificat est valable généralement 1 à 3 ans. Vous pouvez sélectionner un prestataire de confiance dans une liste préétablie sur le site de l'ANSSI par exemple : <https://www.ssi.gouv.fr/administration/visa-de-securite/>

QU'EST CE QU'UNE SIGNATURE ELECTRONIQUE ?

La signature électronique a la même valeur juridique que la signature manuscrite. Il ne s'agit pas d'une signature manuscrite scannée et apposée sur un document, qui n'est pas considérée comme une signature originale.

Pour signer électroniquement son offre, le candidat devra disposer d'un certificat de signature électronique et de l'application logicielle correspondante.

Cette dernière est souvent proposée par les « profils d'acheteurs ». Le certificat de signature électronique est nominatif. Son titulaire doit avoir la capacité d'engager la société ou disposer d'une délégation de pouvoir.

BON À SAVOIR

- L'obtention d'un certificat de signature électronique peut prendre jusqu'à 3 semaines.
- Le document signé sur papier puis numérisé avant sa transmission n'a pas valeur de document original.
- La signature électronique du fichier zip ne suffit pas. Il faut signer les pièces individuellement.
- Attention à la date de fin de validité du certificat de la signature électronique.

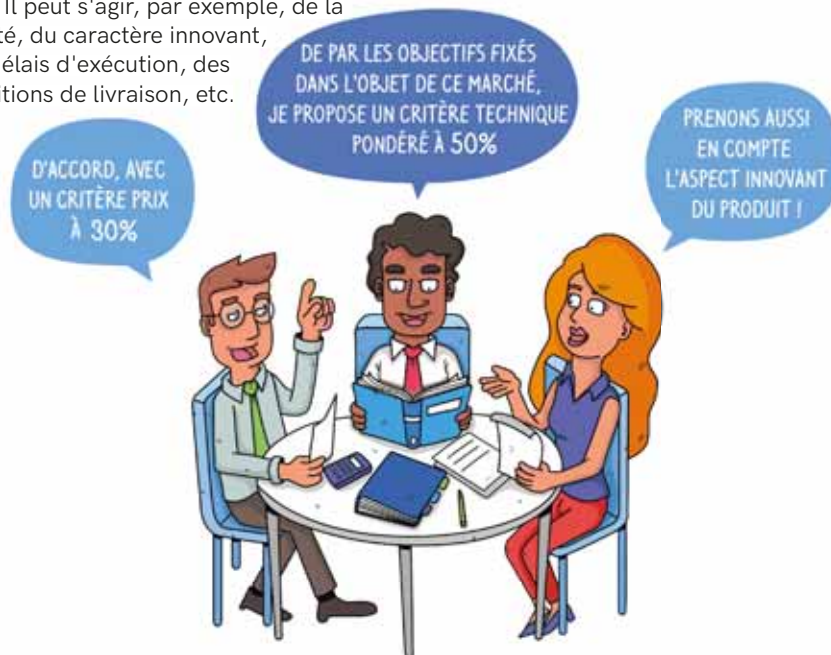
L'attribution du marché

Pour attribuer le marché à l'entreprise qui présente l'offre économiquement la plus avantageuse, l'acheteur utilise des critères qu'il indique dans les documents de la consultation pour des raisons de transparence.

DETERMINER ET UTILISER LES CRITERES DE SELECTION

L'acheteur a la possibilité de s'appuyer sur un critère unique qui peut être le prix (à condition que le marché ait pour seul objet l'achat de services ou de fournitures standardisés dont la qualité ne varie pas d'un opérateur économique à un autre) ou le coût (déterminé selon une approche globale qui peut être fondée sur le coût du cycle de vie).

Il peut également se fonder sur une pluralité de critères non-discriminatoires et liés à l'objet du marché ou à ses conditions d'exécution, incluant le critère du prix ou du coût. Il peut s'agir, par exemple, de la qualité, du caractère innovant, des délais d'exécution, des conditions de livraison, etc.



PONDERER LES CRITERES DE SELECTION

Dans le cadre des procédures formalisées, l'acheteur doit en principe pondérer chaque critère avec un coefficient. Les coefficients appliqués à chaque note aboutissent à une note globale, qui permet de classer les candidats. Le candidat retenu est celui qui a obtenu la note globale la plus élevée.

INFORMER LES CANDIDATS

- Le candidat pressenti doit, pour être définitivement retenu, fournir une copie des pièces auxquelles l'acheteur n'aurait pas déjà eu accès.
- L'acheteur doit également informer les candidats évincés du rejet de leur offre. Si un candidat ne reçoit pas les motifs de ce rejet automatiquement, il peut en demander communication.

BON À SAVOIR

Soyez très vigilant sur la part accordée à chaque critère dans les documents de la consultation.

Les étapes du processus de paiement

Le paiement d'une prestation est la conclusion d'un enchaînement d'étapes clairement définies. L'exécution des prestations démarre après la notification du contrat, la réception d'un ordre de service ou la réception d'un bon de commande.

DU "SERVICE FAIT" AU PAIEMENT

Le « service fait » rend compte d'un processus de vérification de l'exécution des prestations en 2 étapes :
la constatation du service fait
et la certification du service fait.

La prestation ayant été certifiée "faite", l'acheteur procède à la mise en paiement après réception de la facture.

PIECES A FOURNIR POUR LE PAIEMENT

L'entreprise doit fournir une facture ou une situation de travaux à l'acheteur. Pour exécuter le paiement, l'acheteur peut avoir besoin de documents complémentaires. Il est important de respecter les mentions et de fournir les documents nécessaires, au risque d'un rejet de la facture.

La facturation électronique a connu une rapide montée en puissance puisque l'Etat a l'obligation d'accepter les factures dématérialisées émises par ses fournisseurs depuis le 1^{er} janvier 2012.

Dans le cadre de la simplification administrative, la facturation

électronique devient progressivement obligatoire dans le secteur public en fonction de la taille de l'entreprise (cf. zoom ci-dessous).

ZOOM SUR

Calendrier du déploiement de la facturation électronique

- 1^{er} janvier 2017 : obligation pour les grandes entreprises (plus de 5 000 salariés) et leurs filiales, et les personnes publiques ;
- 1^{er} janvier 2018 : obligation pour les entreprises de taille intermédiaire (250 à 5 000 salariés) ;
- 1^{er} janvier 2019 : obligation pour les petites et moyennes entreprises (10 à 250 salariés) ;
- 1^{er} janvier 2020 : obligation pour les très petites entreprises (moins de 10 salariés).

DELAIS DE PAIEMENT

A réception de la facture, l'acheteur dispose d'un délai de 30 jours (pour la plupart des acheteurs notamment l'Etat et ses établissements publics, ainsi que les collectivités territoriales et les établissements publics locaux) pour en effectuer le paiement. Le contrat peut prévoir un délai inférieur.

Des cas particuliers existent cependant pour :

- Les établissements publics de santé : 50 jours maximum
- Les entreprises publiques : 60 jours maximum

Tout retard de paiement donne automatiquement droit à des intérêts moratoires et à une indemnité forfaitaire pour frais de recouvrement. Ceux-ci doivent être payés dans les 45 jours suivant la mise en paiement du principal.

PAIEMENTS ANTICIPES

- **Les avances** : elles consistent à payer une partie des sommes prévues au marché avant tout commencement d'exécution. L'avance est obligatoire dès lors que le montant du marché est supérieur à 50 000 € HT et d'une durée supérieure à 2 mois, mais l'acheteur peut la verser même lorsqu'elle n'est pas obligatoire. Le montant minimal de l'avance est de 5 %, voire 20 % pour les marchés conclus entre l'Etat et les PME. Elle peut être supérieure à 5 % ou 20 %, sans dépasser 30 % du montant du marché. Elle peut même atteindre 60 % sous réserve que le titulaire constitue une garantie à première demande.
- **Les acomptes** : toute prestation ouvre droit à un acompte qui ne peut pas dépasser le montant des prestations déjà réalisées. Par exemple, si le prestataire a livré la moitié des fournitures, il a droit à un acompte d'un montant égal à la moitié de leur prix. Les acomptes sont versés au maximum tous les 3 mois voire au maximum tous les mois pour les PME titulaires d'un marché de travaux.

ZOOM SUR

L'Etat veut faciliter davantage l'accès des TPE/PME à la commande publique

De nouvelles mesures d'ordre financier permettent d'élargir l'accès à la commande publique pour les PME. Ainsi, outre le rehaussement du taux minimal des avances versées par l'Etat à des PME (voir ci-dessus), le taux maximal des retenues de garantie a été abaissé de 5 à 3 % pour les marchés conclus par l'Etat avec des PME.

Que faire en cas de problème ?

En cas de difficulté dans le cadre de l'exécution d'une commande publique, notamment lorsque le dialogue entre l'acheteur et le fournisseur est rompu, et/ou qu'un désaccord persiste, le Médiateur des entreprises est compétent et peut vous aider !

Saisissez-le le plus tôt possible, et n'attendez surtout pas que la situation devienne critique pour votre entreprise. Son service est gratuit et il permet de trouver des solutions dans un cadre confidentiel.

Après avoir déposé en ligne une demande de médiation sur www.mediateur-des-entreprises.fr, un médiateur délégué prend rapidement contact avec vous. Vous définirez ensuite avec votre partenaire commercial, une approche permettant de recréer le dialogue et de trouver des solutions viables et pérennes.

Un réseau de médiateurs nationaux et régionaux est à votre écoute sur l'ensemble du territoire.



Pour aller plus loin...

EN SAVOIR PLUS SUR LE DUME

Site de la DAJ : <https://www.economie.gouv.fr/daj/dume-esp>

BOURSE A LA CO-TRAITANCE

Site de la DAE : https://www.marches-publics.gouv.fr/docs/outils-esr-2017/place/Bourse_cotraitance_mode_emploi.pdf

Portail des marchés publics franciliens : <http://www.maximilien.fr/espace-entreprises/bourse-a-la-co-sous-traitance/>

PROFILS D'ACHETEURS

Espace dédié à la commande publique numérique : <https://marchespublicsnumeriques.fr/>

SIGNATURE ELECTRONIQUE

Site de l'Agence nationale de la sécurité des systèmes d'information (ANSSI) : https://www.ssi.gouv.fr/uploads/2016/06/eidas_delivrance-certificats-qualifies_v1.1_1_anssi.pdf

LES FICHES ET LES GUIDES "TRES PRATIQUES" DE LA DAJ

<https://www.economie.gouv.fr/daj/conseil-acheteurs-fiches-techniques>

<https://www.economie.gouv.fr/daj/dematierialisation-commande-publique>

ZOOM SUR

L'accompagnement des TPE/PME à la dématérialisation des factures

L'AIFE (Agence pour l'informatique financière de l'Etat), met à la disposition des entreprises sur son site internet et sur sa chaîne Youtube, de nombreuses informations, conseils et tutoriels pour appréhender la facturation électronique via Chorus Pro notamment.

<https://www.economie.gouv.fr/aife/facturation-electronique>

Handwriting practice lines consisting of 20 horizontal dotted lines.

Ce guide pratique à destination des entreprises
a été élaboré en concertation avec :



Le Médiateur des entreprises
98-102, rue de Richelieu - 75002 Paris
Tél. : 01 53 17 89 38

www.mediateur-des-entreprises.fr