



WEBINAIRE DE SENSIBILISATION AUX MARCHÉS PUBLICS ET PRIVÉS



carif.
espace **e**-compétences

FORMATRICE: MARIE CHATEAUREYNAUD

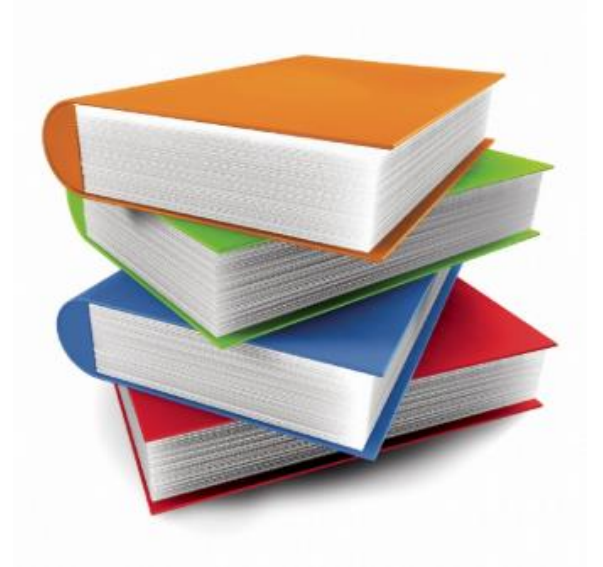
PLAN DETAILLE DU WEBINAIRE

VOLET I : Les notions essentielles

1. Définition d'un marché public et distinction avec le marché privé
2. Principes fondamentaux de la commande publique et liberté contractuelle des marchés privés
3. L'acheteur : client public ou client privé
4. Les seuils de passation dans les marchés publics
5. Les formes de procédure dans les marchés publics: Gré à gré, MAPA, Procédure formalisée
6. La dématérialisation des procédures

VOLET II : L'approche stratégique

1. L'identification des marchés potentiels
2. Les différentes étapes de la réponse
3. Préparer une candidature pertinente
4. Rédiger un mémoire technique percutant



VOLET I

LES NOTIONS ESSENTIELLES

Définition du marché public et distinction avec les marchés privés

- Qu'est-ce qu'un marché public ?

C'est un contrat conclu **À TITRE ONÉREUX** par un **POUVOIR ADJUDICATEUR** ou une **ENTITE ADJUDICATRICE** avec une **PERSONNE PUBLIQUE OU PRIVÉE** pour répondre aux **BESOINS** du pouvoir adjudicateur/entité adjudicatrice en matière de :

- **TRAVAUX** : Construction, Réhabilitation, Rénovation, Démolition, Entretien, etc.
- **FOURNITURES** : Mobilier, Matériels, Fournitures, etc.
- **SERVICES** : Nettoyage de locaux, Entretien de jardins, Maîtrise d'œuvre, Transport, Expertise comptable, etc.

Définition du marché public et distinction avec les marchés privés

- Qu'est-ce qu'un marché privé?

C'est un contrat conclu **À TITRE ONÉREUX** entre un **COMMANDITAIRE** et une **PERSONNE PRIVÉE** pour répondre à ses **BESOINS** en matière de :

- TRAVAUX
- FOURNITURES
- SERVICES

Différence majeure:

- Le pouvoir adjudicateur/l'entité adjudicatrice est soumis à une **réglementation contraignante**.
- Le commanditaire n'est soumis à aucune réglementation particulière = **liberté totale**.

Les principes fondamentaux de la commande publique

LA LIBERTÉ D'ACCÈS À LA COMMANDE PUBLIQUE



**Tous les acteurs économiques
doivent pouvoir accéder aux
consultations de marchés
publics**

L'ÉGALITÉ DE TRAITEMENT DES CANDIDATS



**Chaque candidat doit pouvoir
bénéficier d'un traitement
rigoureusement identique à tous
les stades de la procédure.**

LA TRANSPARENCE DES PROCÉDURES



**Le niveau de publicité doit être
adapté à l'ampleur du marché
public. Le déroulé de la consultation
doit être rendu public et respecté.**

La liberté contractuelle dans les marchés privés

LA LIBERTÉ DANS LA MISE EN CONCURRENCE DES ENTREPRISES



Pas de publicité obligatoire.
Organisation d'une mise en
concurrence éventuelle

LA LIBERTÉ PROCÉDURALE



Pas de formalisme
particulier/transparence limitée.
Négociation de principe avec
évolution des termes du contrat

LA LIBERTÉ DANS LE CHOIX DE L'ATTRIBUTAIRE



Règles ad hoc pour la
désignation du cocontractant
dans le respect du principe de
loyauté des pratiques
commerciales

Le client public

Le pouvoir adjudicateur

L'Etat	Ministère de la Défense, Ministère de l'Education, Cabinet du Premier Ministre...
Les établissements publics de l'Etat et les EPIC	Musée d'Orsay, CNED, Bibliothèque Nationale de France, DDT...
Les collectivités territoriales	Région PACA, Département des Bouches-du-Rhône, Ville de Marseille
Les établissements publics locaux	CCAS, Métropole Aix- Marseille
Les établissements publics de santé	Centres hospitaliers, centres hospitaliers universitaires

L'entité adjudicatrice

Les opérateurs de réseaux

SNCF, RTM, La Poste,
EDF, GDF...



Exercent une mission de service public:

*Distribution d'électricité, de gaz, d'eau
potable, de courrier, évacuation des eaux
usées, exploitation d'aéroports, de ports, de
transports des chemins de fer, autobus...*

Le client privé

Le commanditaire



TOUTE ENTITE A STATUT PRIVE
SA, SARL, EURL, auto-entrepreneur, SAS, association ...

*TPE, PME, Grands groupes: BNP
Paribas, Carrefour, PSA, Orange..;*

Les différents seuils de passation dans les marchés publics

Pour les marchés publics de services



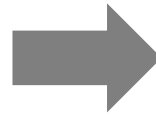
Les seuils sont **différents** selon la nature de l'acheteur public

ACHETEURS	SEUILS			
	1 € HT < M < 40 K€ HT	40 K€ HT < M < 90 K€ HT	90 K€ HT < M < 139 K€ HT	M > 139 K€ HT
État et ses EP nationaux	Marché de gré à gré → Dispense de publicité et de mise en concurrence → Application de la règle des « 3 devis »	Procédure Adaptée (MAPA) Avec possibilité d'une consultation directe → Dispense de publicité → Mise en concurrence obligatoire d'au moins 4 entreprises	Procédure Adaptée (MAPA) → Publicité obligatoire au BOAMP → Mise en concurrence nationale	Procédures formalisées (notamment AO) → Publicité obligatoire au BOAMP et au JOUE → Mise en concurrence européenne
ACHETEURS			90 K€ HT < M < 214 K€ HT	M > 214 K€ HT
Collectivités Territoriales et leurs EP locaux				Procédure Adaptée (MAPA) → Publicité obligatoire au BOAMP → Mise en concurrence nationale
Hôpitaux				

Les formes de procédures dans les marchés publics

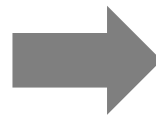
DEUX GRANDS TYPES DE PROCÉDURES DE PASSATION

Procédures
« adaptées »
= MAPA



Procédure **ALLEGEE**
Négociation autorisée
Délais de publicité : 15 jours minimum

Procédures
« formalisées »



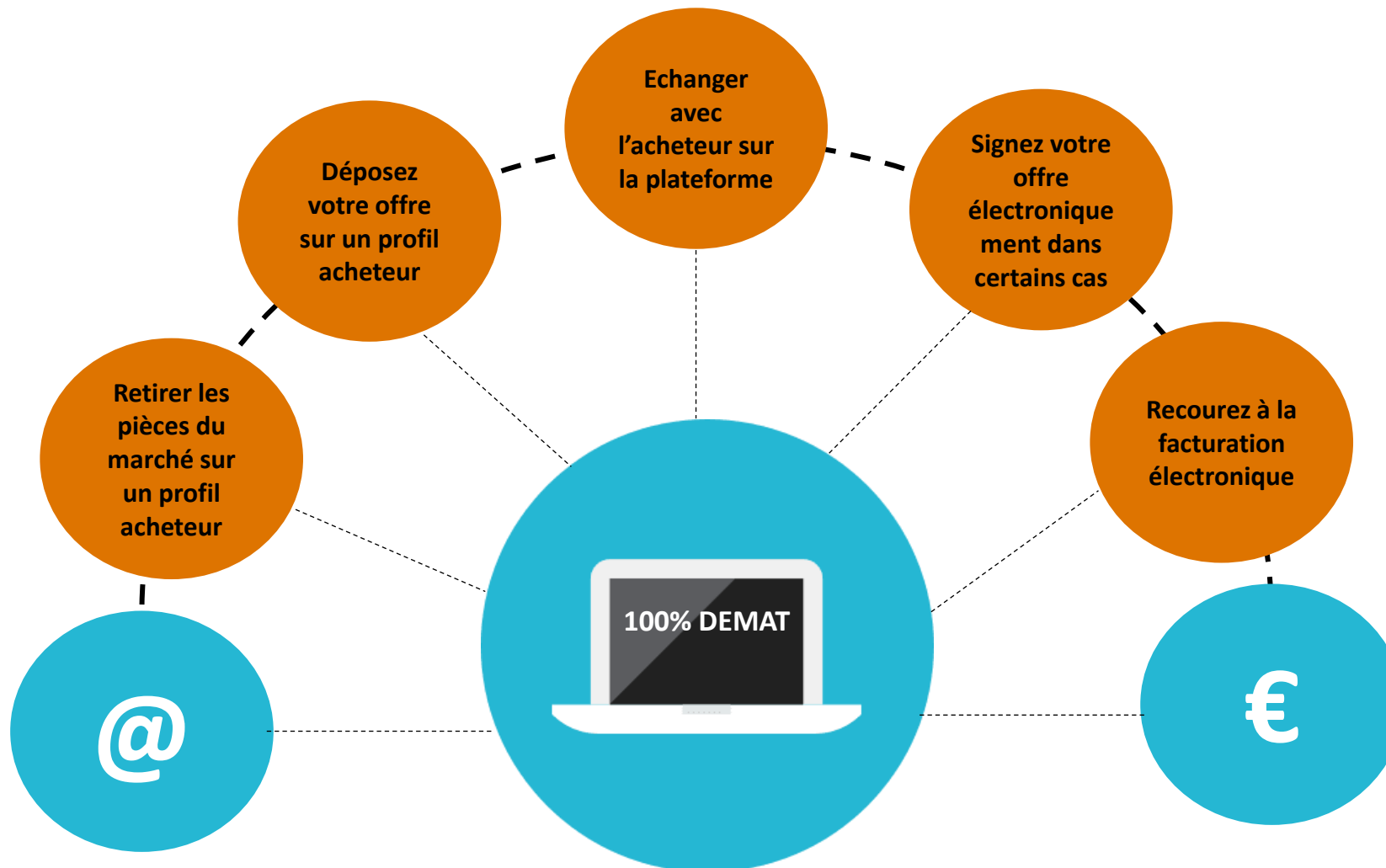
Procédure **CONTRAIGNANTE**
Négociation interdite dans le cas de
l'AO
Délai de publicité : 31 jours minimum



Le formalisme de votre réponse est identique

Depuis le 1^{er} octobre 2018
Dématérialisation complète des procédures de marchés publics

CE QUI CHANGE POUR VOUS...





VOLET II

L'APPROCHE STRATEGIQUE

Identification des marchés publics potentiels

Quelles sont les principales plateformes?

- **POUR LES MARCHES PUBLICS DE L'ÉTAT et EPA**

- **LA PLACE DES MARCHES DE L'ÉTAT**

[PLACE - Plate-forme des achats de l'Etat](#)

<https://www.marches-publics.gouv.fr/>

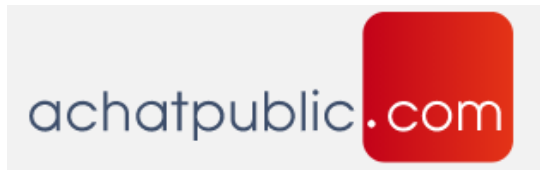


- **POUR LES MARCHES PUBLICS DES AUTRES ACHETEURS (COLLECTIVITES, EPL...)**

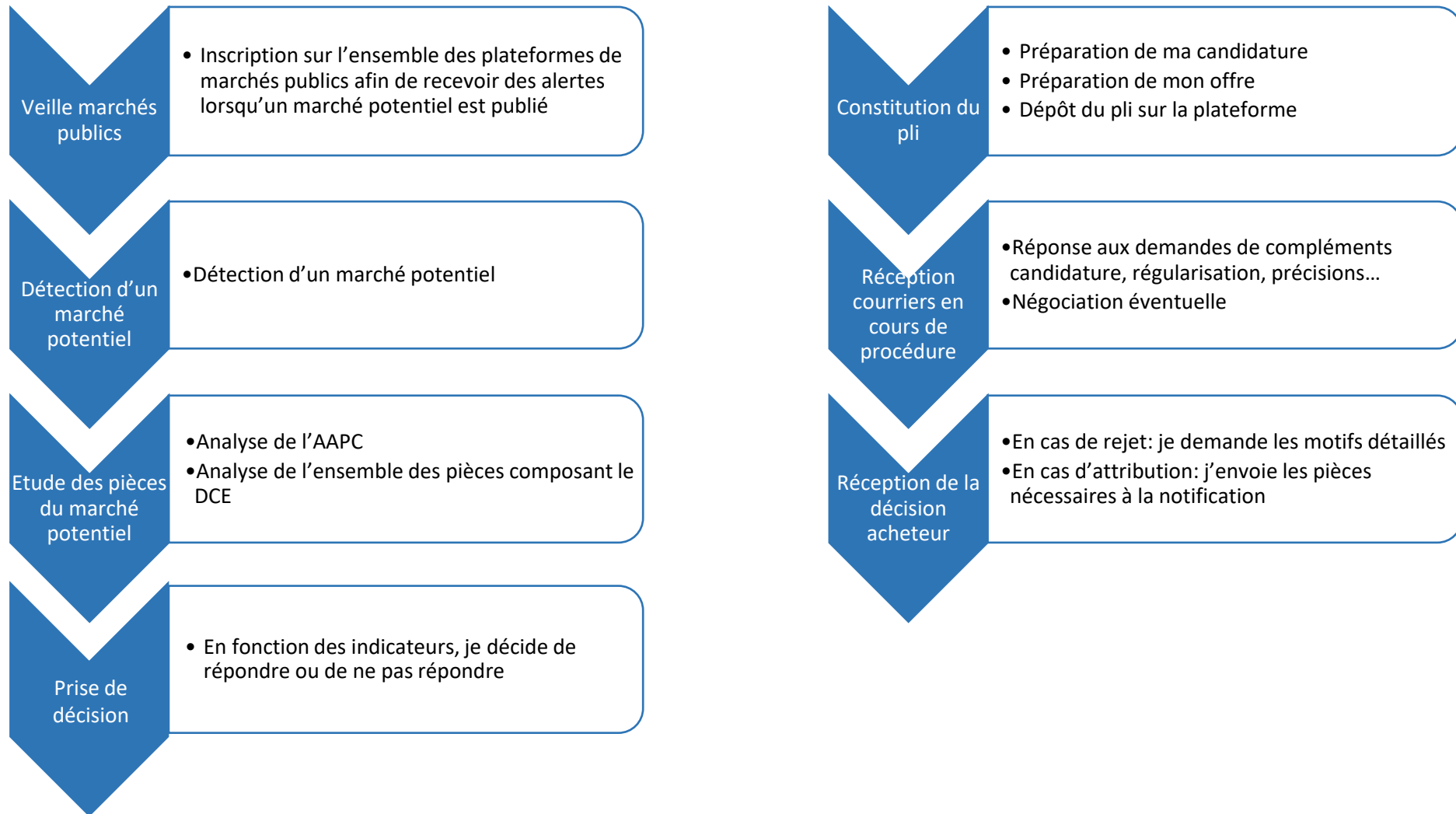
BOAMP.fr

Bulletin officiel des annonces des marchés publics

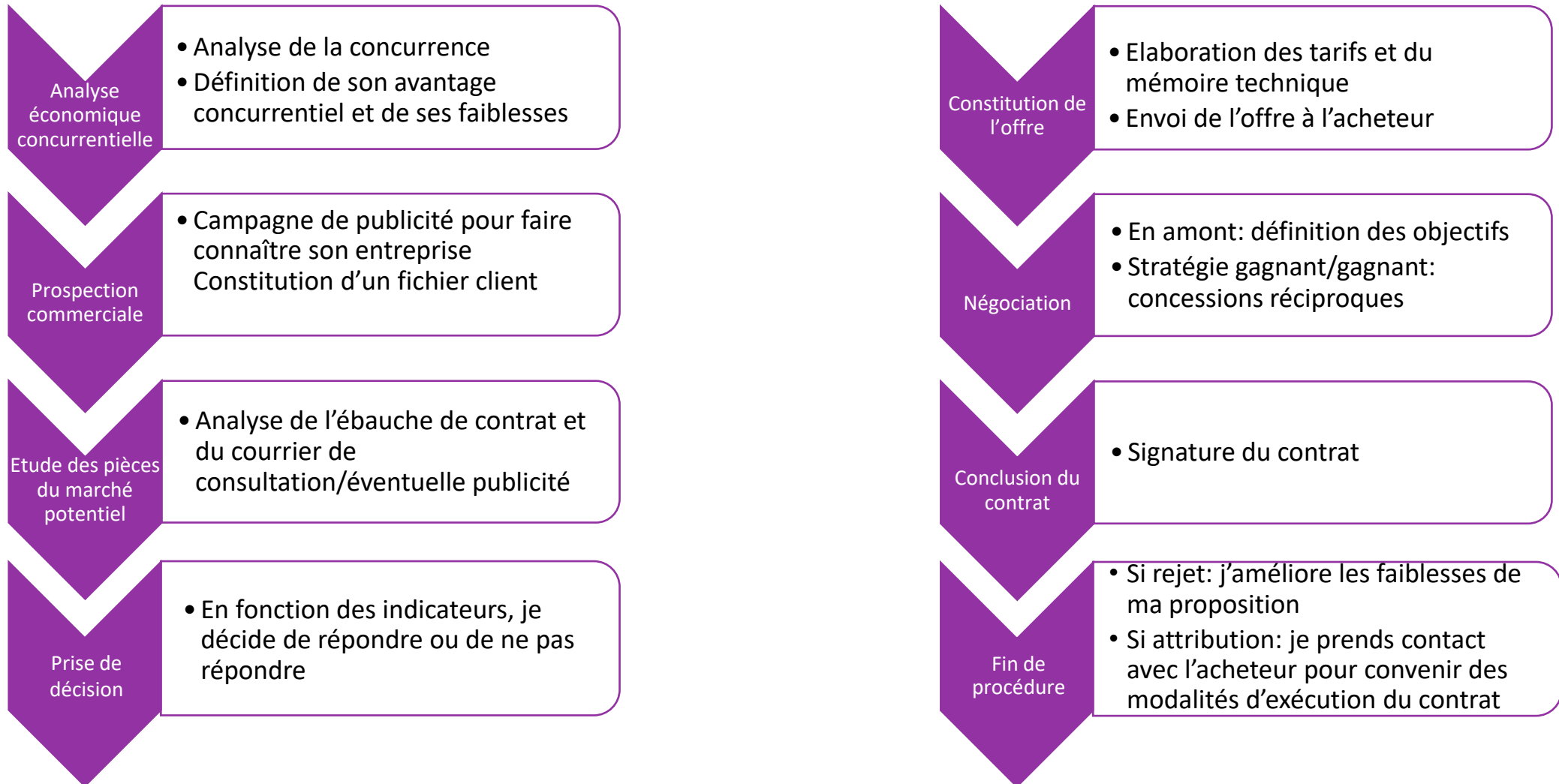
- **PLUSIEURS PROFILS ACHETEURS**



Les étapes de la réponse à un marché public



Les étapes de la réponse à un marché privé



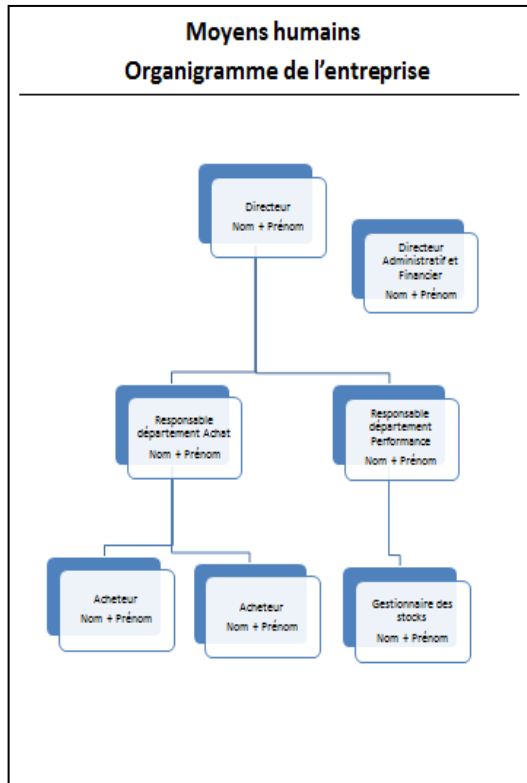
Les pièces de la candidature et de l'offre

CANDIDATURE	OFFRE
<i>Jugement de la situation générale de l'entreprise Jugement de la capacité financière, technique et professionnelle générale de l'entreprise</i>	<i>Jugement de la proposition de l'entreprise en réponse au besoin spécifique inhérent au marché</i>
Formulaire DC1 ou DUME	Acte d'engagement
Formulaire DC2 ou DUME	Pièce financière (BPU + DQE ou DPGF)
Dossier de candidature	Mémoire technique ou Cadre de réponse
Formulaire DC4, le cas échéant	Annexes éventuelles
Facultatif: <ul style="list-style-type: none">- Attestation de régularité fiscale- Attestation de vigilance- Attestation d'assurance- Kbis	

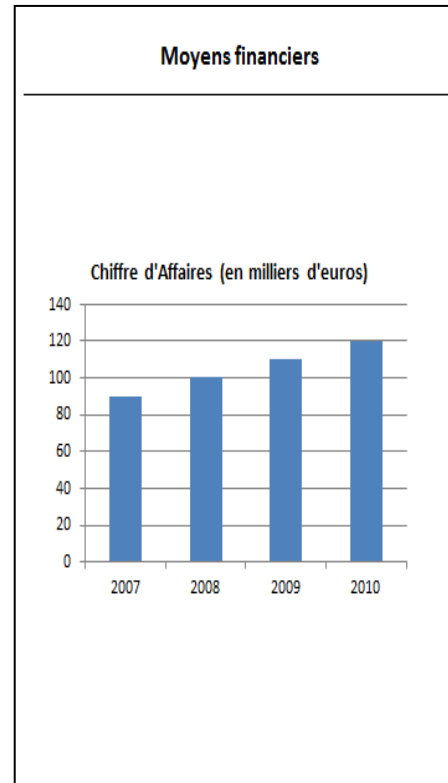
Préparer une candidature pertinente

→ **Dossier de candidature** : préparer une **candidature type** afin de gagner du temps

Les moyens humains généraux



Les moyens financiers



Les moyens techniques généraux

Moyens techniques

- Moyens logistiques :**

Désignation	Nombre
Véhicules de sociétés	2
Abonnements SNCF et Air France	2
Abonnements chaine hôtelière	4
Abonnements centre d'affaires	3

- Equipement informatique**

Désignation	Nombre
Serveur (marque)	1
Ordinateurs (marque) en réseau	4
Ordinateurs portables (marque)	3
Licence Microsoft « Pack Professionnel »	7
Imprimantes Multifonction (marque) (photocopieur/Scan/Fax)	2
Téléphones fixe (marque) et portables	6
Equipement pour la tenue de réunions en visio-conférence	1

Les références similaires sur les 3 dernières années

Références sur des missions similaires

Année de réalisation:

Description:

Montant:

Clients:

Contact:

Plan détaillé type d'un mémoire technique

1. Contexte et objectifs de la mission

- 1.1 Présentation de l'acheteur
- 1.2 Contexte et attentes de l'acheteur
- 1.3 Présentation de son entreprise

2. Déroulement de la prestation

A ADAPTER EN FONCTION DES CRITERES

- 2.1 Contexte et objectifs de la mission
- 2.2 Moyens humains mis à disposition du projet (équipe mobilisée avec CV, mise en avant des compétences et expériences)
- 2.3 Moyens matériels mis en œuvre (pour la mission)
- 2.4 Méthodologie et organisation adoptée pour exécuter la mission (modalités d'intervention, modes opératoires, livrables)
- 2.5 Responsabilité Sociétale des Entreprises (dispositions mises en œuvre par l'entreprise sur les plans social et environnemental)

3. Notre démarche qualité

- 3.2 Démarche éco-responsable
- 3.3 Indicateurs de suivi

4. Synthèse de notre offre et nos atouts

- Votre besoin → les points principaux de notre offre
- Vos exigences → nos atouts

5. Annexes éventuelles

- Extraits de livrables et outils utilisés
- Planning de réalisation de la mission

FIN DE L'ATELIER MERCI !



Contact : Marie CHATEAUREYNAUD
Mail : m.chateaureynaud@publicsourcing.fr
Tel : 04.42.52.10.84

AGENCE D'AIX EN PROVENCE
30, avenue de la grande Bégude
13770 VENELLES
www.publicsourcing.fr



Un cabinet d'audit, de formation et d'accompagnement des acteurs publics et privés sur les thématiques Achats et marchés publics.