



Simplifier
l'accès des **TPE** et **PME**
à la **commande**
publique

Guide de
l'entreprise lotoise



Décembre 2014

Sommaire

Edito - 2

La commande publique, un enjeu de taille - 3

Les différents niveaux de formalisme
de la commande publique - 6

La commande publique en 5 étapes

1/ Trouver l'information - 7

2/ Décoder l'information - 9

3/ Répondre à la consultation - 11

4/ L'attribution du marché - 13

5/ Le paiement du marché - 15

Conclusion - 17

Contacts utiles dans le Lot - 18



La crise économique frappe de manière plus aiguë les petites et moyennes entreprises, plus sensibles aux variations de conjoncture : trésorerie insuffisante, masse salariale trop faible pour avoir des économies d'échelle ou encore dépendance à une clientèle locale.

A cette situation s'ajoute souvent la difficulté matérielle pour les TPE-PME à candidater sur des marchés publics. Trop de formalismes, critères inadaptés, demandes irréalisables.... Beaucoup d'entreprises se découragent face à la complexité du parcours qui les amène à la commande publique. Certaines de ces difficultés sont liées à un cadre juridique contraignant. D'autres à des freins, des appréhensions. C'est pourquoi, dans le Lot, acheteurs publics et entreprises travaillent ensemble, avec l'appui des fédérations professionnelles pour améliorer la connaissance mutuelle des contraintes de chacun.

Lors du troisième comité interministériel de modernisation de l'action publique (CIMAP) du 17 juillet 2013, le gouvernement a demandé aux services de l'État en région Midi-Pyrénées d'engager une expérimentation de mesures destinées à faciliter l'accès des TPE-PME aux marchés publics de l'État en poursuivant trois objectifs principaux :

**Rendre la commande publique plus attractive pour les PME ;
Simplifier les documents et pièces de candidature aux marchés ;
Faire évoluer les comportements d'achats des acheteurs publics
tout en professionnalisant la fonction achat.**

Missionnée par le Préfet de région Midi-Pyrénées, la préfecture du Lot a engagé une démarche collaborative, associant l'ensemble des acteurs économiques du département : les services de l'État, les collectivités, les chambres consulaires, les fédérations et syndicats professionnels, afin de traduire en actions opérationnelles cet effort en faveur du tissu économique local.

Le présent guide répond à l'objectif d'amélioration de l'attractivité de la commande publique pour les PME.

Il part des différentes observations formulées lors de la consultation «*les entreprises lottoises et les marchés publics*» de janvier 2014 ainsi que des différentes observations recueillies auprès d'acheteurs publics et d'acteurs du monde économique (chambres consulaires, fédérations professionnelles pour la rédaction du présent guide, entreprises, ...) durant l'année 2014.

Cette démarche en faveur de l'accès des TPE-PME à la commande publique s'est également concrétisée le 1er décembre 2014 avec la signature d'une charte engageant les principaux acheteurs publics du département.

Une initiative que nous souhaitons pérenniser en 2015 avec l'organisation de rencontres régulières entre les acheteurs publics et les entreprises, le développement d'échanges de pratiques entre acheteurs publics au sein du club des acheteurs publics et une meilleure visibilité sur l'accès des PME à la commande publique grâce à l'observatoire des BTP du Lot.

Alors, chefs d'entreprises, osez la commande publique !

LA COMMANDE PUBLIQUE : UN ENJEU DE TAILLE

200 milliards d'euros
10 % du Produit Intérieur Brut
60% des marchés publics conclus avec des PME
soit 40% en valeur

Qui sont les acheteurs publics ?

L'acheteur public peut-être :

Un service de l'État (préfecture, tribunal de grande instance, services de l'éducation nationale...)

Un établissement public national (pôle emploi, ...)

Une Collectivité territoriale (Conseil Régional Midi-Pyrénées, Conseil général du Lot, Grand Cahors, Grand Figeac, communes, SYDED, ...)

Un établissement public local (lycées, collèges, Lot Habitat, ...)

Un établissement public hospitalier (centre hospitalier de Cahors, EHPAD de Praysac, ...)

Une Chambre consulaire (chambres de commerce et industrie, chambres des métiers et de l'artisanat, chambre d'agriculture)

Une centrale d'achat public

Une entreprise publique (SNCF, la Poste, EDF, ...)

Les EPIC, les Groupements d'Intérêt Public (GIP), Groupements d'Intérêt Économique (GIE), certaines associations, la Banque de France sont quant à eux soumis au respect des directives communautaires dans ce domaine.

Pourquoi les marchés publics sont-ils spécifiques ?

Les marchés publics sont des contrats conclus à titre onéreux entre un acheteur public et un opérateur privé ou public.

La conclusion de ces contrats est encadrée par un formalisme assez strict qui a pour principal objectif de garantir le bon emploi des deniers publics. Ce formalisme répond à trois objectifs :

Assurer une mise en concurrence

Assurer la concurrence, garantir que l'acheteur pourra choisir entre plusieurs offres compétitives. Il a indirectement pour objectif d'éviter toute exclusivité/situation de monopole de fait.

Garantir la transparence de l'achat

Rendre public et donc accessible à tous les fournisseurs potentiels tout achat public. Le principal moyen d'assurer cette transparence intervient en amont via la publicité qui permet d'informer les fournisseurs

sur tout achat public. La transparence doit également intervenir en aval lors du choix de l'offre pour permettre de garantir que ce choix est objectif.

Garantir l'égalité de traitement

Le formalisme des marchés publics permet également de garantir les candidats contre l'arbitraire. La fixation de critères de choix des offres et l'obligation de les respecter sous peine de sanction pénale (délit de favoritisme) constitue le principal moyen pour assurer cette égalité de traitement des candidats.

L'égalité de traitement des candidats implique l'égal accès à l'information. Ainsi un appel d'offre (voir seuil ci-après) sera obligatoirement et simultanément publié sur le Bulletin Officiel des Annonces des Marchés Publics (BOAMP) et sur le Journal Officiel de l'Union Européenne (JOUE). L'égalité de traitement impose également à l'acheteur public de définir des critères précis et objectifs pour l'attribution du marché.

Quels sont les différents marchés publics ?

Le code des marchés publics distingue les marchés en fonction de la nature du marché (travaux/ fournitures et services) et en fonction de la procédure (marchés formalisés ou en procédure adaptée). Une fois que les prestations sont classées selon leur nature, la forme de la procédure est déterminée en fonction du montant de l'opération. Le seuil des procédures formalisées est toujours plus élevé pour les travaux.

Seuils de publicité pour les marchés des collectivités territoriales et des établissements publics de santé (en fonction des montants hors taxe) - applicables du 1er janvier 2014 au 31 décembre 2015

	Publicité non obligatoire	Publicité adaptée ; modalité au libre choix de l'acheteur	Publicité réglementée : BOAMP ou JAL + profil d'acheteur + presse spécialisée, si nécessaire	Procédure formalisée : BOAMP + JOUE + profil d'acheteur
Fournitures et services	en dessous de 15 000 €	à partir de 15 000 € et jusqu'à 90 000 €	de 90 000 € à 207 000 €	à partir de 207 000 €
Travaux	en dessous de 15 000 €	à partir de 15 000 € et jusqu'à 90 000 €	de 90 000 € à 5 186 000 €	à partir de 5 186 000 €

Seuils de publicité pour les marchés de l'État et de ses établissements publics (en fonction des montants hors taxe) - applicables du 1er janvier 2014 au 31 décembre 2015

	Publicité non obligatoire	Publicité adaptée ; modalité au libre choix de l'acheteur	Publicité réglementée : BOAMP ou JAL + profil d'acheteur + presse spécialisée, si nécessaire	Procédure formalisée : BOAMP + JOUE + profil d'acheteur
Fournitures et services	en dessous de 15 000 €	à partir de 15 000 € et jusqu'à 90 000 €	de 90 000 € à 134 000 €	à partir de 134 000 €
Travaux	en dessous de 15 000 €	à partir de 15 000 € et jusqu'à 90 000 €	de 90 000 € à 5 186 000 €	à partir de 5 186 000 €

LES DIFFÉRENTS NIVEAUX DE FORMALISME

Le déroulement d'un d'appel d'offre formalisé sera plus développé en matière de publicité, de décisions et d'information des candidats évincés.

En dessous de 15 000€, l'acheteur public n'est pas soumis aux obligations de publicité ou de mise en concurrence. Cependant, la pratique veut que l'acheteur demande au moins trois devis avant de choisir l'offre économiquement la plus avantageuse. Cela signifie que la commande publique ne se limite pas aux marchés publics !

Les entreprises ont accès aux commandes quotidiennes des acheteurs publics.

Les différentes étapes d'un marché :

Marché à procédure adaptée

Publicité
La réception des offres
L'ouverture des offres
La sélection des candidatures
L'analyse des offres
Les négociations éventuelles
L'attribution du marché
La signature du marché
La notification du marché
La publication de l'avis d'attribution (non obligatoire)

Appel d'offre formalisé

Publicité formalisée
La réception des offres
L'ouverture des offres
La sélection des candidatures
L'analyse des l'offres
L'attribution du marché
La notification aux candidats éliminés
La signature du marché
La notification du marché
La publication de l'avis d'attribution

En savoir plus :

Le Guide de constitution du dossier de candidature est téléchargeable sur le site www.boamp.fr. Il propose aux entreprises une checklist des documents à remplir pour tous les marchés.

La lettre de candidature
La déclaration du candidat
L'acte d'engagement (et annexes)
La déclaration du chiffre d'affaire global sur les trois derniers exercices
La copie du jugement en cas de redressement judiciaire
Les références professionnelles en rapport avec le marché
Les capacités techniques pour répondre aux marchés
Les habilitations professionnelles des personnels
Les formations des personnels
La déclaration sur l'honneur relative au respect de l'obligation d'emploi de travailleurs handicapés
L'assurance sur risque professionnel



OÙ TROUVER L'INFORMATION ?

Trouver l'information est primordial pour candidater dans les délais et ainsi se positionner en vue de l'obtention finale du marché. Suivant le montant de l'achat, les appels d'offres ne seront pas publiés sur les mêmes supports.

Les offres de marché public peuvent être trouvées :

- directement sur les **profils des acheteurs publics** (site du Conseil général, du Grand Cahors, du Grand Figeac, du SYDED, des communes chef-lieu d'arrondissement, d'Aquaréseau, ...)
- sur le **Bulletin Officiel des Annonces des Marchés Publics** (BOAMP) pour les marchés publics français ; www.boamp.fr
- sur les **Journaux des Annonces Légales** (JAL) pour les marchés publics locaux : la dépêche du midi, la semaine du Lot, la Vie Quercynoise, le Petit Journal.
- sur le site <http://marches-publics.info46.com/accueil.html> où plus de 120 collectivités déposent chaque jour leurs annonces soit plus de 160 marchés publics par an
- sur la plate-forme de publicité PLACE : www.marches-publics.gouv.fr (tous les marchés publics des services de l'État y sont mis en ligne)
- les fédérations professionnelles du Lot font également **un travail de veille** des marchés publics à leurs adhérents (FBTP et CAPEB notamment).



Focus sur les marchés de défense

Le ministère de la Défense a défini une stratégie globale en faveur des entreprises.

- **Identification de l'interlocuteur** achat à partir du site www.achats.defense.gouv.fr ;
- **Création de 23 pôles régionaux** à l'économie de la défense (PRED), contacts privilégiés entre le ministère et les PME, ont été créés au premier trimestre 2013 et disposent d'une adresse électronique générique pour faciliter l'accès des PME aux services du ministère ;
- **Organisation de rencontres régulières** entre acheteurs de la défense et PME sur l'ensemble du territoire. Elles ont pour but de développer l'information des entreprises sur les achats du ministère et susciter l'intérêt des PME les plus performantes et/ou innovantes.
contact-midi-pyrénées@pred.defense.gouv.fr



LES BONS REFLEXES

Dans le Lot, les TPE-PME sont particulièrement impactées par la difficulté de l'accès à l'information puisque celle-ci, présente sur des sources nombreuses, demande une veille régulière. Difficile dès lors de se mobiliser sur la recherche exhaustive des offres publiques. Quelques bons réflexes peuvent être pris au niveau de l'entreprise :

Mettre en place un système de veille efficace au niveau de l'entreprise :

La veille des marchés publics n'est pas une tâche compliquée mais elle requiert une certaine «habitude». L'entreprise peut par exemple

- **Mettre en place des alertes** sur des plateformes bien définies au préalable (2 ou 3 maximum) ;
- **Bien définir les mots clés** par type d'achat et secteur géographique ;
- **Désigner un collaborateur comme référent** «marchés publics» ou **créer un boîte fonctionnelle dédiée** à la réception des différentes alertes.

Les JAL, le BOAMP, ou le JOUE proposent leurs services permettant l'enregistrement de ses critères de recherche favoris d'appels d'offres, pour ne pas avoir besoin de les saisir à chaque visite du site.

De plus, la plupart des profils d'acheteurs disposent d'un système d'alerte. On appelle ainsi les courriels qui sont envoyés régulièrement aux abonnés à ce dispositif. Les messages contiennent les nouvelles annonces diffusées qui correspondent aux critères de recherche précédemment choisis.

Anticiper les besoins des principaux acheteurs publics :

Dans le Lot, deux rencontres par an seront organisées entre acheteurs publics et entreprises à partir de janvier 2015. Elles permettront aux premiers de présenter les grandes commandes à venir dans le département pour le semestre, voire l'année à venir. Cela permettra aux entreprises d'anticiper la demande grâce à une information connue à l'avance.

SAVOIR DÉCODER L'INFORMATION



L'avis d'appel public à la concurrence (AAPC) récapitule les informations essentielles relatives au marché qui permettent aux candidats de savoir s'ils sont intéressés ou non par le marché public et s'ils ont les capacités d'y répondre.

Dans le cadre d'un marché à procédure adaptée :

- l'identification de la personne publique ;
- l'objet du marché : prestations ou fournitures demandées ;
- le code CPV qui permet de trier selon le type de marché ;
- le lieu d'exécution ;
- la date limite de réception des offres ;
- les critères d'attribution ;
- la procédure employée : formalités à respecter, montant estimé du besoin ;
- les éventuels niveaux minimum de capacité en-dessous desquels les candidatures seront rejetées (chiffre d'affaire minimum ou nombre minimum de personnes employées). Ces niveaux doivent être proportionnés avec l'objet et le montant du marché ;
- les coordonnées et modalités pour obtenir les documents de la consultation ;
- les documents à produire à l'appui de sa candidature et de son offre.

Cette étape essentielle franchie, les documents à se procurer sont dans le dossier de consultation des entreprises (DCE). Il comporte l'ensemble des pièces nécessaires à la consultation des candidats à un marché public.

Quand le besoin dépasse le seuil des procédures adaptées, la personne publique utilise des formulaires-types européens et ceux-ci comportent, par rapport au modèle national, des spécificités liées au droit européen.



Focus sur la limitation du plafonnement du chiffre d'affaire annuel exigible

Depuis le 1er octobre 2014, le chiffre d'affaires exigé à l'entreprise candidate ne doit pas être supérieur au double de la valeur estimée du marché. Cette mesure devrait permettre à davantage de TPE - PME, notamment celles qui sont de création récente, de participer aux consultations lancées par les acheteurs publics et d'emporter des marchés publics.

Toutefois, ce plafond ne saurait être exigé de manière systématique. Il revient en effet à l'acheteur public d'apprécier le niveau de capacité financière qu'il souhaite demander en fonction de l'objet de son marché. Si, pour des raisons tenant aux risques particuliers inhérents à la nature des travaux, services ou fournitures, l'acheteur public décide d'exiger un chiffre d'affaires supérieur à ce plafond, il devra le justifier dans les documents de marché ou le rapport de présentation.



LES BONS REFLEXES

Ne pas hésiter à candidater sur un des lots d'un marché important:

Les entreprises peuvent avoir l'impression que les marchés publics, de par la taille de certaines demandes, sont réservés aux grandes entreprises. Or, pour faciliter l'accès à la commande publique au PME, l'allotissement est la règle et l'offre unique l'exception (article 10 du Code des marchés publics) !

L'acheteur public est obligé, dans le cas d'une commande impliquant différents savoir-faire, d'allotir le marché en différents lots.

Par ailleurs, la charte signée par les acheteurs publics du Lot appelle à limiter au maximum l'obligation de solidarité des titulaires d'un marché qui lie financièrement les pétitionnaires des différents lots entre eux.

S'identifier sur les plate formes et les profils d'acheteurs :

Afin d'être informé en cas de modification des éléments du dossier mieux vaut télécharger le dossier en s'identifiant. Chaque plate-forme propose la création de comptes gratuits.

Une entreprise peut-elle répondre à un marché de façon dématérialisée ?

De plus en plus utilisée, cette méthode s'impose désormais pour tous les achats informatiques d'un montant supérieur à 90 000€.

Concrètement, dès que l'avis d'appel à la concurrence est mis en ligne, celui-ci comporte le lien direct du dossier de consultation de l'entreprise. Pour répondre à une exigence de confidentialité et de sécurité, les candidatures aux appels d'offres doivent être déposées sur une plateforme de dématérialisation. Les administrations doivent se doter de l'une de ces plates-formes, tandis que les entreprises doivent s'équiper d'une signature électronique.

Depuis le 1er janvier 2015, le support de publication PLACE permet de mettre en oeuvre la fonction marché public simplifié. Basé sur le principe de la confiance, le dispositif permet aux entreprises de candidater avec leur seul numéro Siret et de ne fournir les pièces justificatives qu' a posteriori de leur sélection par l'acheteur public.

Pour le moment l'expérimentation ne concerne que les candidatures uniques : pas de co-traitance ni de marché nécessitant une habilitation défense.



COMMENT RÉPONDRE A LA CONSULTATION ?

La candidature doit contenir un certain nombre de documents indispensables qui permettront à l'acheteur d'évaluer la capacité de l'entreprise à exécuter le marché.

L'entreprise candidate doit fournir :

- Les pièces exigées dans le Dossier de Consultation des Entreprises
- Les renseignements permettant d'apprécier les capacités professionnelles, techniques et financières de l'entreprise (chiffre d'affaires global, effectifs et équipements techniques, certificats de qualifications professionnelles, ...)
- Les déclarations solennelles ou sous serment devant l'autorité judiciaire ou l'administration compétente qui permettent de justifier que l'entreprise et/ou ses dirigeants est en règle en matière fiscale, sociale ou judiciaire.

L'entreprise candidate doit accompagner sa candidature d'une offre, qui est la réponse technique et financière qu'elle propose. L'offre proposée doit être conforme à l'objet du marché. Elle ne doit pas violer une exigence essentielle des documents de la consultation. Par principe, l'entreprise ne peut modifier son offre jusqu'à l'expiration du délai de validité de celle-ci. Toutefois, des assouplissements peuvent être admis dans certaines situations.

À la demande de l'acheteur public, l'entreprise peut proposer une variante modifiant certaines spécifications techniques ou financières du projet de base.



Focus sur la simplification du formalisme

Le décret du 26 septembre 2014 simplifie la constitution des dossiers de candidatures :

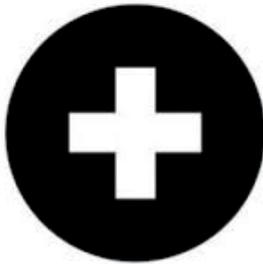
Suppression des documents accessibles gratuitement en ligne par l'acheteur public (ex: les interdictions de soumissionner des entreprises accessibles à partir du casier judiciaire dématérialisé)

Incitation des acheteurs publics à **ne pas redemander aux entreprises les documents** qui lui ont déjà été fournis dans le cadre d'une précédente procédure et qui demeurent valables.

Dans le cadre de l'expérimentation régionale sur l'accès des PME à la commande publique, 3 dossiers simplifiés de consultation des entreprises (travaux, fournitures, services) sont proposés. Ceux-ci sont disponibles sur http://www.midi-pyrenees.gouv.fr/web/Portail_Midi-Pyrenees/4588-faciliter-l-acces-des-pme-a-la-commande-publique.php. Ces dossiers sont parfaitement utilisables et permettent pour l'entreprise de gagner un temps précieux !

À terme, les candidats aux marchés publics seront dispensés de fournir les documents et renseignements déjà fournis à l'acheteur public, sans que le règlement de la consultation l'ait expressément prévu, à partir du moment où les obligations de dématérialisation complète des procédures seront entrées en vigueur (au plus tard le 18 octobre 2018).

« Dans le cadre de l'expérimentation régionale en Midi-Pyrénées, le recours au portail des achats de l'État (PLACE : www.marches-publics.gouv.fr) est obligatoire par tous les acheteurs publics étatiques de la région à partir de 15 000€. La préfecture de région Midi-Pyrénées forme et sensibilise les acheteurs des services de l'État à l'usage de PLACE. »



LES BONS REFLEXES

L'union fait la force :

Lorsqu'une consultation vous intéresse mais qu'il vous manque une compétence, une qualification, pensez à vous grouper avec d'autres entreprises. Le groupement ainsi formé est alors conjoint ou solidaire. En cas de groupement solidaire, chaque entreprise est solidairement engagée et peut être amenée à pallier la défaillance de l'un de ses partenaires, alors qu'en cas de groupement conjoint, chaque opérateur économique n'est engagé que sur les prestations qu'il réalise.

Respecter les délais :

Il est impératif de ne pas se laisser surprendre par la date de remise des dossiers : toute remise hors délai ne sera pas comptabilisée, quel qu'en soit son motif. De même, il est obligatoire de respecter scrupuleusement le plan de l'offre et du mémoire technique tel qu'il est précisé dans le règlement de la consultation. L'offre (adressée par voie papier ou électronique) doit toujours être transmise une seule fois, à défaut, seul le dernier envoi sera retenu et votre offre pourra être considérée comme incomplète.

L'offre, rien que l'offre :

Le formalisme imposé des marchés publics impose de répondre rigoureusement à l'offre demandée. Dans le cadre d'un marché formalisé, l'entreprise ne peut proposer de variante si celle-ci n'est pas autorisée. De même, si l'acheteur exige des options ou des tranches

conditionnelles, toute offre qui ne répondrait pas à ces demandes sera rejetée. L'acte d'engagement doit être rempli rigoureusement sans rature ou rajout.

La modification de l'acte d'engagement peut entraîner le rejet de l'offre. Ce rejet est également immédiat si cet acte d'engagement n'est pas daté et signé par la personne habilitée à engager la société.

Avoir réponse à tout :

Le fait de ne pas faire de réponse à un des critères du mémoire technique entraîne une note disqualifiante. Il faut donc veiller à bien répondre à toutes les demandes, ne serait-ce que par une phrase simple.

Bénéficiaire d'un accompagnement individualisé :

Certaines fédérations (la CAPEB et la FBTP notamment) proposent des modules d'accompagnement individualisé pour aider les entreprises à répondre à la commande publique :

- des formations de 3 jours : «comprendre et accéder aux marchés publics, rédaction du mémoire technique et réponse dématérialisée.» ;
- la mise à disposition de fiches pratiques (pièces contractuelles...) ;
- des trames de mémoires techniques ;
- un envoi hebdomadaire d'une synthèse des marchés publics Lotois.

COMMENT L'ACHETEUR PUBLIC ATTRIBUE-T-IL LE MARCHÉ ?



Pour attribuer le marché à l'entreprise qui présente l'offre économiquement la plus avantageuse, l'acheteur public a l'obligation de procéder selon une méthode et des critères précisés dans le règlement de la consultation.

Au-delà du critère du prix, le pouvoir adjudicateur peut s'appuyer sur des critères non discriminatoires liés à l'objet du marché tels que l'innovation, les délais, les critères environnementaux ou sociaux...

Tous les critères choisis par le donneur d'ordre public n'ont pas la même importance. Ils doivent être pondérés ou, à défaut, hiérarchisés au moyen d'un pourcentage ou d'un coefficient. Une fois le choix de l'offre effectué, le candidat pressenti doit, pour être définitivement retenu, fournir une copie des pièces et certificats exigés par l'acheteur public.

L'acheteur public est tenu d'informer les entreprises non retenues sur la base d'un courrier motivé.

En effet, l'acheteur public peut délivrer des éléments aux motifs du rejet de l'offre et son classement par rapport à celle du titulaire du marché. Il est aussi possible de connaître le nom de l'entreprise retenue, le montant du marché, les caractéristiques et les avantages de son offre dans la limite du respect du secret industriel et commercial.

L'acheteur public doit transmettre ces informations dans un délai de 15 jours à compter de la réception de la demande écrite. Ces informations permettent de juger la proposition non retenue au regard des exigences de l'acheteur public qui a des contraintes différentes des intervenants privés.



Focus sur les offres anormalement basses

Les acheteurs publics du Lot signent une charte pour la détection des offres anormalement basses.

Le critère prix n'est pas nécessairement le critère décisif. Celui-ci peut par exemple révéler une Offre Anormalement Basse (OAB) contre lesquelles certains acheteurs publics lotois ont signé le 27 janvier 2014 **une charte de détection et de traitement des offres anormalement basses**. Ceux-ci sont également pleinement conscients qu'un prix trop bas est souvent synonyme d'avenants successifs qui entraînent retards dans la livraison et augmentation du coût par suite. Ces avenants peuvent également être illégaux s'ils bouleversent l'économie générale du marché.



LES BONS REFLEXES

Ne pas s'auto-censurer !

Considérant le peu de turn-over dans les choix opérés par les pouvoirs adjudicateurs, certaines entreprises se sentent exclues *de facto* des marchés publics, voire s'excluent elles-mêmes. La définition de critères objectifs pour le choix du titulaire du marché met à un niveau égal le titulaire sortant et les autres candidats.

Nombre d'entreprises considèrent la commande publique comme peu rémunératrice du fait de la focalisation des acheteurs sur le prix le moins élevé (effondrement des marges). Or, une pondération trop forte du critère du prix peut favoriser des grandes entreprises qui bénéficient d'économies d'échelle. Une démarche de réflexion au sein des acheteurs publics est engagée dans le Lot pour trouver une pondération des critères qui prendrait en compte les capacités et les atouts des PME.

Enfin, l'allotissement croissant des marchés tend également à simplifier pour les PME l'accès à la commande publique en multipliant les lots qui deviennent ainsi plus accessibles pour une PME seule ou un groupement.

QUAND LE MARCHÉ EST-IL PAYÉ ?



Les marchés publics sont réputés pour avoir des délais de paiement très longs. C'est une des raisons pour lesquelles les chefs d'entreprise n'osent pas candidater. Or le Code des marchés publics est strict. La règle en la matière est le paiement après service fait.

Pour pouvoir se faire payer, l'entreprise doit donc obtenir le certificat du service fait auprès du donneur d'ordre public. L'entreprise choisie doit fournir une facture, un mémoire, ou une situation de travaux à l'acheteur public. Pour exécuter le paiement, le comptable assignataire doit aussi disposer de la part du client des documents complémentaires précisés par l'acheteur public.

Le délai de paiement d'un marché public ne peut excéder 30 jours pour tous les pouvoirs adjudicateurs, qu'ils soient soumis au Code des marchés publics ou à l'ordonnance du 6 juin 2005 à deux exceptions près : 50 jours pour les établissements publics de santé, 60 jours pour les entreprises publiques comme la SNCF ou La Poste et les Établissements publics industriels et commerciaux de l'État. Tout retard de paiement donne droit à des intérêts moratoires, de plein droit et sans formalité. Les intérêts moratoires et indemnités de recouvrement doivent être payés dans les 45 jours suivant la mise en paiement du principal.

Cependant, les PME sont particulièrement impactées par la règle du paiement après service fait puisque leur trésorerie ne leur permet souvent pas d'absorber les frais à avancer pour l'exécution du marché. Cette situation prend une ampleur encore plus grande en période de difficulté d'accès au crédit bancaire.



Qu'est-ce qu'un paiement anticipé ?

- **les avances** : ce sont des versements à hauteur de 5 % minimum du montant du marché au titulaire du marché avant tout commencement d'exécution. L'avance est obligatoire dès lors que le montant du marché est supérieur à 50 000€ et d'une durée supérieure à deux mois.

- **les acomptes** : les prestations qui ont donné lieu à un commencement d'exécution du marché donnent droit à un acompte. Il rémunère un service fait. La périodicité du versement des acomptes est fixée au maximum à 3 mois, voire 1 mois dans certaines situations.



LES PAIEMENTS ANTICIPÉS DANS LE LOT

L'article 87 du code des marchés publics dispose qu'une avance est accordée au titulaire d'un marché lorsque le montant initial du marché ou de la tranche affermie est supérieur à 50 000 € HT et dans la mesure où le délai d'exécution est supérieur à deux mois. Cette avance n'est due au titulaire du marché que sur la part du marché qui ne fait pas l'objet de sous-traitance. Elle est de 5 % du montant initial TTC du marché ou de la tranche affermie ou du bon de commande.

Dans le cadre de l'expérimentation régionale, **les services de l'État ont mis en place une avance forfaitaires automatique** à hauteur de 20% du montant du marché pour les marchés supérieurs à 15.000 euros HT.

Les acheteurs publics lotois se sont également engagés pour prendre en compte au mieux les difficultés de trésorerie rencontrées par les PME. Cet engagement, qui figure dans la charte, invite les acheteurs publics à tenir compte des difficultés de trésorerie des entreprises au début de leurs prestations. Les difficultés de trésorerie que peuvent rencontrer les PME sont un frein à leur accès à la commande publique. Les signataires de la charte s'engagent donc à en tenir compte et à utiliser au mieux les différents outils existants.

OSEZ LA COMMANDE PUBLIQUE !

Les difficultés rencontrées par les TPE-PME dans l'accès aux marchés publics sont aujourd'hui bien connus des acheteurs publics. Ceux-ci sont engagés à tous les niveaux (l'Union Européenne via la directive services, l'État avec le choc de simplification et l'expérimentation régionale, les acteurs locaux à travers la démarche dans le Lot).

Ce travail a fait l'objet de mesures concrètes visant à simplifier les démarches pour les TPE-PME.

La commande publique est une ressource importante qui doit être équitablement accessible à toutes les entreprises, quelle que soit leur taille.

L'objectif de la démarche n'est pas de favoriser les petites entreprises ni les entreprises locales. Cela serait contraire au principe de non-discrimination. En revanche, ces différentes mesures ont vocation à exploiter les possibilités offertes par le Code des marchés publics pour mieux prendre en compte les difficultés des TPE-PME et **rétablir ainsi l'égalité d'accès à la commande publique.**

Des réflexes excessivement prudents ont ainsi pu être développés par les acheteurs publics. La situation s'améliore. Mais c'est également aux chefs d'entreprise de saisir les opportunités offertes par la commande publique pour augmenter leur production, sécuriser leurs finances et diversifier leur carnet de commande.

Alors chefs d'entreprises, osez la commande publique !

Contacts utiles dans le Lot

- **la Chambre de commerce et d'industrie**
www.lot.cci.fr

- **la Chambre des métiers et de l'artisanat**
www.cma-cahors.fr

- **la Chambre d'agriculture**
www.lot.chambagri.fr

- **la fédération du bâtiment et des travaux publics**
www.fbtp46.com

- **la CAPEB**
www.capeb.fr

- **l'ordre des architectes**
www.architectes.org

- **l'Union Nationale des Economistes de la Construction**
www.untec.com

- **Le site de l'expérimentation régionale :**
www.midi-pyrenees.gouv.fr/web/Portail_Midi-Pyrenees/4588-faciliter-l-acces-des-pme-a-la-commande-publique.php



Simplifier l'accès des TPE et PME à la commande publique
Guide de l'entreprise lotoise

