

DOSSIER SPECIAL ACHETEUR PUBLIC

Bien préparer son marché : les clés pour faciliter l'accès des TPE et PME aux marchés publics

Rédaction Virginie VOQUE, Consultante en Marchés Publics
Gérante EXPERT AO CONSEIL – janvier 2022

EXPERT AO CONSEIL

conseil@expert-ao-conseil.com

06.09.06.70.59

www.expert-ao-conseil.com



Acheteurs

- Audit de vos DCE
- Conseils stratégiques, techniques et juridiques pour sécuriser vos procédures
 - relectures
- Accompagnement à l'élaboration de vos marchés
- AMO sur toutes les étapes de la consultation (dépot demat, négociation, dépouillement des offres, courriers..)
- Mise à jour de la réglementation

Entreprises

- Audit de vos mémoires techniques
- Conseils stratégiques, techniques et juridiques pour optimiser vos chances de remporter les marchés
- Accompagnement à une démarche d'amélioration continue
 - Co rédaction de vos réponses
 - Dépot dématérialisé
 - Veille des marchés



Bien préparer son marché : les clés pour faciliter l'accès des TPE et PME aux marchés publics

C'est souvent un vœu pieux de la part des acheteurs : favoriser l'accès des petites entreprises (locales ?) à leurs marchés.

Occupant souvent plus un rôle de « partenaire » que de fournisseur, une TPE/PME présente de nombreux atouts pour le secteur public et pour les acheteurs qui bénéficient d'avantages comme :

- Une expertise plus fine,
- Plus de réactivité grâce à la proximité,
- Un engagement plus fort en termes de qualité
- Très souvent des actions récurrentes en lien avec la RSE
- Et bien entendu, un soutien au développement économique du territoire

Coté opérateurs économiques, la commande publique est un véritable levier de développement commercial.

Apportant notoriété, pérennité du CA et assurance de paiement, travailler avec la commande publique représente un véritable intérêt.

A noter également le soutien de l'état aux entreprises dans le cadre de la crise du COVID avec plusieurs adaptations rapides et efficaces.

Et pourtant.... Bon nombre de marchés ne sont pas pourvus par manque ou absence totale de réponses.

Malgré les nombreuses avancées et recherches de simplification ces dernières années (évolution de la dématérialisation, relèvement des seuils etc.) les marchés publics pâtissent encore de nombreux préjugés et sont souvent perçus comme « compliqués » par les opérateurs économiques.

Quelques chiffres qui parlent d'eux même : depuis plusieurs années le chiffre stagne : en 2020, moins de 60% des marchés sont remportés par les PME alors même qu'elles représentent plus de 99% du tissu économique au niveau national.

Pour optimiser l'efficacité de vos achats, il est important aujourd'hui de mettre toutes les chances de votre côté pour attirer plus d'opérateurs économiques sur vos marchés. Vous en tirerez tous les bénéfices liés à une meilleure mise en concurrence :

- **Plus de choix**
- **Des propositions plus adaptées à vos besoins**
- **Des négociations (dans le cadre des MAPA) plus efficaces**

La première clé réside dans une bonne préparation de votre marché.

Voici quelques conseils issus du guide pratique pour faciliter l'accès des TPE/PME à la commande publique édité par l'OECP (Observatoire économique de la commande publique).

DEFINIR AU MIEUX SON BESOIN

Savoir ce dont nous avons besoin pour mieux acheter est une évidence lorsque l'on peut faire évoluer sa demande en fonction des offres reçues. Malheureusement, les marchés publics imposent une rédaction préalable d'un cahier des charges qui ne pourra plus (ou peu) être modifié. Il faut alors connaître son marché et ses spécificités pour être au plus près des réalités économiques et techniques. Si vous possédez des experts en interne, ceci vous posera peu de problème. Mais est-ce réellement le cas ?

Le marché public « moderne » vous incite aujourd'hui à aller au-devant des fournisseurs et à pratiquer, autant que faire ce peu **LE SOURCING**.

Le dialogue avec les opérateurs économique existe depuis longtemps mais il était souvent soumis à interprétation. Depuis 2016, ce dialogue est encouragé dans un but de performance de l'achat public (et de meilleure utilisation des deniers publics), notion reprise dans le code de la commande publique actuel.

Décret n° 2018-1075 du 3 décembre 2018 portant partie réglementaire du code de la commande publique

Article R. 2111-1 [Etudes et échanges préalables avec les opérateurs économiques (« sourcing » ou sourçage) - Aide à la définition du besoin]

Afin de préparer la passation d'un marché, l'acheteur peut effectuer des consultations ou réaliser des études de marché, solliciter des avis ou informer les opérateurs économiques de son projet et de ses exigences.

Les résultats des études et échanges préalables peuvent être utilisés par l'acheteur, à condition que leur utilisation n'ait pas pour effet de fausser la concurrence ou de méconnaître les principes mentionnés à l'article L. 3.

Mais même si ce « sourcing » est encouragé, il ne doit pas moins être réfléchi (Le prochain dossier spécial sera consacré au sourcing dans les marchés publics)

Chaque entité publique définira donc ses propres règles en termes de communication avec les candidats pour garantir l'intégrité de chacun et la non-distorsion de la concurrence.

Pratiqué, bien entendu, en amont du lancement de la procédure, il permet de valider certains paramètres techniques ou financiers et, le cas échéant, découvrir les solutions innovantes qui pourraient répondre au besoin identifié.

Une autre possibilité pour recevoir des propositions au plus proche de ses attentes est de rédiger un cahier des charges fonctionnel.

C'est-à-dire, un cahier des charges qui s'exprime plus en termes de résultats attendus qu'en termes de méthodologie imposée.

Ainsi, vous échapperez à la tentation de trop « fermer » votre CCTP et vous ouvrez à de nouvelles possibilités pour un résultat au moins identique, si ce n'est, mieux que celui visé.

Il conviendra tout de même d'encadrer certaines choses et notamment d'envisager un prix plafond.

DECOMPOSER SON MARCHÉ EN LOTS COHERENTS

Même si la mutualisation des achats est un phénomène de plus en plus présent, il faut toujours garder en tête qu'une TPE/PME ne pourra pas couvrir à elle seule un territoire ou des techniques trop larges.

Pour rappel, l'allotissement est une obligation pour l'ensemble des marchés passés et que la dérogation à cette règle doit être exceptionnelle et justifiée (art L 2113-10 du CPP) mais c'est à vous de définir le nombre, l'objet et la taille des lots.

Ces lots peuvent être techniques et/ou géographiques et vous pouvez définir des règles d'attribution ou de soumission. Par exemple, une même entreprise ne pourra être attributaire de plus de x lots, ou une même entreprise ne pourra pas candidater à plus de x lots. Ceci vous permet d'optimiser l'ouverture de votre marché à la concurrence.

Afin de bien définir les périmètres de vos lots, il sera important de toujours réfléchir à leur impact et quel type d'entreprise vous souhaitez attirer. Par exemple, mélanger électricité et plomberie dans un même lot attirera plutôt les entreprises généralistes et peu les opérateurs spécialisés.

La pratique du *sourcing* abordée ci-avant pourra vous aider à avoir une meilleure analyse des secteurs économiques concernés.

BIEN DEFINIR SES DELAIS

Vous êtes souvent pris par le temps et êtes parfois soumis à des délais d'urgence mais n'oubliez jamais que les candidats ont besoin de temps pour vous élaborer une offre.

Si en appel d'offre un délai minimum de publicité est imposé, rien n'est réellement cadré en MAPA. Ceci incite parfois certains acheteurs à accélérer leur processus d'achat en raccourcissant les délais de réponses.

Ceci conduit bien souvent à un désintérêt des opérateurs économiques lorsqu'ils ne disposent pas d'assez de temps pour étudier une offre économiquement viable.

Il conviendra donc d'intégrer plusieurs paramètres pour définir les délais de réponse comme, entre autres :

- Complexité du marché
- Tissu concurrentiel
- Obligation de visite

Enfin, tenez compte des réalités économiques des entreprises et, notamment, des périodes où l'activité est ralentie comme le mois d'août par exemple.

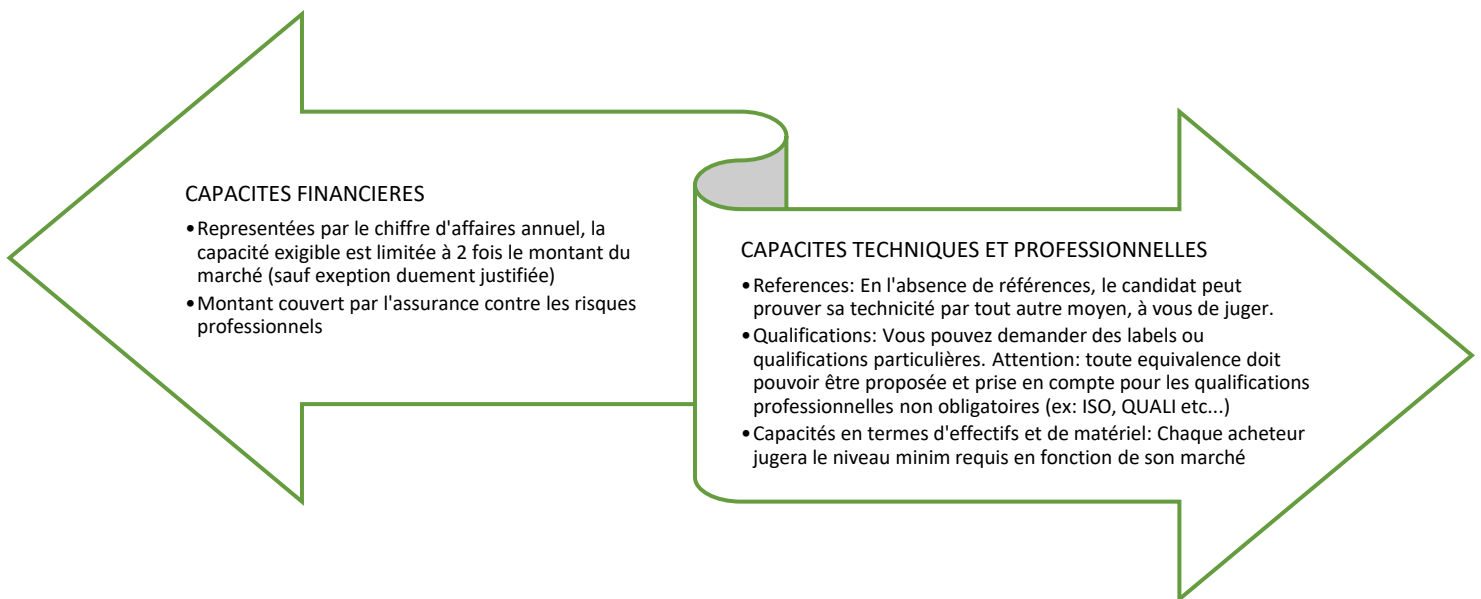
CHOISIR AU MIEUX SES CRITERES D'ATTIBUTION

Plusieurs catégories de critères vont entrer en ligne de compte dans le choix de l'attributaire :

- SELECTION DES CANDIDATS

Vous pouvez imposer aux candidats de détenir un minimum de capacités pour répondre à votre besoin sous réserve que ces exigences soient justifiées et en rapport avec l'objet et le volume du marché.

Les capacités peuvent être jugées sur 3 domaines



- ATTRIBUTION DU MARCHÉ

Pour attribuer son marché, l'acheteur peut se reposer sur un critère unique (le prix ou le coût) ou sur une pluralité de critères liés au marché et non discriminatoires.

Ils doivent, dans tous les cas, être portés à la connaissance des candidats dans le règlement de consultation et/ou l'avis d'appel à la concurrence.

Idéalement, ils doivent être pondérés ou à minima hiérarchisés.

Ces critères étant fixés librement, il faudra toujours vous poser la question de ce qui est vraiment important pour vous :

- Ai-je besoin de l'offre la moins chère sans tenir compte de la qualité ?
- Les délais d'exécution vont-ils impacter dans mon choix ?
- Y a-t-il des contraintes à respecter en termes de développement durable ?
- Etc...

Si vous vous posez les bonnes questions, vous aurez souvent la surprise de voir que le prix n'arrive pas toujours (et même rarement) au premier plan.

Vos critères doivent être suffisamment nombreux pour qualifier et classer réellement les offres.

Précision sur les critères liés au développement durable :

Si vous optez pour un critère lié à la performance de l'entreprise en termes de développement durable (exemple insertion, environnement ou autre) il faudra que ce critère soit lié au marché et non à la politique globale de l'entreprise (jurisprudence CE lai 2018, Nantes métropole, N°417580)

ENCOURAGER LES VARIANTES

On considère comme variante une offre qui diffère du cahier des charges initial en termes de méthodes, matériaux ou autre.

Les variantes ont pour avantages de proposer souvent des solutions plus qualitatives, plus rapides, moins chères ou tout autre élément positif.

Ouvrir aux variantes c'est aussi s'ouvrir à l'innovation.

Attention : il est préférable d'encadrer cette ouverture aux variantes en précisant, entre autres, quels sont les éléments non modifiables de votre cahier des charges.

Il faudra également prendre en compte cette notion de variante possible dans les critères de choix d'attribution afin de pouvoir analyser au mieux l'ensemble des propositions.

Vous voilà maintenant prêts pour construire vos marchés d'une façon moderne, fiable et efficace.

A vous jouer 😊

