Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

Marchés publics inférieurs à 40 000€ HT
Moins de formalités, plus d'opportunités !

NOUVEAUTÉ
à partir du 1er janvier 2020



Vous êtes artisan, micro-entrepreneur, profession libérale ou TPE/PME ?
Vous n'avez pas encore proposé vos services à un acheteur public ?
Ce guide est fait pour vous !

le médiateur DES ENTREPRISES

Le Médiateur des entreprises à votre écoute



Pour nous saisir ou échanger avec notre service, une seule adresse :

www.mediateur-des-entreprises.fr

le médiateur DES ENTREPRISES

Édito

Artisans, micro-entrepreneurs, dirigeants de TPE/PME, vous êtes encore nombreux à penser qu'il est long et compliqué d'obtenir des marchés publics en raison des formalités et procédures qui s'y appliquent.

Un premier guide de la Médiation des entreprises : « Chefs d'entreprises : osez la commande publique ! » visait à combattre les idées reçues et à diffuser les principales informations nécessaires pour vous accompagner sur ces marchés.

Ce nouveau guide présente les nouvelles opportunités offertes par les marchés publics d'un montant inférieur à 40 000 € HT.

A partir du 1er janvier 2020, tous ces marchés sont attribués de façon simple et rapide.

En moins de 10 minutes, vous découvrirez les étapes clés pour y accéder.

Comme le veut la « devise de la commande publique » : liberté, égalité, transparence, chaque entreprise a sa chance. A vous de la saisir !

Pierre PELOUZET
Médiateur des entreprises

Sommaire

01
Les marchés publics inférieurs à 40 000€ HT, des opportunités d'affaires ! 5

02
Les trois grands principes des marchés publics 7

03
Qui sont les acheteurs ? 8

04
Se faire connaître 8

05
Candidater, c'est simple ! 11

06
L'attribution du marché 14

07
L'exécution du marché et les étapes du paiement 16

08
Vous accompagner 18

09
Pour aller plus loin 19

Le contenu de ce guide pratique destiné aux entreprises est à vocation pédagogique. Il ne saurait se substituer à la réglementation en vigueur.

Les marchés publics inférieurs à 40 000€ HT, des opportunités d'affaires !



Les marchés publics sont des contrats conclus par un acheteur pour répondre à ses besoins en matière de travaux, de fournitures ou de services. Ils peuvent être passés avec un ou plusieurs professionnels (artisan, profession libérale, micro-entrepreneur ou dirigeant de TPE/PME). Pour les entreprises, ils sont autant d'opportunités d'accroître leur chiffre d'affaires dans la durée, tout en participant à la vie de la collectivité. Les marchés publics, c'est gagnant-gagnant !

BON À SAVOIR

Les marchés publics, ce n'est pas si compliqué !

→ Les marchés inférieurs à 40 000€ HT peuvent être passés selon une procédure « allégée », simple et rapide. Elle simplifie les démarches, aussi bien pour les acheteurs que pour les fournisseurs.

ZOOM SUR

Les marchés publics concernent toutes les activités !

→ L'achat public concerne tous les domaines, toutes les prestations de services, de fournitures et de travaux. Concrètement, il peut s'agir des activités d'arts de la table, de services de traduction, ou encore de la rénovation de bâtiments publics, et bien d'autres encore…

Ce n'est pas réservé aux grandes entreprises !

→ Près de 60% des marchés publics sont attribués à des artisans, TPE et PME, alors pourquoi pas vous ? (données Observatoire économique de la commande publique, 2018)

Des aides à la trésorerie existent !

→ Il existe des garanties de paiement et aides à la trésorerie dont certaines sont réservées aux artisans, TPE/PME. Outre les dispositifs bancaires « traditionnels», vous pouvez bénéficier d'avances, d'acomptes et de préfinancement via des cessions de créance ou le nouveau dispositif d'affacturage inversé (voir page 17).



Les trois grands principes des marchés publics

Les trois grands principes de la commande publique sont applicables à tous les contrats passés par tous les acheteurs.

Liberté d'accès, Egalité de traitement, Transparence des procédures.



LIBERTÉ

→ L'acheteur doit garantir la liberté d'accès à la commande publique à tous les entrepreneurs. Tout le monde peut se porter candidat !

EGALITÉ

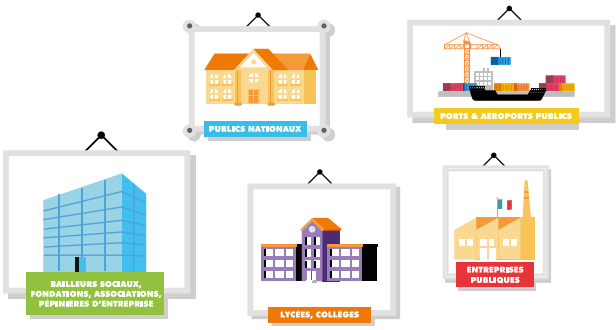
→ Toutes les candidatures sont traitées et analysées dans les mêmes conditions !

TRANSPARENCE

→ Les informations sur la manière dont le contrat est passé sont accessibles à tous et sont facilement compréhensibles !

Qui sont les acheteurs ?

Plus de 130 000 acheteurs passent des marchés publics. Ils sont répartis sur tout le territoire français.





Acheteurs publics locaux

- **Collectivités territoriales**
  Communes, intercommunalités, départements, régions…
- **Etablissements publics**
  Lycées, collèges, Chambres consulaires,
  offices publics de l'habitat, Ports et Aéroports publics…

Acheteurs publics nationaux

- **Etat**
  Ministères, Préfectures…
- **Etablissements publics nationaux**
  Universités, musées, CNRS, Centres Hospitaliers…
- **Entreprises publiques**
  EDF, GRDF, SNCF…

Certains acheteurs privés

- **Bailleurs sociaux, fondations, associations, pépinières d'entreprises…**
  Ces acheteurs sont soumis au droit de la commande publique en raison de leur mode de financement ou de leur mission d'intérêt général.

Se faire connaître

Jusqu'à 40 000 euros HT, les acheteurs ont le choix de faire ou non de la publicité sur leurs marchés.

Pour mieux les cibler, vous pouvez mettre en place une veille en fonction de votre lieu d'implantation et de votre secteur d'activité*.

BON À SAVOIR

Astuces pour mieux cibler les marchés qui vous intéressent :

- Informez-vous des délibérations des conseils municipaux via leurs sites internet ou dans les services des communes
- Consultez régulièrement la presse régionale et locale
- Utilisez les services de veille électronique des journaux d'annonces légales ou des sites des acheteurs
- Faites des recherches par mots clés correspondant à votre secteur d'activité



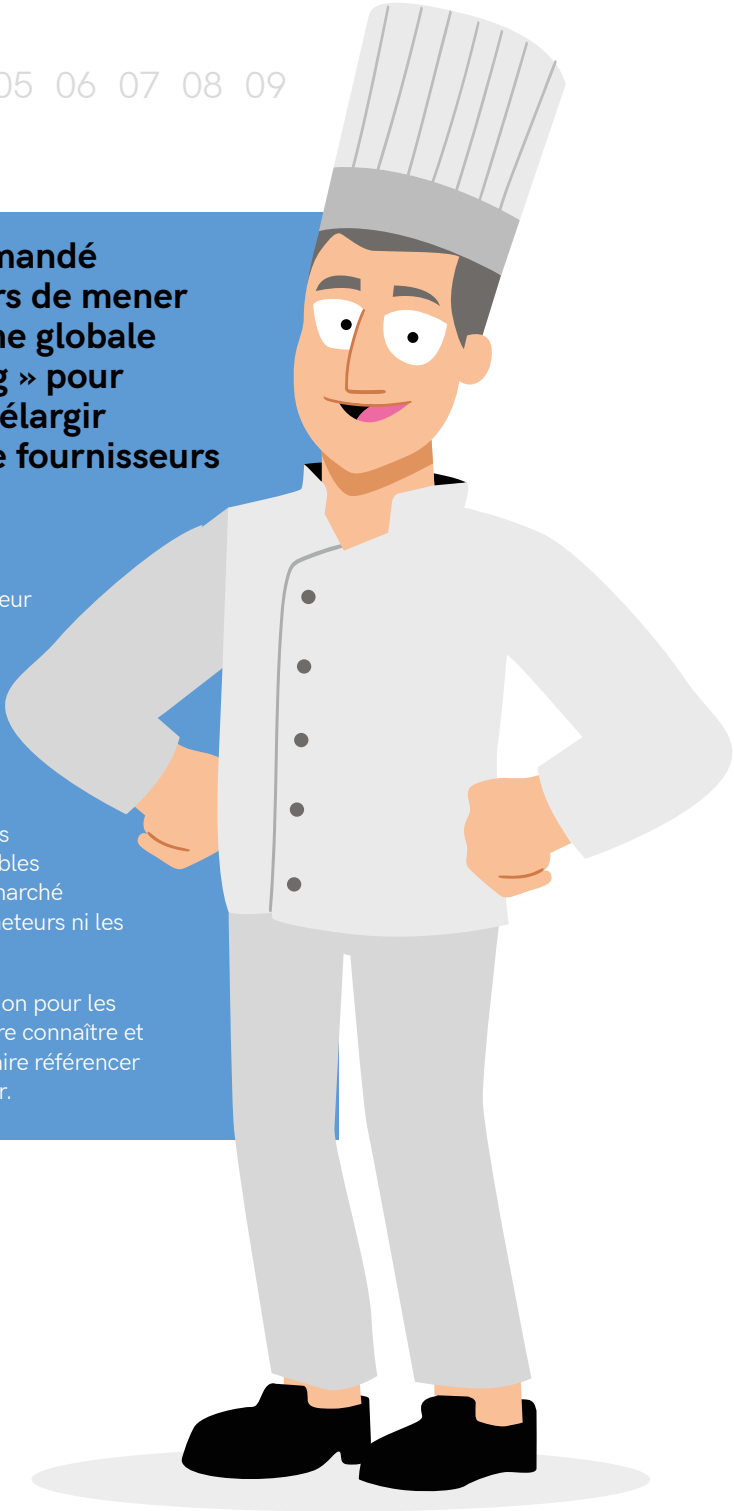
*Journaux d'annonces légales (liste mise à jour sur les sites internet des préfectures), plateformes régionales : territoires numériques Bourgogne-Franche-Comté, maximilien.fr (Ile-de-France), megalisbretagne.org (Bretagne),...

ZOOM SUR

Il est recommandé aux acheteurs de mener une démarche globale de « sourcing » pour connaître et élargir leur panel de fournisseurs potentiels.

Ces échanges qui permettent à l'acheteur de mieux connaître l'offre disponible pour satisfaire leurs besoins, peuvent aussi être utiles pour leurs achats de faibles montants. Les consultations préalables au lancement d'un marché n'engagent ni les acheteurs ni les entreprises.

Ils sont aussi l'occasion pour les entreprises de se faire connaître et éventuellement se faire référencer auprès d'un acheteur.



Candidater, c'est simple !

Les éléments à fournir concernant votre entreprise sont très simples.

L'absence de références pour un marché similaire n'est pas éliminatoire. Les marchés publics sont donc aussi une opportunité pour les jeunes entreprises.



- N°SIRET
- Chiffre d'affaire
- Effectifs
- Equipements techniques
- Références
- Déclaration sur l'honneur de ne pas se trouver en situation d'interdiction de soumissionner à un marché public
- Certificats de qualification ou d'identification professionnelle ou équivalent



- Devis
- Offre technique

En pratique, votre offre pour des marchés inférieurs à 40 000 euros HT consiste le plus souvent en la transmission d'un simple devis.



FOCUS ET LES MARCHÉS SUPÉRIEURS À 40 000 EUROS HT ? DES OPPORTUNITÉS À NE PAS NÉGLIGER NON PLUS !

L'accès aux marchés d'un montant inférieur à 40 000 euros HT est facilité.

Mais ne négligez pas pour autant les marchés publics de montants plus élevés, l'accès reste évidemment possible pour les artisans, micro-entrepreneurs, TPE ou PME.

Vous pouvez alors vous positionner sur un des « lots » du marché ou, au contraire, choisir de présenter une offre « groupée » avec d'autres entrepreneurs.

- **Cibler un ou plusieurs lot (s) d'un marché public**

  Les acheteurs sont tenus de décomposer leurs marchés en plusieurs lots techniques ou géographiques, c'est ce que l'on appelle l'allotissement.

  Ces lots sont ensuite attribués « à l'unité », ce qui permet aux différents professionnels de se positionner sur les lots qui les intéressent.

  Vous pouvez ainsi vous porter candidat pour le ou les lot (s) le(s) plus intéressant(s) selon vos compétences et vos moyens. L'allotissement garantit aussi plus de concurrence et donc une meilleure offre pour les acheteurs.

  Vous pouvez en savoir plus en consultant le guide Chefs d'entreprise : osez la commande publique ! sur le site du Médiateur des entreprises

- **Présenter une offre groupée avec d'autres entrepreneurs**

  Il vous est aussi possible de répondre de manière groupée avec d'autres entreprises à un même marché, en valorisant vos compétences ! Vous interviendrez alors en « cotraitance » avec d'autres entreprises dans le cadre d'un groupement d'entreprises.

  ➔ Il est conseillé de conclure une « convention de groupement » entre les entreprises qui répondent ensemble au marché.

  ➔ Un « mandataire » doit être désigné parmi les membres du groupement afin de le représenter auprès de l'acheteur

ZOOM SUR

Répondre en groupement, quels avantages ?

➔ Bénéficiez de l'expérience d'entreprises qui interviennent déjà en marchés publics

➔ Partager les frais avec d'autres professionnels

➔ Participez à davantage de marchés en valorisant vos compétences

BON À SAVOIR

Certaines plateformes nationales (ex. PLACE, plateforme des achats de l'Etat) ou régionales, telles que Maximilien en Ile de France, MEGALIS en Bretagne ou e-Bourgogne, proposent un service appelé « la bourse à la cotraitance ». Cette « bourse » facilite les contacts entre entrepreneurs qui souhaitent répondre en groupement.

Il s'agit d'une simple mise en relation et la décision de répondre en groupement demeure libre et confidentielle.

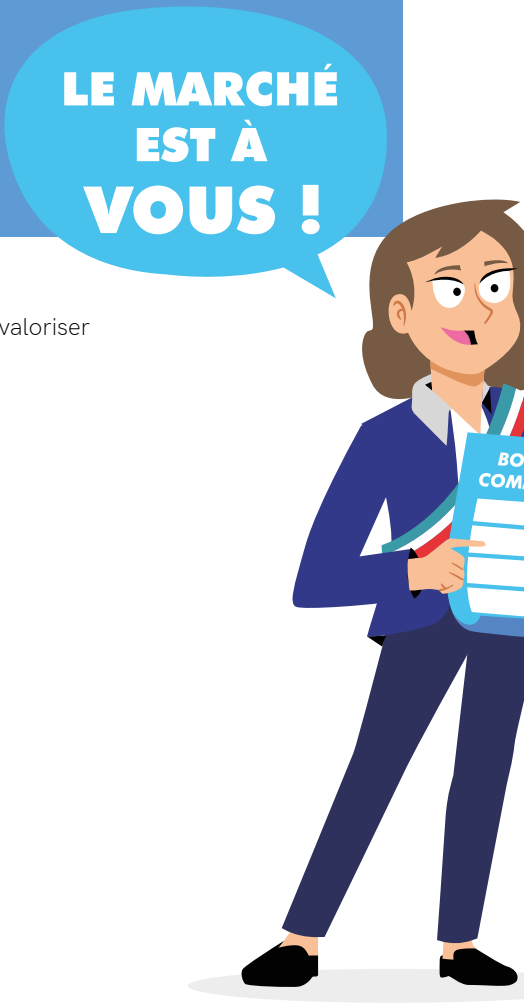


L'attribution du marché

COMMENT VOTRE OFFRE EST-ELLE CHOISIE ?

Pour attribuer un marché, l'acheteur doit :

- → Respecter les grands principes de la commande publique » (p.7)
- → Choisir l'offre la plus adaptée à ses besoins
- → Faire bon usage de l'argent public
- → Ne pas contracter systématiquement avec la même entreprise si plusieurs offres peuvent répondre au besoin.



L'acheteur peut solliciter plusieurs offres.

Au-delà du prix, les critères déterminants pour valoriser votre offre peuvent être, par exemple :

- La valeur technique
- La qualité
- Les conditions d'approvisionnement
- Les délais d'exécution…

LA NOTIFICATION DU MARCHÉ

Lorsque l'acheteur a sélectionné une offre, il en informe l'entreprise retenue. Il s'agit de la notification du marché qui prend effet à la date de réception.

BON À SAVOIR

Avant l'attribution définitive du marché, le candidat pressenti doit prouver la régularité de sa situation en matière fiscale, sociale, de droit du travail (et d'assurance décennale pour les travaux de bâtiment).



L'exécution du marché et les étapes du paiement

L'exécution des prestations démarre après la notification du marché.

1° L'EXÉCUTION :

➔ Pour exécuter le marché en toute sérénité, il vous est possible de bénéficier d'une avance pour faire face à vos besoins de trésorerie.

L'avance peut être facultative ou obligatoire et doit être prévue dans les documents contractuels.

Elle est à l'initiative de l'acheteur pour les marchés de moins de 40 000€ HT*. L'avance facultative peut atteindre 30%, voire 60% sous réserve d'une garantie financière au bénéfice de l'acheteur.

➔ Il vous est également possible de bénéficier d'acomptes sur le règlement final. Toute prestation ouvre droit à un acompte correspondant au montant des prestations déjà réalisées. **Les acomptes sont en principe versés tous les 3 mois au maximum.**

En matière de travaux, pour les artisans, TPE/PME, entreprises adaptées, sociétés coopératives ouvrière de production, d'artisans, d'artistes, ou groupements de producteurs agricoles, **ce maximum est ramené à 1 mois.**



*L'avance obligatoire s'applique aux marchés supérieurs à 50 000 € HT et d'une durée supérieure à 2 mois. Son montant varie selon le type d'acheteurs : 5% en principe, 10% pour les collectivités et les établissements publics importants (à partir du 1er janvier 2020), et 20% pour l'Etat.

Votre client public pratique peut être des méthodes de préfinancement telles que l'**affacturage inversé collaboratif.** Ce dispositif est mis en place à son initiative pour permettre à l'entreprise titulaire du marché d'être payée plus rapidement pour les factures qu'elle choisit, via un tiers appelé « factor ». Le coût reste faible pour l'entreprise et le factor se fait rembourser la créance par votre client.

2° LA FACTURATION :

Vous devez fournir une facture ou une situation de travaux à l'acheteur. Il constatera la bonne exécution du marché (« le service fait ») pour déclencher la mise en paiement de la facture.

Il est important de respecter les mentions du contrat et de fournir les documents justificatifs, afin de ne pas se mettre en risque d'un rejet de facture et donc d'un paiement tardif.



3° LE PAIEMENT :

L'acheteur dispose d'un délai maximum après réception de la facture pour vous payer. Ce délai varie selon le type de client :

- ➔ **Les collectivités territoriales** et les établissements publics locaux : 30 jours
- ➔ **L'Etat** et ses établissements publics : 30 jours
- ➔ **Les établissements publics de santé :** 50 jours
- ➔ **Les entreprises publiques :** 60 jours

Tout retard de paiement donne droit à des intérêts moratoires et à une indemnité forfaitaire de 40 euros.

Au 1er janvier 2020, toutes les entreprises – y compris celles de moins de 10 salariés, doivent utiliser la **facturation électronique** via la plateforme Chorus Pro.

Faites-vous accompagner : L'Agence pour l'informatique financière de l'Etat (AIFE) met à votre disposition, sur son site internent et sur sa chaine YouTube, de nombreux **informations, conseils et tutoriels** pour maîtriser la facturation électronique.

(http://www.economie.gouv.fr/aife/facturation-electronique)

Vous accompagner

Le Médiateur des entreprises est à votre écoute et son objectif est double :

→ **Offrir** un dispositif gratuit de médiation aux entreprises et aux organisations publiques qui sont confrontées à un différend et souhaitent que sa résolution se fasse à l'amiable. Dans 75% des cas, la médiation est un succès ;

→ **Faire évoluer** les comportements, dans le souci d'harmoniser les relations clients-fournisseurs, en rétablissant le dialogue et la confiance ;

Les médiateurs, présents sur tout le territoire, agissent gratuitement, confidentiellement et rapidement afin de vous remettre en relation avec votre client dans le but de régler le différend au mieux pour vos relations commerciales.

Pour nous saisir, vous renseigner ou échanger avec notre service, rendez-vous sur notre site : **www.mediateur-des-entreprises.fr**



Les comités consultatifs de règlement à l'amiable des différends peuvent également être sollicités à l'occasion d'une difficulté d'exécution d'un marché public. Cela est recommandé lorsque le différend ne peut pas être traité par la voie de la médiation ou lorsque que la médiation n'a pu aboutir à un accord.

https://www.economie.gouv.fr/daj/reglement-amiable-des-differends

Pour aller plus loin

CONSULTEZ LE GUIDE PRATIQUE « FACILITER L'ACCÈS DES TPE/PME À LA COMMANDE PUBLIQUE » DE L'OBSERVATOIRE ÉCONOMIQUE DE LA COMMANDE PUBLIQUE :

UTILISEZ LES RESSOURCES PÉDAGOGIQUES DE LA PLATEFORME CHORUS PRO RELATIF À LA FACTURATION ÉLECTRONIQUE, SITE DE L'AGENCE POUR L'INFORMATIQUE FINANCIÈRE DE L'ETAT (AIFE) :

LIENS UTILES :

U2P : **https://u2p-france.fr**

CPME : **https://www.cpme.fr**

CMA France : **https://cma-france.fr**

MEDEF : **https://www.medef.com**

Ce guide pratique à destination des entreprises
a été élaboré en concertation avec :

Avec le soutien de :

Le Médiateur des Entreprises
98-102, rue de Richelieu – 75002 Paris
Tél. : 01 53 17 89 38

www.mediateur-des-entreprises.fr

Janvier 2020