

Chapitre 2 - La détection, l'analyse et le suivi des appels d'offres

Sommaire :

1.	Les appels d'offres.....	2
1.1.	Principe des appels d'offres	3
1.2.	Les appels d'offres privé	3
1.3.	Les appels d'offres dans le secteur public.....	3
1.4.	Les règles de publicité.....	4
2.	Les étapes de l'appel d'offres	5
2.1.	La Recherche.....	5
2.2.	La sélection	5
2.3.	Le chiffrage	5
2.4.	La constitution du dossier	5
2.5.	La remise du dossier	6
2.6.	Les règles de base et documents	6

1. Les appels d'offres

Un appel d'offres est une procédure qui permet à une organisation (publique ou privée) de solliciter des propositions de fournisseurs ou prestataires pour répondre à un besoin précis. Cela garantit la transparence, l'équité et la concurrence.

- **Marchés publics** : Appels d'offres émis par des entités publiques (État, collectivités locales, établissements publics).
- **Marchés privés** : Appels d'offres lancés par des entreprises privées ou des organisations à but lucratif.

Le maître d'ouvrage (commanditaire) choisit alors son fournisseur (soumissionnaire) le plus à même de réaliser une prestation de travaux, fournitures ou services. Le but est de mettre plusieurs entreprises en concurrence pour fournir un produit ou un service.

Il existe 3 principaux types de marchés publics, tels que définis par le Code de la commande publique.

- **Marchés de travaux**

Ces marchés ont pour objet soit l'exécution, soit la conception et l'exécution de travaux. Un **ouvrage** est le résultat d'un ensemble de travaux de bâtiment ou de génie civil destiné à remplir une fonction économique ou technique par lui-même.

Exemples : la construction d'un bâtiment, la réfection d'une route, l'installation de réseaux de distribution d'eau ou d'électricité, ou la démolition d'un édifice.

- **Marchés de fournitures**

Un marché de fournitures a pour objet l'achat, la prise en crédit-bail, la location ou la location-vente de **produits**. Il peut également inclure, à titre accessoire, des travaux de pose et d'installation.

Exemples : l'achat de mobilier de bureau, de matériel informatique, de véhicules pour une collectivité, ou de fournitures scolaires pour une école. Si le marché concerne l'achat d'ordinateurs et leur installation, il reste un marché de fournitures car l'installation est un service accessoire.

- **Marchés de services**

Ces marchés ont pour objet la réalisation de **prestations de services**. Ils couvrent une très large gamme d'activités qui ne sont ni des travaux ni des fournitures.

Exemples : l'entretien des espaces verts, le nettoyage de locaux, la gestion de la paie, des prestations de conseil ou d'audit, des services de restauration collective, des prestations intellectuelles ou juridiques.

1.1. Principe des appels d'offres

Principe	Objectif principal	Conséquences d'une violation
Égalité de traitement	Assurer un traitement identique pour tous les candidats, sans discrimination.	Annulation du marché si la discrimination est prouvée.
Transparence	Garantir la clarté et l'accès à l'information tout au long de la procédure.	Annulation de la procédure ou sanction en cas de manque de transparence.
Liberté d'accès	Permettre à toute entreprise qualifiée de participer à l'appel d'offres.	Restriction d'accès injustifiée peut mener à l'annulation de la procédure.

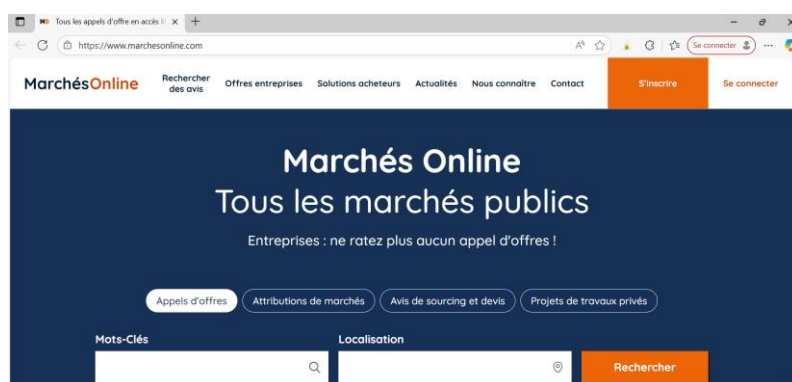
1.2. Les appels d'offres privé

Il est réalisé par un client qui met en concurrence plusieurs entreprises pour un produit, un service ou un chantier.

Il n'est soumis à aucune règle particulière, si ce n'est de respecter le code du commerce et le code pénal (lutte contre la corruption, les ententes, les pots-de-vin, etc.).

Les entreprises peuvent déposer des appels d'offres sur des sites dédiés : *marchesonline.com*, *decidento.com*, etc.

Exemple de site sur les appels d'offres



1.3. Les appels d'offres dans le secteur public

Les marchés publics sont soumis à des règles strictes, notamment en vertu du **Code de la commande publique** (en France), qui définit les différentes procédures de passation des marchés. Ces procédures sont également influencées par des normes européennes pour garantir la concurrence entre les États membres de l'UE.

Un marché public est soumis à des principes de liberté d'accès à la commande publique, d'égalité de traitement des candidats et de transparence. La procédure est différente selon la valeur et la nature du marché (travaux, de fournitures ou de services) :

- la **procédure négociée** sans publicité ni mise en concurrence préalable (marché inférieur à 40 000 euros) ;

- la **procédure adaptée** (ou Mapa) quand la valeur du marché est inférieure aux seuils européens (la publicité est obligatoire dès 90 000 euros) ;
- la **procédure formalisée** (appel d'offres, procédure concurrentielle et dialogue compétitif) quand la valeur du marché est égale ou supérieure aux seuils européens.

Type de procédure	Valeur estimée du marché	Obligation de publicité	Procédure à appliquer
Procédure négociée sans publicité ni mise en concurrence	Inférieure à 40 000 € HT	Aucune publicité ou mise en concurrence exigée	Libre, très simple, principe de discrétion
Procédure adaptée (MAPA)	Entre 40 000 € et < seuils européens	Publicité adaptée : faible montant (MAPA) jusqu'à 90 000 €, puis obligation progressive	Souplesse dans la rédaction du cahier des charges, respect des principes fondamentaux (liberté, égalité, transparence)
Procédure formalisée	Valeur ≥ seuils européens décrits ci-dessous	Publication obligatoire au BOAMP (Bulletin Officiel des Annonces des Marchés Publics) et au JOUE (Journal Officiel de l'UE)	Appel d'offres, procédure concurrentielle, dialogue compétitif selon cadre réglementaire strict

1.4. Les règles de publicité

En France, les règles de publicité pour les marchés publics dépendent du montant estimé du contrat, hors taxes. Ces seuils déterminent si le pouvoir adjudicateur doit suivre une procédure simplifiée ou une procédure formalisée, et où l'avis de marché doit être publié.

Les avis de marché sont publiés sur différents supports qui dépendent de la procédure et du type de marché (travaux, fournitures, services).

Il s'agit des supports suivants :

- Bulletin officiel des annonces de marchés publics ([BOAMP](#))
- Support habilité à recevoir des annonces légales ([Shal](#))
- Journal officiel de l'Union européenne ([JOUE](#))

Par exemple pour les **marchés de travaux** :

Les marchés de travaux concernent la réalisation d'ouvrages, de travaux du bâtiment et de génie civil (ponts, routes, ports, barrages, infrastructures urbaines, etc.).

Montant hors taxe	Type de publicité
< 40 000 €	Pas de publicité obligatoire
de 40 000 € à 99 999,99 €	Publicité libre ou adaptée

Montant hors taxe	Type de publicité
De 100 000 € à 5 537 999,99 €	Publicité obligatoire au BOAMP ou dans un Shal
À partir de 5 538 000 €	Publicité obligatoire au BOAMP et au JOUE

Les marchés publics de travaux sont dispensés de publicité et de mise en concurrence préalables jusqu'à 100 000 € HT. Ce seuil s'applique **jusqu'au 31 décembre 2025** inclus.

Pour aller plus loin : <https://entreprendre.service-public.fr/vosdroits/F23371>

2. Les étapes de l'appel d'offres

Un appel d'offres public suit plusieurs étapes clés, depuis la recherche initiale jusqu'à la soumission de l'offre. La participation à un appel d'offres, surtout la première fois, est une opération complexe qui exige de la rigueur.

Les cinq étapes de la participation à un appel d'offres

2.1. La Recherche

Une entreprise doit mettre en place une veille pour trouver des appels d'offres publiés dans des journaux d'annonces légales ou des sites spécialisés. La publication des annonces se fait principalement au **BOAMP** (Bulletin Officiel des Annonces des Marchés Publics), dans un **JAL** (Journal habilité à recevoir des annonces légales), au **JOUE** (Journal Officiel de l'Union Européenne), ou sur le profil d'acheteur (site dématérialisé de l'acheteur).

2.2. La sélection

Une fois l'appel d'offres trouvé, l'entreprise doit évaluer s'il est pertinent d'y répondre. Cette analyse se base sur plusieurs facteurs, comme la taille du marché, la capacité technique et financière de l'entreprise, ses compétences, sa situation géographique, et son assise financière. Les appels d'offres peuvent être "restreints", ne permettant qu'aux entreprises présélectionnées de participer.

2.3. Le chiffrage

Le chiffrage de l'offre se fait à partir des informations contenues dans le dossier technique. Il est crucial de respecter les normes de présentation et de lister et hiérarchiser les critères qualitatifs et quantitatifs.

2.4. La constitution du dossier

Le dossier doit être rigoureusement préparé et ne doit comporter aucune pièce manquante. Les personnes en charge de cette étape doivent impérativement respecter les normes de forme et de fond. Le dossier de candidature contient des documents pour la sélection, comme un extrait **Kbis** de moins de 3 mois, les attestations d'assurances (responsabilité civile et professionnelle), un **RIB**, des copies des certifications, et des références clients. Le dossier d'offre contient des documents obligatoires et des propositions propres à l'appel d'offres, comme un mémoire technique.

2.5. La remise du dossier

La remise se fait de plus en plus souvent de manière dématérialisée sur les plateformes d'appels d'offres. Il est impératif de respecter la date et l'heure limites de soumission, sous peine de voir le dossier rejeté.

2.6. Les règles de base et documents

Une entreprise doit respecter certaines règles et fournir des documents pour candidater à un marché public. Les documents de candidature, dont la liste est fournie dans l'avis de marché ou les documents de consultation, permettent à l'acheteur public d'évaluer la capacité de l'entreprise.

Les documents requis pour la candidature peuvent inclure :

- Le formulaire **DC1** (lettre de candidature)
- Le formulaire **DC2** (déclaration du candidat)
- Le formulaire **NOTI2** (état annuel des certificats reçus)
- Un **mémoire technique**

Les entreprises doivent également veiller aux différents types de procédures :

- **Procédures formalisées** : Pour les marchés dépassant certains seuils européens. Elles peuvent être ouvertes ou restreintes (pour les candidats présélectionnés), ou inclure une procédure avec négociation ou un dialogue compétitif.
- **Procédures adaptées (MAPA)** : Pour les marchés de valeur inférieure aux seuils formalisés. L'acheteur détermine librement les modalités de la procédure tout en respectant les principes d'accès libre et d'égalité de traitement.
- **Procédures négociées** : Sans publicité ni mise en concurrence dans des cas exceptionnels et urgents.