



M
A
R
C
H
É
S
P
U
B
L
I
C
S

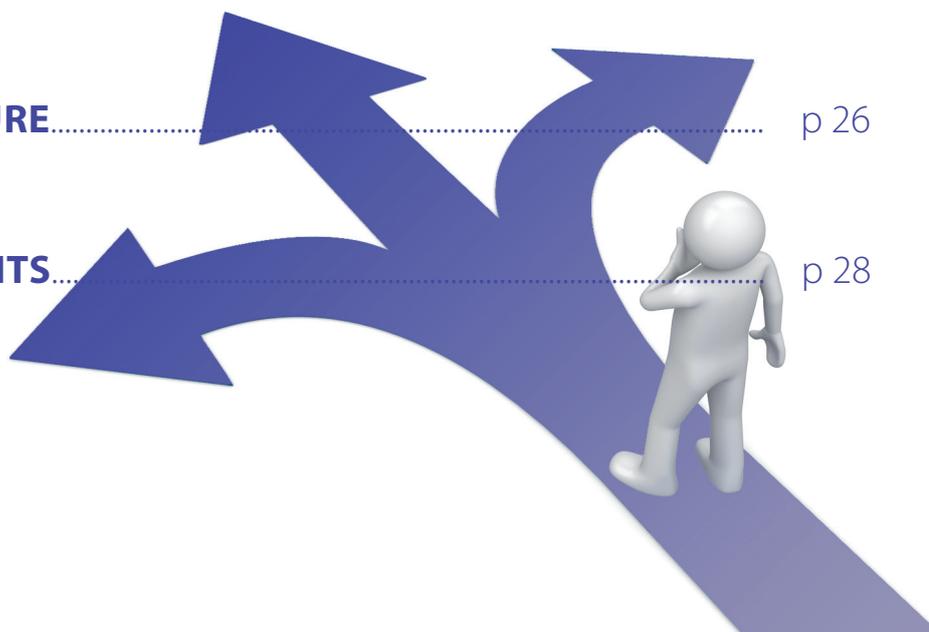
M O D E D ' E M P L O I

Pour ceux qui hésitent encore ...



PLAN DU GUIDE

✓	LES FONDAMENTAUX	p 2
✓	TROUVEZ VOS MARCHÉS.....	p 5
✓	CIBLEZ VOS MARCHÉS.....	p 7
✓	RÉPONDRE À UN MARCHÉ PUBLIC.....	p 9
✓	OPTIMISEZ VOS CHANCES DE SUCCÈS.....	p 15
✓	LA DÉMATÉRIALISATION.....	p 18
✓	LES OFFRES DE SERVICES EN ALSACE.....	p 22
✓	FINANCEZ VOS MARCHÉS.....	p 24
✓	LES DISPOSITIFS RÉGIONAUX.....	p 25
✓	POUR CONCLURE.....	p 26
✓	REMERCIEMENTS.....	p 28



En 2009, la commande publique a représenté 130 milliards d'euros en France, soit 30% de la commande totale des entreprises en valeur.

Malheureusement les marchés publics font les frais d'une image négative auprès des TPE/PME. Cette image est véhiculée par de nombreuses idées reçues. Lorsque l'on interroge les dirigeants d'entreprises, les objections sont récurrentes : démarches administratives et procédures trop lourdes, délais de paiement trop longs, manque de temps, marchés réservés aux grandes structures... voire marchés joués d'avance.

Cependant, de nouvelles mesures, souvent ignorées, favorisent l'accès des TPE/PME aux marchés publics : les délais de paiement ont été réduits, les procédures de marchés allégées, les allotissements facilités... Il y a une réelle volonté des donneurs d'ordres de faciliter l'accès à la commande publique des petites et moyennes structures.

En partant de ces constats conjugués aux succès de plusieurs initiatives prises par les pouvoirs publics en Alsace, nous avons pris la décision de réaliser ce guide synthétique.

Le marché de la commande publique devrait vous permettre de consolider ou de développer votre activité.

À travers ce support facile à lire, nous avons essayé de compiler les acquis de notre expérience et de partager avec vous les informations collectées.

En vous souhaitant une bonne lecture.

Jean-Pierre LAVIELLE

Président de la Chambre Régionale de Commerce et d'Industrie d'Alsace



A handwritten signature in black ink, which appears to be 'JP Lavielle', written in a cursive style.

→ QU'EST CE QU'UN MARCHÉ PUBLIC ?

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



→ QUI PEUT RÉPONDRE ?

Toute entreprise peut répondre à un marché public sous réserve qu'elle :

- N'ait pas fait l'objet d'une condamnation lors des 5 dernières années
- Soit à jour de ses cotisations sociales
- Ne soit pas en procédure de liquidation

→ Y A-T-IL DES CONDITIONS POUR RÉPONDRE À UN MARCHÉ PUBLIC ?

La récente évolution du code des Marchés Publics (CMP) oblige le donneur d'ordre public à étudier toute candidature d'une entreprise ou d'un groupement d'entreprises ayant démontré sa capacité à répondre au besoin formulé.

Les entreprises ne sont plus soumises à certains critères comme un montant de chiffre d'affaires ou de capital social minimum.

La seule condition à laquelle l'acheteur public peut soumettre les candidatures concerne certaines normes et certifications.



Malgré le caractère recevable de toute candidature et afin d'optimiser vos chances de remporter le marché, il existe une règle à observer : le montant total du marché ou du lot candidaté ne doit pas être supérieur à 1/3 de votre chiffre d'affaires annuel.

→ QUI SONT LES DONNEURS D'ORDRES PUBLICS ?

Les donneurs d'ordres publics sont les entités qui passent les marchés pour répondre à un besoin. On retrouve l'Etat, les Collectivités Territoriales (Conseils Régionaux, Conseils Généraux, communes et communautés urbaines), les Etablissements Publics nationaux (SNCF...) et locaux (lycées, collèges, hôpitaux...)

[En savoir plus sur les donneurs d'ordres publics](#)

→ LES PROCÉDURES DE PASSATION DES MARCHÉS PUBLICS

La procédure à suivre par l'acheteur public pour la passation du marché est déterminée par la nature et le montant total du marché. On distingue trois familles de procédures.

Objet du marché	Donneurs d'ordres publics	Procédures simples (1)	Procédures adaptées (2)	Procédures formalisées (3)
Marchés de Travaux	TOUS	Moins de 4000 € HT	Entre 4000 et 4,845 millions € HT	Plus de 4.845 mill. € HT
Marchés de Fournitures et Services	ETAT	Moins de 4000 € HT	Entre 4000 et 125 000 € HT	Plus de 125 000 € HT
	Collectivités Territoriales	Moins de 4000 € HT	Entre 4000 et 193 000 € HT	Plus de 193 000 € HT

(1) Qu'est ce qu'une procédure simple ?

Un marché passé en procédure simple est un marché dont la procédure de réponse et les démarches administratives sont comparables à celles d'un marché privé. Le donneur d'ordre public s'adresse directement aux entreprises identifiées ou connues et valide la commande suite à la proposition commerciale.



Il est essentiel de se faire connaître auprès des donneurs d'ordres publics afin d'être spontanément consulté lors de procédures simples.

(2) Qu'est ce qu'une procédure adaptée ?

Le donneur d'ordre fixe lui-même les règles de passation et d'attribution des marchés. Les procédures sont souvent moins strictes et moins exigeantes que celles d'une procédure formalisée.



La majorité des marchés ciblés par les TPE/PME sont des MAPA.

(3) Qu'est ce qu'une procédure formalisée ?

Le donneur d'ordre doit respecter les règles de passation et d'attribution des marchés énoncées dans le Code des Marchés Publics (CMP).

Il existe plusieurs procédures formalisées. Les plus courantes sont les suivantes :

L'Appel d'Offres (ouvert ou restreint), la Procédure Négociée, le Dialogue Compétitif.

[En savoir plus sur les procédures formalisées](#)



Aujourd'hui, environ 80% des marchés publics (hors procédures simples) sont passés en MAPA ou en Appel d'Offres.



Attention !



Information



Conseil

→ LES SEUILS DE PUBLICATION DES MARCHÉS PUBLICS

Objet du Marché	Donneur d'ordre public	Moins de 4000 € HT	Entre 4000 et 90 000 € HT	Plus de 90 000 € HT
Marchés de Travaux, de Fournitures et de Services	Tous (Etat et Collectivités Territoriales...)	Aucune publication obligatoire	Choix libre du support de publication (1)	Publication libre choix du support (1) + Publication officielle (2) + Site spécialisé (3)

(1) Bulletin communal, site Internet des collectivités, presse quotidienne régionale...

(2) Bulletin Officiel des Annonces des Marchés Publics (BOAMP), Journal habilité à recevoir des annonces légales, Journal Officiel de l'Union Européenne (JOUE).

(3) Site Internet auquel le donneur d'ordre public a recours pour ses achats. Ce site doit mettre en ligne les avis, les DCE (Dossier de Consultation des Entreprises) et être sécurisé et confidentiel.

[En savoir plus sur les seuils de publicité](#)



Pour qu'un marché public soit attribué (hors procédures simples), il y a une obligation de respect des procédures de mise en concurrence (un marché peut-être attribué malgré la réception d'une seule candidature sous réserve qu'elle soit en cohésion avec le besoin du Donneur d'Ordre Public. À défaut, le marché sera déclaré infructueux et la procédure relancée).

→ LES POINTS ESSENTIELS

- Toute entreprise en règle peut répondre à un marché public.
- Il y a trois « familles » de procédures : les procédures simples, les procédures adaptées et les procédures formalisées.
- C'est le montant du marché et la nature du donneur d'ordre qui détermine la procédure.
- En dessous de 90 000 € H.T, le donneur d'ordre choisit librement le support de publication de son Avis d'Appel Public à la Concurrence (AAPC).



Malgré la quantité et la diversité des marchés passés par les donneurs d'ordres publics, la spécificité de certaines activités ou un périmètre d'action très local peuvent limiter le « potentiel commande publique » d'une entreprise.

La première étape consiste donc à trouver des marchés afin d'évaluer le « potentiel commande publique » de votre entreprise.

→ METTRE EN PLACE UNE VEILLE AUTOMATISÉE DES MARCHÉS PUBLICS

Pour identifier des Avis d'Appel Public à la Concurrence (AAPC), il faut surveiller les sources de publications. Plusieurs outils Internet automatisés existent pour faciliter et rendre plus efficaces vos recherches.

L'utilisation de systèmes de veilles automatisés est indispensable. Comme vous avez pu le voir dans la première partie du guide «les fondamentaux», pour les marchés inférieurs à 90 000 € H.T, le donneur d'ordre public choisit librement son support de publication.

Pour une détection optimisée des avis, la consultation manuelle des sources de publications (Presse locale, sites Internet des collectivités...) doit rester un complément à votre veille automatisée et non votre base.

Définissez votre périmètre d'action géographique

Comme dans tout développement commercial, la première étape consiste à définir votre périmètre de prospection. Ainsi, vous recevrez des avis de mise en concurrence ciblés (ville, départements, régions ou France).

Pour des activités nécessitant déplacements et interventions sur sites réguliers, la proximité géographique aura une forte influence sur le prix. A contrario, pour une activité dématérialisée comme la création de Sites Internet, la distance n'aura qu'un faible impact sur le prix et la réactivité.



Généralement, votre zone de veille marché public correspondra à votre périmètre d'action dit « privé ».

Listez les mots clefs de votre activité

Décrivez votre activité par des mots clefs. L'exhaustivité de votre description réduira considérablement votre réception d'avis de mise en concurrence non ciblés.

A titre d'exemple, prenons quelques mots clefs pour une entreprise de vente et d'installation de matériel électrique : électricité, automatisme, second œuvre, EDF, courant faible, courant fort...

Les logiciels de détection analysent quotidiennement une multitude de sources pour vous extraire les marchés correspondant à votre activité en fonction des mots clefs que vous avez définis.

TROUVEZ VOS MARCHÉS

Paramétrez votre profil sur les moteurs de veille et d'alerte

Entrez les informations nécessaires au paramétrage de votre profil. Vous recevrez des alertes e-mail vous informant de la parution d'Avis d'Appel Public à la Concurrence ou d'attribution. Voici quelques moteurs * :

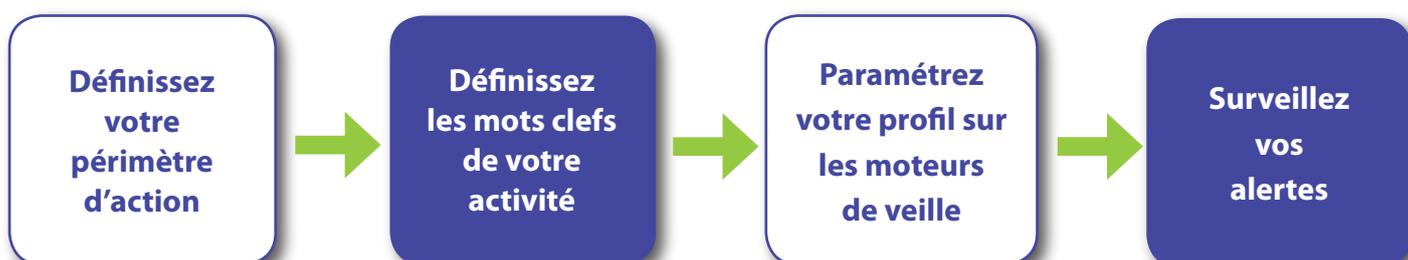
Moteur de Recherche	Périmètre de veille	Recherche/ Consultation	Alerte e-mail	Contenu	DCE téléchargeable	Caractéristiques
<u>Est legales</u>	Grand Est	Gratuite	Payante	Marché (AAPC), Avis d'attribution	Oui (si disponible)	Simple d'utilisation. Offre détaillée.
<u>Marchés online</u>	National	Gratuite	Gratuite	Marché (AAPC), Avis d'attribution	Oui (si disponible)	Simple d'utilisation. Offre détaillée.
<u>E-marchés publics</u>	National	Gratuite	Gratuite	Marché (AAPC), Avis d'attribution	Non	Offre détaillée. Lien vers le site du donneur d'ordre public
<u>Place de Marché Interministérielle (PMI)</u>	National	Gratuite	Gratuite	Marché (AAPC), Avis d'attribution	Oui	Forte densité d'offres en Ile de France.

* Liste non exhaustive

Pourquoi surveiller les avis d'attributions ?

- Pour connaître ses concurrents potentiels.
- Afin d'approcher commercialement les attributaires pour leur proposer vos services en sous-traitance lors de marchés futurs.
- Pour vous faire une idée générale des prix du marché ou le résultat d'un marché intéressant.

Les étapes pour identifier vos marchés :



→ SÉLECTIONNER UN MARCHÉ PUBLIC

Si l'objet du marché identifié retient votre attention, il convient de faire une demande du dossier de consultation des entreprises (DCE). La procédure d'obtention du DCE diffère en fonction du marché et du donneur d'ordre public.

Toutefois, la majorité des offres sont hébergées sur des plate-formes Internet qui permettent un téléchargement du DCE en direct. Si ce n'est pas le cas, il faudra effectuer la demande par courrier ou par e-mail auprès de l'acheteur public dont les coordonnées apparaissent sur l'Avis d'Appel Public à la Concurrence (AAPC).

→ LE DOSSIER DE CONSULTATION DES ENTREPRISES (DCE)

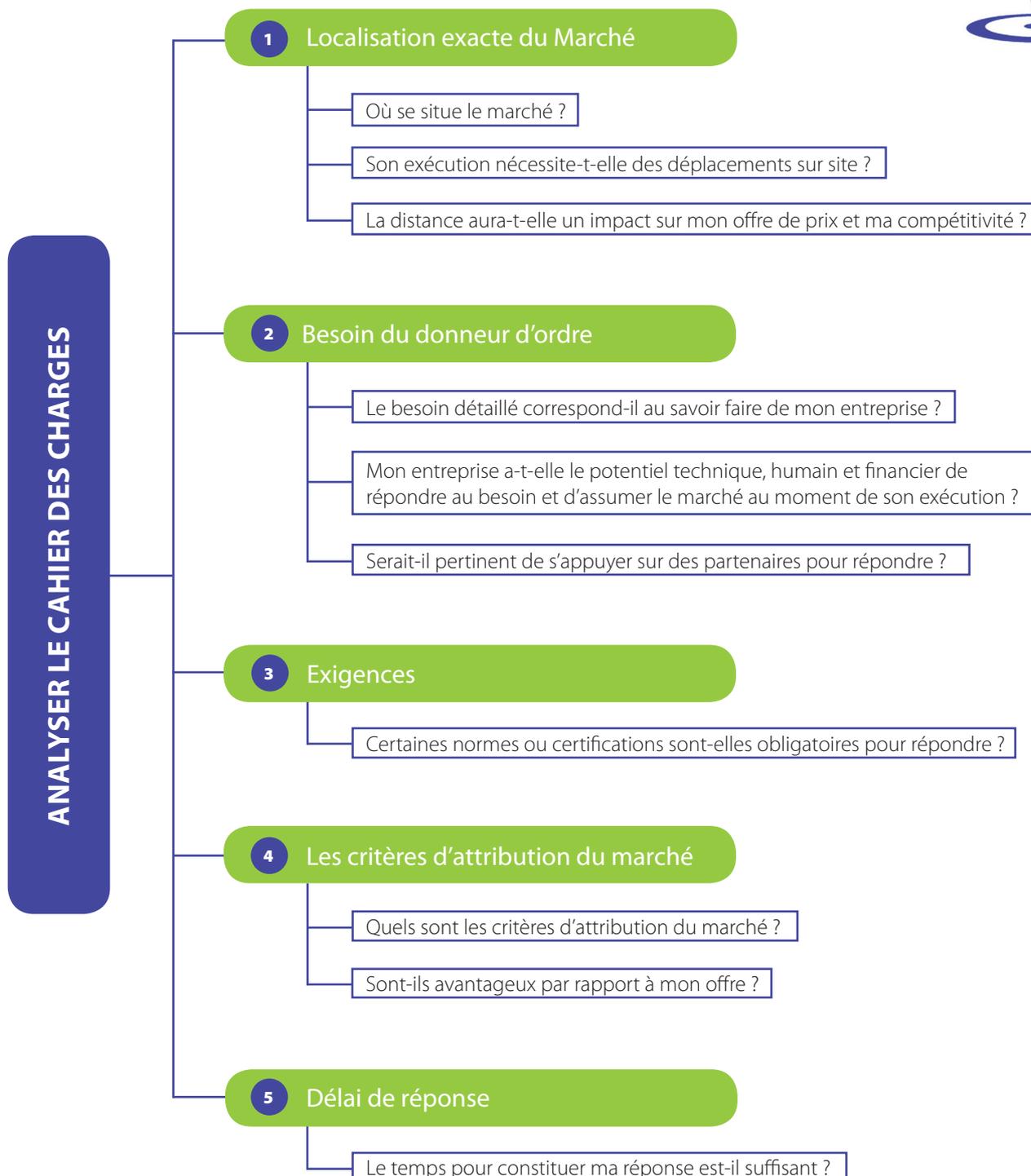
Dans le tableau ci-dessous, vous trouverez le détail des pièces composant le Dossier de Consultation des Entreprises. C'est à partir de ces documents que vous constituerez votre réponse.

	DOCUMENTS CONSTITUTIFS DU MARCHÉ	CONTENU
DOSSIER DE CONSULTATION DES ENTREPRISES (DCE)	Lettre de consultation	Invite les candidats sélectionnés à présenter une offre
	Règlement de Consultation (RC)	Liste des documents à produire, délai de réponse et critères d'attribution du marché
	L'acte d'engagement ou DC8	Coordonne l'ensemble des mentions nécessaires à la conclusion du marché
	Cahier des clauses Techniques Particulières (CCTP)	Conditions techniques particulières d'exécution des prestations
	Cahier des Clauses Administratives Particulières (CCAP)	Conditions administratives d'exécution, de règlement* et de vérification
	Cahier des Clauses Administratives Générales (CCAG)	Conditions administratives d'exécution, de règlement* et de vérification
	Cahier des Clauses Techniques Générales (CCTG)	Conditions techniques générales d'exécution des prestations

* ex : avances, acomptes, délai de paiement, assurances, responsabilités et garanties exigées, pénalités...

Posez-vous les bonnes questions

Afin de valider votre réponse à un marché public, il est important de se poser les bonnes questions et de cibler les points clés du DCE et du RC. Gardez à l'esprit que toute candidature à un marché public est une charge de travail et nécessite un investissement en temps. Ci-dessous les questions essentielles à vous poser pour valider votre réponse au marché.



→ LE DOSSIER DE CANDIDATURE

En fonction du montant et du marché, l'acheteur public peut exiger un dossier de candidature composé de plus ou moins de pièces. Le dossier de candidature se divise en 2 parties : le dossier administratif et le mémoire d'entreprise.

A/ Les pièces administratives :

Les documents administratifs demandés par l'acheteur public pour chaque marché sont énoncés dans le règlement de consultation. Vous trouverez ci-dessous un tableau récapitulatif des documents nécessaires.

	DOCUMENT À JOINDRE NON RELATIF À L'OFFRE	CONTENU	SE PROCURER LES DOCUMENTS
A COMPLÉTER	DC4 - Lettre de candidature et habilitation du mandataire par ses co-traitants	Répartition des lots et groupements de candidats	Télécharger le DC4 et sa notice
	DC5 - Déclaration du candidat	Présentation candidat (finances, références, qualifications, capacités)	Télécharger le DC5 et sa notice
	DC6 - Déclaration relative à la lutte contre le travail dissimulé	Preuve de la régularité des contrats de travail	Télécharger le DC6 et sa notice
	DC7 - Etat annuel des certificats reçus	Substitut aux certificats sociaux et fiscaux	Télécharger le DC7 et sa notice
A JOINDRE	Extrait Kbis de moins de 3 ans	Identité de l'entreprise	Faire une demande sur le site Infogreffe
	Copie de l'assurance Responsabilité Civile	Certificats d'assurance	Après de votre assureur
	Copie de la garantie décennale		
	Copie de l'assurance Responsabilité Civile Professionnelle		
	Un Relevé d'Identité Bancaire (RIB)	Données bancaires	Après de votre banque
Copie des certifications (ISO 9000, 14000, OPQCM, AFNOR etc)	Détail de la certification	Après de l'organisme de certification	

[En savoir plus sur les documents administratifs](#)



- Des documents administratifs mal remplis ou incomplets peuvent donner lieu à une non recevabilité de la candidature. Complétez-les rigoureusement.
- La majorité des documents sont réutilisables pour vos prochaines réponses.
- Vos démarches administratives sont dégressives au fil de vos réponses.

RÉPONDRE À UN MARCHÉ PUBLIC

Les documents DC sont en cours d'évolution. Les nouveaux formulaires et leurs notices explicatives sont d'ores et déjà accessibles sur le site du [Ministère de l'Économie](#). Vous pouvez également le télécharger [en cliquant ici](#).

B/ La réponse à l'offre

● Les pièces relatives à votre candidature au marché

- DC8 - Acte d'Engagement (Le candidat y présente son offre et le prix de sa prestation).
À compléter et signer. [Télécharger le DC8 et sa notice](#)
- DC13 - Annexe à l'Acte d'engagement relative présentation sous-traitant (Le titulaire y soumet son sous-traitant au donneur d'ordre public).
À compléter et signer. [Télécharger le DC13 et sa notice](#)
- CCAP (Cahier des Clauses Administratives Particulières)
À parapher et signer pour acceptation.
- CCTP (Cahier des Clauses Techniques Particulières)
À parapher et signer pour acceptation.

● Le mémoire de présentation : Valoriser son entreprise

Il représente l'unique intermédiaire entre votre entreprise et l'acheteur. Il se substitue à un entretien commercial ou à une proposition commerciale usuelle. Il est laissé à votre libre appréciation au niveau du fond et de la forme. C'est à travers votre mémoire que vous allez convaincre l'acheteur. [Il se divise en deux parties : la présentation de votre entreprise et la réponse au besoin](#). Avant de commencer, il est important de construire un plan de votre mémoire adapté au marché.

Bien communiquer autour de son entreprise, des produits et services qu'elle offre, est essentiel. L'acheteur public va se faire une première image de votre entreprise à travers cette partie.

→ Présentation générale de votre structure

En introduction au mémoire, faites un rappel des caractéristiques de votre entreprise : Histoire, Activité, Savoir-faire et Organisation.

[Consulter un exemple de présentation générale](#)

→ Labels et certifications

Si vous êtes titulaire de labels et certifications, joignez-les et expliquez votre démarche. Ils témoignent de la qualité de vos prestations, services et produits. C'est un très bon moyen de gagner la confiance du donneur d'ordre public.



→ Mettez en avant vos équipes

Soulignez le professionnalisme de vos équipes en introduisant les « mini - CV » des principaux intervenants de la mission.

[Consulter un exemple de mini CV](#)

→ Présentez vos références

Il est demandé aux candidats à un marché public d'inclure dans leur dossier des références clients. Montrez au donneur d'ordre que vous avez su satisfaire des demandes similaires en présentant vos références de façon plus détaillée et vendeuse que dans le DC5.

→ Donnez la parole à vos clients

Appuyez vos références par des lettres de recommandations clients afin de démontrer votre savoir faire et votre fiabilité.

[Consulter un exemple de lettre de recommandation client](#)

→ Donnez un aperçu de l'image publique de votre entreprise

Si des articles de presse traitant de l'entreprise existent, joignez-les au dossier de candidature. Vous pourrez également joindre des interviews ou reportages vidéos sur l'entreprise (réponse électronique).

→ Mettez en avant votre démarche environnementale

Les récentes évolutions du code des marchés publics visent à privilégier la qualité des offres et non systématiquement l'aspect économique. Les TPE/PME, plus réactives, profitent de ces mesures.

La démarche environnementale d'une entreprise ne se limite pas à la commercialisation de produits ou de prestations « durables ». N'hésitez donc pas à mettre en avant dans cette partie de votre mémoire des points comme l'utilisation d'ampoules et de machines basse consommation, de papier recyclé, de produits respectant l'environnement dans vos prestations... Ou de manière plus générale, un management dit « vert » avec une politique de limitation des déplacements, d'interventions à distance, de recyclage des produits...



Les Ecolabels vous donneront encore plus d'impact. Par exemple, le label de compensation carbone démontre une réelle volonté de l'entreprise de s'impliquer dans un fonctionnement préservant l'environnement.

L'image d'entreprise « verte » est un atout de premier ordre face à des acheteurs toujours plus soucieux de l'environnement. D'ailleurs, le bénéfice d'une telle démarche ne se limite pas au secteur public et aura une résonance auprès de nombreux de vos clients et prospects.

[En savoir plus sur les labels environnementaux](#)



Attention !



Information



Conseil

→ Démontrez votre engagement social

Une TPE/PME engagée dans une politique où « l'homme est au cœur des préoccupations » aura un atout de plus à faire valoir auprès des donneurs d'ordre publics, qui se veulent au service de l'emploi et de l'insertion professionnelle.

Ainsi, présentez dans cette partie votre politique salariale sur des points comme par exemple l'accès à la formation de vos salariés, l'insertion de jeunes ou de travailleurs handicapés.



Cette première partie du mémoire d'entreprise constitue un travail important pour votre première réponse.

Une fois rédigée, vous n'aurez plus qu'à l'enrichir en fonction des évolutions de votre structure.

• Le mémoire technique : La réponse au besoin

Cette partie constitue votre réponse au besoin de l'acheteur. Démontrez lui que vous avez bien intégré ses attentes. En fonction du marché, de la technicité, des produits... le mémoire technique sera plus ou moins important et détaillé.

→ Construisez le plan de votre mémoire technique :

La cohérence de votre plan est primordiale. Organisez donc vos différentes parties comme vous le souhaitez en gardant à l'esprit que chaque marché demande une réflexion et une méthodologie adaptée. Ci-dessous un exemple de plan de mémoire technique :

- Données générales, rappel de la problématique
 - Reprenez et décortiquez le besoin de l'acheteur afin d'introduire votre réponse technique.
- Descriptif et méthodologie
 - La solution technique proposée.
 - La méthodologie de la prestation.
- Détails des prestations
- Organisation et moyens humains
 - Le planning de déroulement de la mission.
 - L'organigramme de la mission.
 - Les intervenants de la mission.





Insistez bien sur tous les avantages et particularités que présente votre offre. Motivez toujours vos choix et montrez qu'ils répondent aux exigences de l'acheteur.

Le donneur d'ordre doit parfois faire face à des offres qui se ressemblent fortement ; une offre innovante ou originale aura d'autant plus de chances de sortir du lot et d'être retenue.

→ Répondez aux options

Dans la mesure où le donneur d'ordre public considère que plusieurs solutions connues peuvent répondre aux exigences du marché, il peut décider d'introduire plusieurs options dans le règlement de consultation (RC). Vous serez alors obligé d'apporter une solution à chaque option.

→ Proposez des variantes

L'acheteur public n'est pas toujours au courant des nouveaux produits et services disponibles sur le marché. Certains marchés publics autorisent donc la réponse au besoin par des variantes. Ce sont des alternatives à la solution de base retenue dans le cahier des charges.

Proposer des variantes vous permettra de vous démarquer de vos concurrents, renforcer votre positionnement d'expert, démontrer qu'il existe d'autres solutions pour répondre au besoin de l'acheteur, être libre dans votre réponse.



Vous êtes dans l'obligation de répondre à la solution de base même si vous proposez des variantes.

→ Joignez des échantillons et maquettes à votre dossier

Dans le cadre des marchés de fournitures, de services ou de concours, si possible joignez des échantillons, maquettes, supports multimédias (photos, vidéos)...



- Tout ce qui valorise votre entreprise doit être présent dans votre mémoire.
- Ne négligez pas la forme du mémoire, il véhicule l'image de votre entreprise.
- Le mémoire technique doit être retravaillé à chaque marché public.

● L'offre de prix

Comme nous l'avons vu précédemment, en fonction du marché, le prix a plus ou moins d'impact sur la décision d'attribution. Dans le DC8, votre prix global est renseigné.

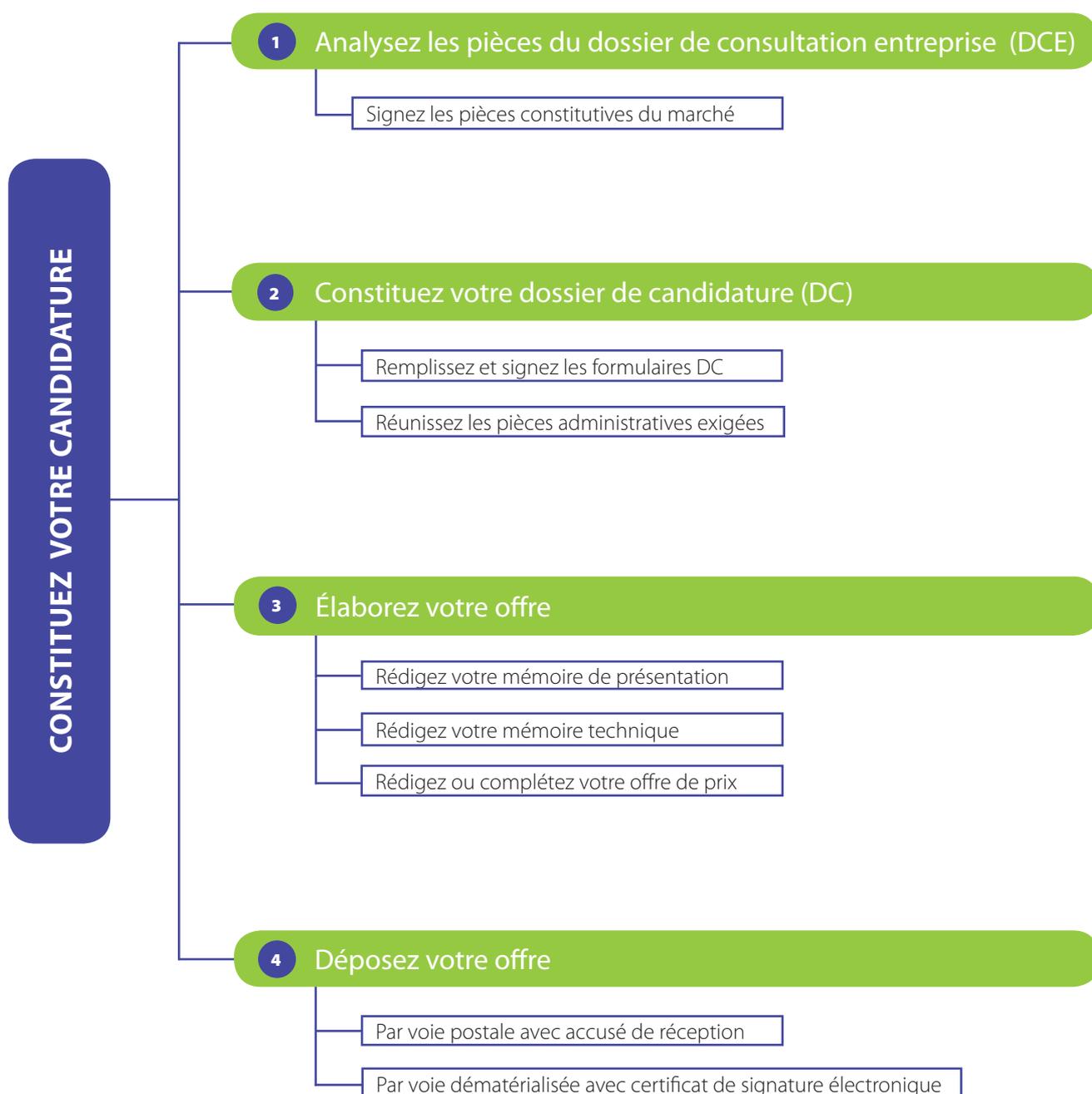
Pour un achat de produit ou service bien identifié et connu, l'acheteur peut joindre un bordereau de prix à compléter. Ce bordereau est un document obligatoire relatif à l'offre. Il résumera alors votre offre de prix ou prestation.

RÉPONDRE À UN MARCHÉ PUBLIC



Si vous en avez la possibilité, personnalisez et apportez un maximum de détails à votre « bordereau ». L'acheteur pourra juger de l'impact de chaque poste dans votre offre globale.

LES ÉTAPES POUR CONSTITUER VOTRE CANDIDATURE ET DÉPOSER VOTRE OFFRE



→ INTEGREZ LE MECANISME DECISIONNEL DES DONNEURS D'ORDRES

Bien comprendre le mécanisme décisionnel des donneurs d'ordres publics est indispensable. Ce n'est ni l'acheteur, ni le responsable technique (qui peuvent être la même personne) qui tranche. C'est l'acheteur qui étudie chaque dossier et vérifie que les pièces administratives et techniques sont complètes. Une fois la candidature dite « recevable », l'acheteur et le responsable technique se penchent sur les offres.

Ils ressortent les forces et faiblesses de chaque proposition en fonction des critères d'attribution pré-établis du marché. Les offres sont ensuite présentées en commission d'appel d'offres ou des marchés.



La commission est composée d'élus locaux. Les élus ne sont pas des spécialistes métiers et s'appuient sur les rapports de l'acheteur et du responsable technique pour prendre leurs décisions.

Les élus intègrent souvent une dimension politique dans leurs choix afin de communiquer publiquement sur les projets réalisés. Ainsi, comme énoncé dans la partie du guide : « répondre à un marché public », dans votre mémoire d'entreprise, actionnez les « leviers sensibles » des élus pour valoriser votre candidature et leur permettre de valoriser leurs choix.

Par exemple : le développement durable, la préservation de l'environnement, l'insertion de travailleurs handicapés, l'origine de la fabrication des produits, l'impact sur l'économie locale...

→ METTEZ EN PLACE UNE STRATÉGIE COMMERCIALE « SECTEUR PUBLIC »

Pour optimiser ses chances de remporter un marché, réussir son approche commerciale constitue un point essentiel. La démarche diffère de celle utilisée pour vos prospects privés.

Faites-vous connaître en amont de la passation des marchés

- Identifiez les acheteurs publics des administrations de votre périmètre d'action.
- Contactez-les, présentez-vous et envoyez une plaquette de votre entreprise.

Etre identifié auprès des acheteurs publics permet d'être référencé et spontanément consulté lors de la passation de marchés, notamment ceux en procédure simple sans publication officielle (< 4000 €).



- Vous augmenterez également vos chances de succès dans le cadre des autres procédures. [Accédez aux marchés publics des grands donneurs d'ordres Alsaciens](#)
- Référenciez-vous sur des bases de données d'entreprises alimentant les acheteurs publics comme [Achat Etat](#).



Attention !



Information



Conseil



Contacter les acheteurs publics un à un implique une réelle stratégie de développement « secteur public », moyens humains et financiers à la clef.

Dans le cas où vous jugez cette démarche disproportionnée dans un premier temps, effectuez au moins un mailing de votre plaquette accompagnée d'un courrier aux acheteurs des administrations que vous ciblez afin de vous faire connaître.

Pour identifier les acteurs publics régionaux, procurez-vous le Régionnaire Alsace de l'année en cours auprès de votre CCI (annuaire avec contacts par service) ou consultez les coordonnées générales des Donneurs d'Ordres Publics sur [Alsaeco](#).

Anticipez les besoins et projets des donneurs d'ordres publics

Participez aux rendez-vous des collectivités (vœux du maire...) afin d'échanger en direct avec les acteurs clefs sur leurs attentes et leurs projets.

Accédez aux données budgétaires afin de connaître les dépenses et investissements de l'année à venir et d'avoir une photographie des dépenses passées.

Suivez le parcours de votre candidature chez l'acheteur public

N'hésitez pas à contacter l'acheteur pour en savoir plus sur la date de tenue de la commission d'appel d'offre, ce qu'il pense de votre dossier...

Analysez le résultat

Cherchez à comprendre pourquoi vous avez été retenu ou non en questionnant l'acheteur. Tirez-en des enseignements et identifiez les leviers décisionnels de l'administration dans le cadre de futures réponses.



→ AFFINEZ VOTRE POSITIONNEMENT COMMERCIAL

Dans le cadre de marchés renouvelés périodiquement (ex : prestations de nettoyage, achats de fournitures...), vous pourrez obtenir le montant de la précédente attribution sur simple demande auprès de l'acheteur. Cette information vous permettra de positionner votre offre de prix par rapport au marché précédent.



A compter du moment où vous candidatez à un marché public et que votre offre est retenue, le principe de transparence des procédures de la commande publique implique que votre offre devient « publique ».

Cette notion rend vos documents accessibles à toute personne qui en fait la demande sous réserve que cela ne porte pas atteinte au secret industriel et commercial, plus communément appelé « secret des affaires ».

La commission d'accès aux documents administratifs (CADA) peut rendre un avis consultatif en cas de désaccord. Veillez donc à maîtriser la divulgation d'informations stratégiques dans vos réponses.

[En savoir plus sur l'accès aux documents administratifs](#)

→ RÉPONDEZ EN GROUPEMENT

Répondre en groupement donne plus de poids à votre candidature. La mutualisation des savoir-faire, des références, des moyens humains, des moyens techniques, sont des atouts. De plus, cette démarche est vue d'un très bon œil par les donneurs d'ordres publics.

Identifiez donc des partenaires fiables et complémentaires à votre activité.



Comme l'établissement de toutes ces formes de coopération demande un certain temps, les donneurs d'ordre publient des avis de pré-information, de manière à laisser le temps aux TPE/PME d'élaborer leur offre conjointe.

→ FAITES APPEL À LA SOUS-TRAITANCE

Lorsque les marchés sont trop volumineux et que vous ne souhaitez pas répondre en groupement, vous pouvez inclure des sous-traitants pour l'exécution des prestations du marché, sous réserve de l'acceptation du donneur d'ordre public.

→ FAITES APPEL À DES PRESTATAIRES SPÉCIALISÉS

Des prestataires spécialisés et expérimentés proposent aux entreprises de les accompagner dans leur développement sur les marchés publics. Vous trouverez des prestataires pour chacun de vos besoins : veille, formation, accompagnement à la réponse, financement, prise en charge complète de la stratégie à l'opérationnel...

LA DÉMATÉRIALISATION

→ LA DÉMATÉRIALISATION, QU'EST-CE QUE C'EST ?

La dématérialisation est le processus visant à remplacer le matériel par l'immatériel. Par exemple, un document papier par un document numérique.

→ LA DÉMATÉRIALISATION DANS LES MARCHÉS PUBLICS

Depuis cette année, la publication des Avis d'Appels Publics à la Concurrence et la mise à disposition des Dossiers de Consultation Entreprises sur Internet sont obligatoires.

De plus, les donneurs d'ordres peuvent aussi imposer aux entreprises de remettre leurs réponses par voie électronique sur des plates-formes Internet sécurisées.

Aujourd'hui, cette mesure est uniquement obligatoire pour les marchés de plus de 90 000 € H.T. relatifs à des produits et services informatiques.



A compter du 1^{er} janvier 2012, les donneurs d'ordre publics ne pourront plus refuser de recevoir les offres qui leur seront transmises par voie électronique, et ce quel qu'en soit le montant.

→ QUELS SONT LES AVANTAGES DE LA DÉMATÉRIALISATION ?

- Un gain de temps pour l'entreprise et le donneur d'ordre
- La possibilité d'intégrer des supports originaux à vos réponses : vidéos de présentation de l'entreprise, des produits, du dirigeant, animations flash...
- Des économies en frais postaux et d'impressions
- Une démarche profitable à l'environnement
- Elimination des risques de retard ou de perte durant l'acheminement du courrier

→ LA DÉMATÉRIALISATION, UNE DÉMARCHE SÉCURISÉE ET CONFIDENTIELLE

Des mesures spécifiques sont prises pour assurer un niveau de confidentialité et de sécurité équivalent à celui du support papier.

Les plates-formes de remise des offres

Elles sont entièrement sécurisées. La démarche d'ouverture des plis est la même que pour des dossiers « papiers ».

Le certificat de signature électronique

Un certificat de signature électronique est une carte d'identité numérique qui identifie et authentifie une personne agissant pour le compte d'une organisation (entreprise, collectivité...).

Il est nominatif, délivré à une seule personne et doit être délivré par une autorité de certification.

La signature électronique a la même valeur juridique que les signatures manuscrites. Elle garantit :

- l'identité du signataire,
- le consentement du signataire,
- l'intégrité de l'acte.

C'est au moment du dépôt de votre réponse sur la plate-forme sécurisée que vous utiliserez votre certificat de signature électronique.

Ils sont délivrés sur un support matériel (clé USB ou carte à puce) ou sous forme logiciel. La durée de validité du certificat est généralement de 2-3 ans.

Les CCI d'Alsace, autorités agréées de certification distribuent le certificat de signature électronique « ChamberSign ».

Pour vous procurer un certificat ou obtenir plus d'informations, contactez :

- CCI de Colmar, Mme LUTRINGER au 03 89 20 20 20
- CCI de Strasbourg, Mme ADAM au 03 88 75 25 56



Attention !



Information



Conseil



QUELQUES CONSEILS :

- L'ensemble des plates-formes de dématérialisation proposées par les acheteurs publics répondent aux mêmes règles de fonctionnement mais leurs ergonomies peuvent être différentes.

Nous vous recommandons de tester votre ordinateur quant à sa compatibilité avec la plate-forme utilisée.

Des consultations de test sont souvent proposées en ligne. Il est possible que des mises à jour de votre navigateur ou le rajout de programmes complémentaires (tels que JAVA) soient nécessaires, prévoyez d'anticiper ces mises à jour en informant si nécessaire votre service informatique.

- Lors de la préparation de vos réponses, et en fonction des limites imposées par les plates-formes, veillez à ne pas dépasser les tailles de fichiers recommandées pour le dépôt des offres.
- Attention au temps nécessaire pour télécharger votre réponse sur la plate-forme, votre connexion Internet est généralement plus lente pour envoyer des fichiers que pour consulter des sites web.
- N'oubliez pas de mettre en place une procédure de sauvegarde de l'ensemble de vos documents électroniques, n'oubliez pas que la valeur légale de ces documents porte sur leur version électronique et non sur les copies papier.
- Ne vous laissez pas surprendre en attendant le dernier moment pour déposer votre première offre électronique : testez votre matériel, répondez aux consultations test, cela vous permettra d'optimiser votre processus de réponse et de mettre en place l'organisation et les procédures adaptées dans votre entreprise.
- Après le dépôt de votre offre sur la plate-forme, vérifiez la réception de l'accusé e-mail confirmant l'enregistrement de votre candidature par le donneur d'ordre.
- Anticipez l'achat de votre certificat pour ne pas vous faire surprendre au moment de votre réponse.



→ LES ÉTAPES DE REMISE D'UNE OFFRE DÉMATÉRIALISÉE

LES ÉTAPES POUR REPRENDRE PAR VOIE DÉMATÉRIALISÉE

- 1 Procurez-vous un certificat de signature électronique auprès d'une autorité de certification.
- 2 Installez votre certificat de signature électronique sur votre poste informatique.
- 3 Enregistrez-vous sur la plate-forme de dématérialisation.
- 4 Vérifiez que la configuration de votre poste informatique est compatible avec la plate-forme de dématérialisation (navigateur...)
- 5 Téléchargez votre Dossier de Consultation des Entreprises et constituez votre réponse au format numérique.
- 6 Déposez votre dossier de candidature sur la plate-forme.
- 7 Apposez votre signature électronique aux documents déposés.
- 8 Consultez votre boîte e-mail et assurez-vous d'avoir bien reçu l'accusé confirmant la bonne réception de votre candidature par le donneur d'ordre public.

EXEMPLES D'OFFRES DE SERVICES EN ALSACE * PARTIE 1

FORMATION

[CAHR Formation - Mulhouse](#)

[Pôle formation CCI Strasbourg](#)

[CTAI Colmar](#)

[IFRBTP Mulhouse](#)

[INFOTRADE2000 - Strasbourg](#)

[Interbat Formations - Burnhaupt-le-Haut](#)

Exemples de formations :

- Optimiser sa réponse à un Marché Public
- Vendre au secteur public
- La dématérialisation des Marchés Publics
- La contestation dans les Marchés Publics

VEILLE

[Infotrade2000](#)

[DoubleTrade](#) ●

[Vecteur Plus](#) ●

[France Marchés](#) ●

Exemples de services :

- Profil personnalisé et sur mesure de détection
- Formation à l'outil
- Réception des appels d'offres par e-mail
- Accès direct au téléchargement des dossiers de candidatures
- Gestion des appels d'offres
- Stockage documents d'entreprise
- Hotline

* Liste non exhaustive. Toute entreprise ayant une ou plusieurs compétence(s) énoncée(s) ci-dessus peut adresser ses références à la CCI Sud Alsace Mulhouse afin de figurer sur cette liste.

● Prestataires intervenants en région mais basés hors Alsace

EXEMPLES D'OFFRES DE SERVICES EN ALSACE * PARTIE 2

PRESTATIONS DE SERVICES

[Caneva](#) •

[Access AO](#) •

[Objectifmarchespublics](#) •

Exemples de services :

- Ciblage et aide au positionnement sur les Marchés Publics
- Récupération du DCE
- Mise en place et montage du dossier administratif
- Mise en place du mémoire de présentation
- Valorisation du savoir faire de l'entreprise
- Remise de la réponse
- Suivi de l'offre chez l'acheteur public
- Analyse du résultat et recommandations
- Hotline questions Marchés Publics

CERTIFICAT / SIGNATURE ÉLECTRONIQUE

[CHAMBERSIGN - Réseau des CCI](#)

[CERTEUROPE - Greffes Tribunaux Commerce](#)

[CERTINOMIS - Interbat](#)

Auprès de votre banque

Exemples d'applications du certificat :

- Marchés Publics
- Déclarations de TVA
- Documents bancaires, comptables...

Malgré la réduction des délais de paiement dans les Marchés Publics, certaines créances peuvent pénaliser le fonctionnement de votre structure.

Oséo, spécialiste du financement de TPE / PME, propose plusieurs services pour répondre à vos besoins dans le cadre des marchés publics.



→ AVANCE +

Une fois le marché remporté, si vous ne souhaitez pas attendre pour percevoir votre règlement, Oséo assure l'avance de votre créance par son dispositif Avance +.



Les avances de trésorerie peuvent être effectuées en totalité par Oséo ou de manière partagée avec votre établissement bancaire.

Le service e-treso vous permet de gérer votre compte Avance + en ligne. Ainsi, vous pourrez directement consulter votre compte, votre solde disponible, effectuer une demande d'avance, consulter les paiements reçus ou céder des factures.

→ LES RETENUES DE GARANTIES

Pour certains marchés de travaux, généralement supérieurs à 50 000 €, les donneurs d'ordres publics exigent une caution ou une garantie à première demande.

Suite à la finalisation des travaux, l'acheteur public conserve une partie de la créance (généralement 5%) pour une durée d'une année afin de s'assurer que l'entreprise fera le nécessaire et se déplacera en cas de problème.

Oséo vous en assure le remplacement et en assume les risques.

Obtenez plus d'informations sur les solutions Oséo et accédez au réseau commande publique en vous connectant sur le site Internet [Oséo](http://Oséo.fr).

Votre contact Oséo en région Alsace :



Monsieur REINNER Éric
Tél. : 03 88 56 93 45
e-mail : eric.reinner@oseo.fr



AMPEST : Accès aux Marchés Publics du Grand Est

La CCI Sud Alsace Mulhouse a lancé fin 2009 un dispositif pilote d'accès aux Marchés Publics pour les TPE / PME. Trente entreprises sont donc accompagnées pour une durée d'un an afin de développer leur chiffre d'affaires par la commande publique. Ces TPE / PME n'ont pas ou peu d'expérience sur les Marchés Publics.

Le dispositif AMPEST se déroule en trois étapes : formation aux Marchés Publics, veille personnalisée et accompagnement à la réponse à un marché public.

Pour ce dispositif, la CCI Sud Alsace Mulhouse s'appuie sur la compétence de deux prestataires spécialistes des marchés publics. Plusieurs appels d'offres publics ont déjà été remportés par les entreprises participantes.

Témoignages :

- Clément HEINRICH, gérant de l'entreprise REGIO NETTOYAGE

« J'ai répondu il y a quelques années à un appel d'offre mais sans succès. La somme de boulot à fournir et les prix tirés vers le bas ne m'ont pas donné envie de persévérer. Mais je n'aime pas non plus rester sur un échec. L'accompagnement par des professionnels nous a permis de remporter deux appels d'offres. Il y a un engagement fort de la part des prestataires du dispositif AMPEST. Grâce à leurs conseils, j'ai réalisé une trame de mémoire qui me sert même pour les marchés privés. ».

- Laurent NITSCH, gérant de l'entreprise OLGREEN

« Nous avons déjà répondu à deux appels d'offres via le dispositif AMPEST mais n'en avons pour l'instant remporté aucun. L'accompagnement nous permet surtout de mieux cibler les marchés, de rationaliser nos réponses et de construire un mémoire technique digne de ce nom. Grâce aux formations et aux réunions de suivi, nous évoluons dans un cadre collectif, on ne se sent pas seul. Il y a une véritable émulation de groupe même si nous sommes issus de secteurs très différents. Ce dispositif nous a aidés à mieux comprendre les mécanismes des marchés publics et nous a motivés. On a envie d'y aller et ça va marcher, on est confiants ! »

Contact : Jean-Christophe FREUND – jc.freund@mulhouse.cci.fr - 03 89 66 78 36



AMPIE : Accès aux Marchés Publics Internationaux et Européens

Alsace International et son service AMPIE vous aident à être plus compétitifs sur les Marchés Publics Internationaux, Européens et Nationaux par des actions de veille, conseil, accompagnement, promotion et lobbying. En savoir plus : www.alsace-international.eu

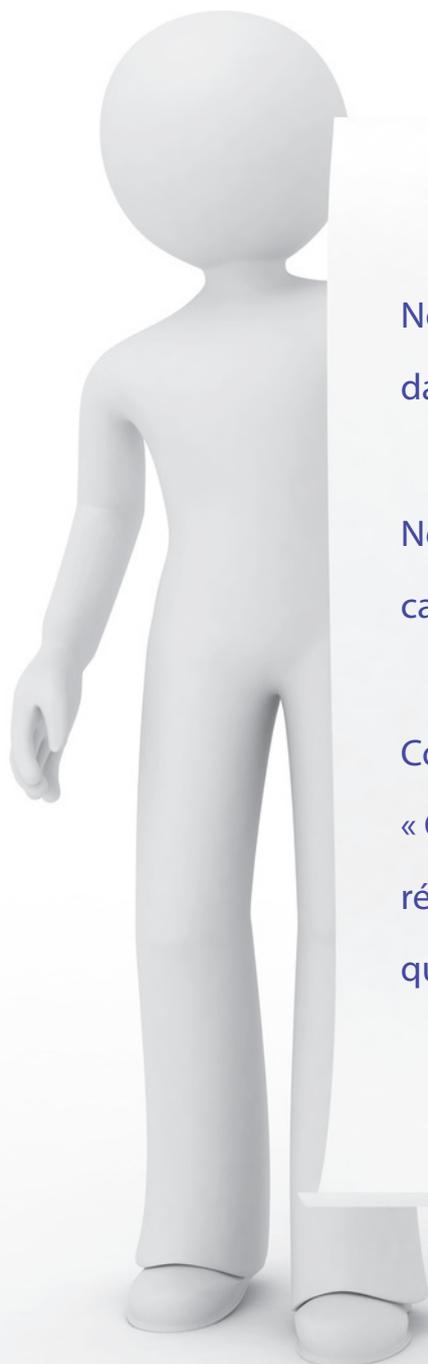
Contact : Brian MARTIN – b.martin@alsace-international.eu - 03 88 24 77 65



10 POINTS CLEFS A RETENIR :

1. Le nouveau code des marchés publics favorise l'accès des TPE - PME aux marchés publics.
2. Posez-vous les bonnes questions avant de répondre afin d'augmenter vos chances de succès.
3. Ne négligez pas la forme de votre dossier de candidature.
4. Mettez en avant toutes les forces et spécificités de votre entreprise dans votre dossier de candidature.
5. Appuyez-vous sur des partenaires et répondez en groupement.
6. Au-delà de votre réponse, faites-vous connaître auprès des donneurs d'ordres publics.
7. Demandez systématiquement les raisons du résultat de votre candidature, analysez-les et tirez-en des leçons pour vos prochaines réponses.
8. Faites appel à des prestataires spécialisés pour vous assister dans votre démarche.
9. Intégrez le mécanisme décisionnel des donneurs d'ordres publics.
10. Dématérialisez vos candidatures autant que possible, vous gagnerez en efficacité, en temps et en argent dans vos démarches.

Pour suivre l'actualité des marchés publics et accéder à des communautés d'échanges entre acheteurs, entreprises et consultants, rendez-vous sur [l'espace de veille](#) mis à votre disposition.



Nous espérons que ce guide vous accompagnera dans votre réussite sur les marchés publics.

Ne vous découragez pas si vos premières candidatures ne s'avèrent pas fructueuses.

Comme le dit Jacques Rouxel :

« C'est en essayant continuellement qu'on finit par réussir. Donc : plus ça rate, plus on a de chances que ça marche ».

REMERCIEMENTS

Pour leurs contributions à ce guide, nous tenons à remercier :

- M. Reinner Eric
Oséo Alsace
- M. Martin Brian
Alsace International
- M. Kolb Jean-Marc
CCI de Strasbourg et du Bas-Rhin
- M. Blind Laurent
Société Caneva
- M. Heinrich Clément
Société Regionettoyage
- M. Nitsch Laurent
Société Olgreen
- M. Majkowski Christophe
Société Comcest Multimédia
- M. Heimburger Valentin
Stagiaire I.E.P. Strasbourg

ÉDITION OCTOBRE 2010



**Chambre de Commerce et d'Industrie
Sud Alsace Mulhouse**

8 rue du 17 novembre
BP 1088
68051 MULHOUSE Cédex
www.mulhouse.cci.fr
contact@mulhouse.cci.fr

Contact : Jean-Christophe FREUND
jc.freund@mulhouse.cci.fr

