



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

Guide de l'acheteur public du Lot



Janvier 2015

Sommaire

Edito - 2

Les fondamentaux de la commande publique- 3

L'état : acteur pilote et exemplaire
de la démarche de simplification - 7

6 bons réflexes à mettre en œuvre :

1/ Assurer la meilleure visibilité
possible à la commande publique - 8

2/ Bien allouer le marché - 9

3/ Prendre en compte les spécificités
des TPE/PME en matière de trésorerie - 10

4/ Alléger les formalités administratives - 11

5/ Mieux utiliser les critères d'attribution - 13

6/ Bien connaître le tissu local d'entreprises - 14

Conclusion - 15

Liens utiles - 16



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 amènent 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.

« La préfecture du Lot a engagé une démarche, collaborative associant l'ensemble des acteurs économiques du département »

Missionné 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.

Les acheteurs publics ont un rôle tout à fait central dans ce processus. Ce sont eux qui, en fixant les règles de l'achat public, vont conditionner la capacité des petites entreprises à y répondre.

L'achat public est une procédure complexe et juridiquement encadrée. Elle nécessite formation initiale et continue, vigilance et professionnalisation.

L'acheteur est soumis à des contraintes spécifiques et est le garant de la bonne utilisation des deniers publics. Ce contexte a pu amener les collectivités publiques à adopter des comportements allant au-delà de ce que nécessitent les textes afin de se prémunir contre les risques de contentieux.

Or, cela entraîne un double écueil :

- d'une part, un formalisme excessif va dissuader un certain nombre de petites entreprises de candidater, donc de proposer des offres potentiellement intéressantes pour l'acheteur ;
- d'autre part loin de sécuriser l'achat, cela peut entraîner une complexité excessive, potentiellement dangereuse juridiquement;

Le présent guide présente donc un certain nombre de bonnes pratiques, à la fois valables juridiquement et « PME compatibles » pour concilier achat public responsable et dynamisation du tissu économique local.

Alors, acheteurs publics, osez la simplification !

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 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

L'état : acteur pilote et exemplaire de la démarche de simplification

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 pour engager une expérimentation de mesures destinées à faciliter l'accès des TPE-PME aux marchés publics de l'État 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.

Pour mettre en œuvre ces principes, un ensemble de mesures et de bonnes pratiques ont été mis en place par tous les services de l'État de la région Midi-Pyrénées :

- Une avance forfaitaire systématique et sans demande de garantie de 20 % est attribuée pour les marchés dont le montant estimé des prestations est compris entre 15 000€ HT et 300 000€ HT.

- La mise en ligne des dossiers de consultations de tous les services de l'État est désormais obligatoire dès 15 000€ HT sur la plate-forme des marchés de l'État PLACE (www.marches-publics.gouv.fr). Elle contribue à améliorer la publicité et à simplifier l'information pour les entreprises en un seul site.

- Pour tout marché compris entre 15 000€ HT et 90 000€ HT, les services de l'État ont l'obligation de recourir systématiquement au dossier de consultation simplifié accessible sur : http://www.midi-pyrenees.gouv.fr/web/Portail_Midi-Pyrenees/4588-faciliter-l-acces-des-pme-a-la-commande-publique.php

- L'attestation de régularité fiscale et sociale des entreprises soumissionnant aux marchés publics n'est exigible qu'à l'égard du candidat auquel il est envisagé d'attribuer le marché. Elle ne l'est pas lors du dépôt de la candidature, stade auquel les candidats n'ont à produire aucune pièce relative à leur situation fiscale ou sociale.

- Souplesse au niveau des exigences de la candidature : l'article 52 du code des marchés publics prévoit que, lors de l'examen des candidatures, les acheteurs peuvent demander aux candidats de compléter le contenu de leur dossier, en cas d'oubli ou de production incomplète d'une pièce réclamée afférente à leur candidature et à leur capacité juridique. Il est rappelé ce principe aux pouvoirs adjudicateurs, afin d'éviter d'exclure des entreprises qui n'ont pas l'habitude de soumissionner.

- Si la consultation du service prévoit un marché global sans dévolution en lots séparés, un avis conforme du Préfet de Région devra être sollicité avant publication.

- Encadrement du recours au groupement solidaire et recours unique au groupement conjoint (le recours au groupement d'entreprises solidaires ne sera possible qu'après avis conforme du Préfet de Région).

- Concernant les pénalités, si leur montant cumulatif représente plus de 5 % du montant du marché ou si la clause des pénalités ne comporte pas de plafond par type de pénalités, un avis conforme du préfet de région devra être sollicité avant publication.

1/ Assurer la meilleure visibilité possible à la commande publique

Les mesures de publicité et de mise en concurrence assurent le respect des principes rappelés à l'article 1er du Code des marchés publics : **liberté d'accès à la commande publique, égalité de traitement des candidats et transparence des procédures.**

La publicité présente une double utilité : elle permet le libre accès à la commande publique de l'ensemble des prestataires intéressés en informant les secteurs économiques concernés du lancement d'une procédure d'achat et elle suscite une plus grande diversité des offres, permettant ainsi d'accroître les chances d'obtenir l'offre économiquement la plus avantageuse et de garantir un bon usage des deniers publics.

Les modalités de publicité et de mise en concurrence sont déterminées en fonction du montant estimé du besoin à satisfaire (voir seuils en page 5 du guide).

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.



LES BONS REFLEXES

- **La commande publique ne se résume pas aux marchés publics !** Ainsi, toute commande passée en dessous du seuil de 15 000€ peut faire l'objet d'une mise en concurrence. La pratique couramment admise veut qu'un acheteur public demande trois devis pour une commande. Cela permet à la fois de garantir la bonne utilisation des deniers publics et de mieux faire connaître la commande publique, y compris à de très petites entreprises.

- La grande diversité de profils acheteur dans le département du Lot rend difficile pour une petite entreprise d'y avoir accès dans des délais suffisants pour lui permettre de répondre. Une solution consiste à transmettre les offres de marchés publics aux chambres consulaires et aux fédérations professionnelles (FBTP, CAPEB, ...) car celles-ci proposent souvent une veille aux entreprises du département.

- Il faut également s'assurer que les profils acheteurs soient connus des entreprises : dès lors, ne pas hésiter à en faire régulièrement la promotion à l'oc-

casion d'articles dans les revues généralistes ou spécialisées ou encore lors de salons et autres rencontres où sont présentes des entreprises.

- Afin de permettre aux TPE/PME d'anticiper les marchés publics sur lesquels elles pourront se positionner, il est également recommandé de mentionner ces projets sur les profils acheteurs (ce qui n'engage ni l'acheteur, ni l'entreprise).

Et pourquoi pas ?

Depuis le 1er janvier 2005, tous les acheteurs publics de la région Bourgogne publient leurs offres sur une plate forme régionale d'administration économique unique : « e-bourgogne ». Cela constitue une mesure essentielle de simplification puisqu'un point unique en matière de recherche d'offres est un gain de temps particulièrement profitable au développement des petites et moyennes entreprises qui n'ont pas à faire la veille de nombreux profils acheteurs.

Pourquoi ne pas s'en inspirer dans le Lot ?

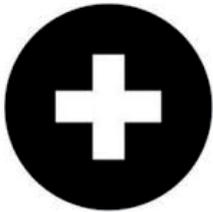
2/ Bien allotir le marché !

L'article 10 du code des marchés publics érige l'allotissement en principe pour susciter la plus large concurrence entre les entreprises et leur permettre, quelle que soit leur taille, d'accéder à la commande publique. Ainsi, tous les marchés doivent être passés en lots séparés lorsque leur objet permet l'identification de prestations distinctes. Ce principe est particulièrement favorable aux petites et moyennes entreprises.

Le recours à l'allotissement est facilité par une disposition permettant aux acheteurs de ne signer qu'un seul acte d'engagement, lorsque plusieurs lots sont attribués à un même soumissionnaire.

Le recours à un marché global est donc strictement encadré. L'acheteur doit justifier des motifs :

- Techniques, liés à des difficultés tenant, par exemple à la nécessité de maintenir la cohérence des prestations ou à l'incapacité de l'acheteur public à assurer lui-même les missions d'organisation, de pilotage et de coordination ;
- Économiques lorsque l'allotissement est susceptible de restreindre la concurrence ;
- Financiers, lorsqu'il est de nature à renchérir de manière significative le coût de la prestation.



LES BONS REFLEXES

- **Bien délimiter le périmètre des lots** : un lot qui regroupe des prestations sans rapport les unes avec les autres conduit à évincer de fait les entreprises les plus spécialisées, souvent les PME.

- Il peut être utile de proposer aux entreprises **une trame de mémoire technique** qui facilitera ainsi leur réponse et simplifiera la comparaison des offres.

- Il faut également veiller à ce que

les délais de remise des candidatures et des offres soient suffisants pour permettre aux entreprises de proposer des réponses adaptées et pour laisser le temps à celles qui le souhaitent de trouver des partenaires pour se grouper.

- La fixation des dates limites de remise des candidatures et des offres doit faire l'objet d'une attention particulière : attention par exemple aux périodes de congés !

3/ Prendre en compte les spécificités des TPE/PME en matière de trésorerie

En matière de marchés publics, la règle est celle du paiement après service fait. Cette règle veille à la garantie de la bonne utilisation des deniers publics. Cependant, cette règle pénalise les petites et moyennes entreprises puisque pour l'exécution d'un marché, l'entreprise doit être en capacité financière d'avancer le montant nécessaire à sa réalisation. Cela en dissuade alors un grand nombre de candidater puisqu'elles estiment souvent ne pas avoir la trésorerie nécessaire.

Les délais de paiement des acheteurs publics, réputés comme souvent trop lents, tendent également à pénaliser les PME. Le délai de paiement maximum de l'État, de ses établissements publics administratifs, des collectivités territoriales, de leurs établissements publics et des établissements sociaux et médico-sociaux, celui-ci est de 30 jours. Pour les établissements publics de santé, le délai est de 50 jours maximum. Si ces délais ne sont pas respectés, des intérêts moratoires, à compter du jour suivant l'expiration du délai de paiement ou de l'échéance prévue du contrat, sont dus. Le versement d'une indemnité forfaitaire pour frais de recouvrement d'un montant de 40 euros est également prévu dans les mêmes conditions.

Concernant le recours à une retenue de garantie, il est rappelé que celle-ci doit être remboursée au plus tard un mois après expiration du délai de garantie (art. 103 du code), c'est à dire un an et un mois après l'établissement du procès-verbal de réception des travaux.

LES BONS REFLEXES



- L'octroi d'avances a pour objet de faciliter l'exécution des marchés et assurer l'égalité d'accès aux marchés entre les entreprises qui disposent d'une trésorerie suffisante pour démarrer l'exécution des prestations et celles qui n'en disposent pas.

Elle est obligatoirement accordée au titulaire ou au sous-traitant d'un marché à partir de 50 000€ HT. Le montant de l'avance est calculé par rapport au marché et non par rapport aux prestations sous-traitées. Toutefois, cette obligation ne s'impose que si le délai d'exécution du marché est supérieur à deux mois. Le montant minimum de l'avance est fixé à 5 %.

L'État applique une avance automatique et sans garantie de 20 % sur tous ses marchés publics. Certaines collectivités territoriales s'y mettent également comme Toulouse métropole.

- Les acomptes permettent également de mieux prendre en compte les spécificités des PME en matière de trésorerie. Ils sont versés pour des prestations effectuées en cours d'exécution du marché : ils rémunèrent donc le service fait. Le versement d'acomptes est un droit : ils sont versés

même en cas de silence du marché. Il revient à l'acheteur de vérifier que la prestation a été effectuée. Cette vérification est constatée par un document écrit qu'il établit lui-même ou vérifie et déclare accepter.

- Il est recommandé aux acheteurs publics de préciser dans leurs marchés **le délai de paiement sur lequel ils s'engagent**. Les acheteurs publics sont encouragés à mener une politique de paiement dynamique en s'engageant contractuellement à respecter des délais plus courts que le délai réglementaire.

- De même, les intérêts moratoires et l'indemnité forfaitaire sont dus de plein droit, sans formalité de la part du créancier, dès lors que le délai maximum de paiement est dépassé ou que l'échéance prévue au contrat n'est pas respectée. Il n'est pas admissible de chercher à échapper au paiement de ces sommes au motif que les entreprises n'osent pas demander leur paiement. L'acheteur public responsable veillera donc à payer promptement ce qu'il doit. Tarder à régler une entreprise met en danger celle-ci en particulier s'il s'agit d'une PME.

4/ Alléger les formalités administratives

Même lorsque la procédure adaptée est possible (MAPA), de nombreux acheteurs publics imposent un formalisme excessif par rapport aux caractéristiques réelles du marché en cause. L'objectif de sécurisation juridique recherché nuit souvent à l'efficacité économique de l'acte d'achat sans protéger pour autant des risques contentieux.

Par exemple, exiger la signature ou le paraphe de tous les documents du marché ou des cahiers des charges n'apporte aucune garantie supplémentaire et pourrait, au contraire, contraindre à exclure inutilement des candidats qui l'auraient oublié !

Une demande excessive de documents entraîne un désavantage pour l'acheteur public et l'entreprise ! Les PME vont s'auto-censurer pour une absence de compétences non-nécessaires in fine, l'acheteur limite le nombre de réponse aux différents marchés et augmente le volume de document donc le temps nécessaire à l'examen des offres ! Pour cela, il est utile que l'acheteur se rapproche régulièrement de ses services opérationnels : les associer tout au long du processus permet de bien calibrer les besoins.



Et en 2018 ?

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).



La négociation

Lorsque le montant estimé des besoins n'excède pas les seuils des procédures formalisées, il est judicieux d'utiliser toutes les souplesses de la procédure adaptée, au premier rang desquelles la possibilité de négocier ! Celle-ci peut permettre d'améliorer les délais de livraison, la qualité technique d'une offre ou plus généralement de rattraper quelques irrégularités d'une offre potentiellement intéressante ! En MAPA, l'acheteur doit penser à annoncer le recours à la négociation dans les documents de la consultation.

Focus sur la limitation du plafonnement du chiffre d'affaires 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.

Focus sur la procédure des « petits lots »

Une souplesse supplémentaire est offerte par le III de l'article 27 du code des marchés publics 2006 qui permet de passer des marchés selon une pro-

cédure adaptée pour les lots inférieurs à 80 000 EUR HT, pour autant que le montant cumulé de ces lots n'excède pas 20 % de la valeur de l'ensemble du marché. Pour les marchés de travaux supérieurs au seuil de 5 150 000 EUR HT, la valeur de ces « petits lots » est portée à 1 000 000 EUR HT avec le maintien de la condition de ne pas excéder 20 % du total du marché.

Cette mesure permet d'associer les petites et moyennes entreprises à des opérations complexes, qui peuvent dépasser les capacités techniques et financières d'une seule entreprise.

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 (exemple : 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. Cette faculté ne pourra toutefois être mise en œuvre que si l'acheteur public l'a autorisée dans le règlement de la consultation et il appartiendra aux candidats de vérifier que les documents ou renseignements fournis à l'occasion d'une précédente consultation demeurent valables.

A noter que l'attestation de régularité fiscale et sociale des entreprises soumissionnant aux marchés publics n'est exigible qu'à l'égard du candidat retenu auquel il est envisagé d'attribuer le marché. Elle ne l'est pas lors du dépôt de la candidature, stade auquel les candidats n'ont à produire aucune pièce relative à leur situation fiscale ou sociale.

5/ Mieux utiliser les critères d'attribution

En matière d'attribution du marché, l'acheteur public a l'obligation de choisir l'offre la plus économiquement avantageuse. Cela ne signifie pas nécessairement qu'il s'agit de l'offre la moins chère !

En effet, un prix trop bas peut révéler un offre anormalement basse. Une offre peut être qualifiée d'anormalement basse si son prix ne correspond pas à une réalité économique. Une telle offre est de nature à compromettre la bonne exécution du marché conclu sur sa base. Dès lors, et quelle que soit la procédure de passation mise en œuvre, il appartient au pouvoir adjudicateur qui se voit remettre une telle offre, dans un premier temps de solliciter de son auteur la communication de tous les éléments permettant d'en vérifier la viabilité économique, et, dans un second temps, l'éliminer cette offre, si les justifications fournies par le candidat ne permettent pas d'établir cette viabilité.

En dehors du critère prix, le nombre de sous-critères nécessaires pour apprécier le critère de la valeur technique des offres doit être contenu entre 3 et 5 pour mieux départager les offres. Des critères trop nombreux limitent la liberté de choix et accroissent la difficulté d'analyse des offres.



LES BONS REFLEXES

La pondération doit être liée à une véritable réflexion stratégique de l'acheteur : de quoi ai-je vraiment besoin ? Pour quel usage ? Quel est l'impact dans le futur prix de chaque exigence ? Quel sera l'impact environnemental et social des travaux ? Le niveau de qualité n'est-il pas le facteur déterminant ?

Par ailleurs, la grande majorité des procédures concerne des achats proches voire récurrents. Si la tentation est grande pour l'acheteur de réutiliser les mêmes critères, il est important de **les réexaminer régulièrement** pour prendre en compte ces différences ou les éventuelles évolutions des capacités techniques des entreprises.

Utiliser le prix comme critère majoritaire peut se justifier pour des raisons budgétaires mais également pour des marchés plus spécifiques (exemple des marchés de carburant).

En revanche, pour les autres cas, il est utile de :

- Mieux prendre en compte d'autres dimensions dans le critère prix : coût d'une intervention d'entretien, ...

- Mieux discriminer sur le **mémoire technique** : attribuer quasi-automatiquement la même note à toutes les entreprises tend mécaniquement à faire du prix le critère unique de sélection. Or c'est bien sur la qualité de la production que l'ouvrage sera jugé par ses utilisateurs ;

- Développer le recours aux **critères alternatifs** : qualité, délais de livraison, service après-vente et assistance technique, caractère innovant, caractère esthétique et fonctionnel, performances en matière de protection de l'environnement, en matière de développement direct des produits de l'agriculture, la sécurité d'approvisionnement...

6/ bien connaître le tissu local d'entreprises !

Bien connaître le tissu local d'entreprises c'est s'assurer de bien calibrer la commande publique. En amont d'une consultation, il est par exemple possible de rencontrer des entreprises (directement ou par le biais de salons, de colloques) afin de mieux connaître l'offre locale de services et le domaine concurrentiel. Cela peut aider l'acheteur à mieux ajuster le Dossier de Consultation des Entreprises.

Dans un département comme le Lot où 75 % des entreprises n'ont pas de salarié, il est important d'encourager les groupements d'entreprises. Ceux-ci présentent le double avantage d'accroître le nombre de candidatures à un marché et d'élargir l'accès des PME à la commande publique. Il faut rappeler qu'il est interdit d'interdire à un groupement de répondre à une consultation et de contraindre à un groupement de candidater sous la forme d'un groupement solidaire. Ce n'est qu'au stage de l'attribution qu'il est possible de demander la transformation du groupement retenu en groupement solidaire, si et seulement si cela s'avère réellement nécessaire à la bonne exécution du marché.

LES BONS REFLEXES



- Les variantes sont un outil intéressant de dynamisation de la commande publique. Celles-ci permettent de laisser à l'entreprise la possibilité de proposer une alternative qui peut bénéficier autant aux entreprises qu'aux acheteurs ! Pour cela, la mention systématique que la variante est possible est une étape importante. De même que l'indication des exigences minimales que ces variantes doivent respecter.

- Le droit de préférence à certaines entreprises : le CMP (art 53-IV) prévoit qu'à égalité de prix ou à équivalence d'offres, un droit de préférence est attribué à l'offre présentée par une société coopérative ouvrière de production, par un groupement de producteurs agricoles, par un artisan, une société coopérative d'artisans ou par une société coopérative d'artistes ou par

des entreprises adaptées. Il convient par souci de transparence de rappeler la mise en œuvre de ces dispositions lors de la consultation.

- Un marché, ou une partie des lots d'un marché, peut être réservé aux seules entreprises adaptées ou aux établissements ou service d'aide par le travail (art15 du CMP). L'avis de publicité doit le mentionner expressément.

- Faire un retour aux candidats évincés d'un marché sur les points forts et faibles de leurs offres, au-delà de la simple communication obligatoire des motifs de rejet leur permettra de mieux appréhender les attentes des acheteurs publics pour la suite.

OSEZ LA SIMPLIFICATION DE 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 (Union Européenne via la directive services, État avec le choc de simplification et l'expérimentation régionale, 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 aux principes 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.

Les collectivités publiques ont un rôle central dans la simplification de l'accès des PME à la commande publique. A la fois en tant qu'acheteurs mais également comme gestionnaires des deniers publics dont il faut garantir le bon usage.

Simplifier l'accès des PME à la commande publique par le biais des bons réflexes recommandés par ce guide permet d'atteindre un double objectif :

- donner réellement le même accès pour toutes les entreprises à la commande publique.
- sécuriser juridiquement l'achat et assurer ainsi le bon maniement des deniers publics.

En cette période de difficultés économiques, l'exemplarité ne doit pas rester une simple mot mais un principe d'action. Les services de l'État montrent l'exemple en ce domaine et invitent donc tous les autres acteurs publics à se joindre à la démarche.

Contacts utiles dans le Lot

Le site de la préfecture du Lot :

www.lot.gouv.fr/

**Le site de la Direction des Affaires Juridiques
du Ministère de l'Économie et des Finances :**

www.economie.gouv.fr/daj

**Le site de PLACE pour la mise en ligne des
dossiers de consultations :**

www.marches-publics.gouv.fr

La page de la démarche 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'acheteur public lotois

