

TABLE DES MATIÈRES

INTRODUCTION.....	17
CHAPITRE I.....	19
COMMENT SE FAMILIARISER AVEC LES MARCHÉS PUBLICS ?.....	19
1. QU'EST CE QU'UN MARCHÉ PUBLIC ?	20
2. QUELS SONT LES ACTEURS QUI ATTRIBUENT LES MARCHÉS PUBLICS ?	21
2.1. <i>Sont considérés notamment comme pouvoirs adjudicateurs :</i>	21
2.2. <i>Quels sont les textes qui s'imposent aux acheteurs publics ?</i>	21
2.3 <u>Exemple : Quels sont les acteurs dans une commune ?</u>	23
3. QUELLES SONT LES NATURES DE MARCHÉS PUBLICS ?	24
4. QUI PEUT OBTENIR UN MARCHÉ PUBLIC ?	25
4.1. Présentation	25
Quelques exemples d'entreprises bénéficiant de marchés publics	25
5. QUELLES SONT LES DIFFÉRENTES PROCÉDURES ET LES SEUILS DE PASSATION CORRESPONDANTS, FIXÉS PAR LE CODE DES MARCHÉS PUBLICS (APPELS D'OFFRES, PROCÉDURES ADAPTÉES, ETC.) ?	26
On distingue plusieurs procédures en fonction des seuils :	26
Tableaux synthétiques des seuils correspondants aux différentes procédures de marchés publics	27
Présentation détaillée des procédures mentionnées dans les tableaux synthétiques	28
5.4. Les autres types de procédures	31
CHAPITRE II.....	37
COMMENT IDENTIFIER ET SELECTIONNER LES MARCHES PUBLICS, SELON QU'IL S'AGIT D'APPELS D'OFFRES OU DE PROCEDURES ADAPTEES ? QUELS SUPPORTS DE COMMUNICATION SELON LA PROCEDURE ?	37
1. OÙ TROUVER LES INFORMATIONS UTILES SUR LES MARCHÉS PUBLICS ?	39
2. LES RÈGLES EN MATIÈRE DE PUBLICITÉ & DE MISE EN CONCURRENCE : COMMENT MIEUX CONNAÎTRE LES SUPPORTS DE COMMUNICATION ?	40
2.1 Tableaux synthétiques des seuils de publicité et des modalités correspondantes	40
Présentation détaillée des modalités de publicité décrites dans les tableaux synthétiques	41
3. OUTILS DE VEILLE POUR LES APPELS D'OFFRES, ET ACTIONS COMMERCIALES & MARKETING EN AMONT POUR LES MAPA	43
Outils de veille	43

Des entreprises spécialisées dans le service de veille	44
Des actions commerciales et marketing à entreprendre dans le cadre des procédures adaptées (MAPA)	46
CHAPITRE III	51
COMMENT RÉPONDRE CONCRÈTEMENT À UN MARCHÉ PUBLIC ?	51
1. QUELS SONT LES DOCUMENTS À CONNAÎTRE ?	52
1.1 <u>Les documents généraux</u>	52
1.2. <u>L'avis d'Appel Public à la Concurrence (AAPC)</u>	53
1.3. <u>Le Dossier de Consultation des Entreprises (DCE)</u>	53
2. QUELLES SONT LES DEUX PRINCIPALES OBLIGATIONS À RESPECTER POUR AVOIR UNE RÉPONSE ÉLIGIBLE ?	57
2.1. <u>Être en règle avec ses obligations sociales et fiscales</u>	57
2.2. <u>Apporter la confirmation de ses compétences professionnelles (en y incluant notamment celles de ses collaborateurs)</u>	57
3. QUELLE STRATÉGIE ADOPTER EN MATIÈRE DE RÉPONSE : RÉPONDRE SEUL OU À PLUSIEURS ?	59
3.1. <u>Répondre seul</u>	59
3.2 <u>Répondre à plusieurs</u>	60
CHAPITRE IV	63
MAITRISER LES MODALITES	63
DE FINANCEMENT	63
1. QUELLES SONT LES MODALITÉS DE FINANCEMENT PRÉVUES DANS LES MARCHÉS EUX-MÊMES ?	64
1.1 Les avances	64
1.2 Les acomptes	65
1.3 La retenue de garantie : mécanisme et éventuel financement dit « remplacement »	65
2. À QUELS FINANCEMENTS UN DIRIGEANT DE PME PEUT-IL RECOURIR SI SON ENTREPRISE EST RETENUE DANS LE CADRE D'UN MARCHÉ PUBLIC ?	66
2.1. <u>Les ressources financières bancaires traditionnelles : facilités de caisse, autorisation de découvert, cession de créances et art 106 du CMP2006.</u>	66
2.2. <u>Les financements spécifiques d'OSEO aux côtés de la banque de l'entreprise</u>	67
CHAPITRE V	69
EXEMPLE DE DOSSIER	69
DE CONSULTATION DES ENTREPRISES (DCE) D'UN MAPA DE SERVICES	69
1. DOCUMENTS RELATIFS À LA CANDIDATURE	71

2. DOCUMENTS RELATIFS À L'OFFRE	90
CHAPITRE VI	131
QUELLES SONT LES PRINCIPALES QUESTIONS QUE LE DIRIGEANT DE PME DOIT SE POSER POUR OPTIMISER SA RÉPONSE À UN MARCHÉ PUBLIC ?	131
QUESTION 1 : À PARTIR DE QUEL MOMENT LE DIRIGEANT DE PME EST-IL ENGAGÉ PAR SON OFFRE ?	132
QUESTION 2 : QUELLE EST LA DURÉE DU MARCHÉ POUR LEQUEL LA PME VA S'ENGAGER, AINSI QUE SES RÈGLES DE RECONDUCTION ?	132
QUESTION 3 : DE QUEL DÉLAI LA PME DISPOSE T-ELLE POUR RÉPONDRE À L'ACHETEUR PUBLIC ?	133
QUESTION 4 : LA PME PEUT-ELLE PRÉSENTER DES VARIANTES OU DES OPTIONS, ET COMMENT L'ACHETEUR EXAMINE-T-IL CES PROPOSITIONS	134
QUESTION 5 : LA PME PEUT-ELLE DIALOGUER AVEC L'ACHETEUR PUBLIC PENDANT LA PROCÉDURE ?	134
QUESTION 6 : LA PME PEUT-ELLE ÊTRE INFORMÉE SUR LES QUALITÉS DU PRIX D'UN MARCHÉ PUBLIC, ET DE SON ÉVOLUTION ?	135
QUESTION 7 : DANS QUELS DÉLAIS, LA PME POURRA-T-ELLE ÊTRE PAYÉE ?	137
QUESTION 8 : COMMENT LA PME POURRA T-ELLE FAIRE VALOIR SON DROIT AU PAIEMENT DES INTÉRÊTS MORATOIRES, EN CAS DE RETARD DE RÈGLEMENT AU-DELÀ DES DÉLAIS LÉGAUX ?	139
QUESTION 9 : LE DIRIGEANT DE PME A-T-IL LE DROIT DE MODIFIER SON OFFRE OU D'EN DÉPOSER UNE NOUVELLE, UNE FOIS QUE CELLE-CI EST DÉPOSÉE ?	140
QUESTION 10 : L'ENTREPRISE BÉNÉFICIE T-ELLE D'UN DROIT DE PRÉFÉRENCE AU TITRE DU QUART OU DE LA MOITIÉ RÉSERVATAIRE ?	140
QUESTION 11 : LE DIRIGEANT DE PME PEUT-IL PARTICIPER À LA RÉDACTION DU CAHIER DES CHARGES AUX CÔTÉS DE L'ACHETEUR PUBLIC, AFIN D'AIDER CE DERNIER À DÉFINIR AU MIEUX SES BESOINS REELS ?	141
QUESTION 12 : COMMENT LA PME PEUT-ELLE RÉPONDRE EN UTILISANT LA DÉMATÉRIALISATION ?	141
QUESTION 13 : QUELS ENSEIGNEMENTS LA PME PEUT-ELLE TIRER DU FAIT DE NE PAS ÊTRE RETENU DANS LE CADRE D'UN MARCHÉ PUBLIC ?	142
CONCLUSION : LES 20 POINTS CLEFS SIGNIFICATIFS	144
LE GLOSSAIRE DES MARCHÉS PUBLICS	146
QUELQUES ABREVIATIONS À CONNAÎTRE	160
ANNEXES	161
ANNEXE N°1 : CARTOGRAPHIE DU CODE DES MARCHÉS PUBLICS 2006 APPLICABLE DEPUIS LE 1^{ER} SEPTEMBRE 2006 DISPONIBLE SUR LE SITE DU MINEFE	162

ANNEXE N°2 :	L'OFFRE ECONOMIQUEMENT LA PLUS AVANTAGEUSE, DE QUOI S'AGIT-IL ?.....	164
ANNEXE N°3 :	NOTE SUR LA LOI DU 31/12/1975 SUR LA SOUS-TRAITANCE	166