

Marchés publics

monter une veille efficace

Appels d'offres. Faut-il instaurer une veille des annonces ? A quel prix ? Vaut-il mieux faire appel à un prestataire de service, ou la réaliser en interne ?

PAR ANNE-LAURE SOULÉ

Quels acheteurs publics sont intéressés par des prestations de diagnostics immobiliers ? On peut aisément répondre : tous. La plupart des autorités adjudicatrices possèdent en effet un patrimoine immobilier. Cependant, toutes ne détiennent pas un nombre conséquent de bâtiments. Si vous devez concentrer vos efforts sur une catégorie, mieux vaut donc viser directement les OPHLM. « Ils cumulent un patrimoine immobilier important tout en étant soumis aux règles des marchés publics, comme toutes les entités dont 50 % du capital minimum relèvent des fonds publics », explique Laurent Blind, responsable de Canéva, une société qui conseille les PME souhaitant se positionner sur ce marché trop souvent méconnu. Rappelons de surcroît que deux accords signés en décembre 2007 entre l'Union sociale pour l'Habitat (USH) et l'Etat, accords étendus en 2008 à la Fédération des sociétés d'économie mixte, fixent un objectif ambitieux de 40 000 logements sociaux à vendre par an. Si l'objectif n'a pas été tenu pour le moment - seuls 6 000 logements sociaux ont été vendus en 2008 - l'impulsion a été donnée. Mais les OPHLM ne sont pas les seuls à détenir un patrimoine intéressant. « Il faut aussi penser à des cas particuliers comme l'AP-HP (Assistance publique - Hôpitaux de Paris) par exemple qui est propriétaire de nombreux immeubles de logements

destinés à accueillir son personnel », poursuit le consultant. A noter que les Hôpitaux de Paris ont d'ailleurs annoncé en mai dernier leur souhait de vendre prochainement une partie de leur patrimoine, dispersé dans toute la France : terres agricoles mais surtout locaux et appartements isolés. Avec à la clé, autant de diagnostics « vente ».

➤ Où trouver les annonces ?

Rappelons qu'en dessous de 4 000 euros HT, l'acheteur public n'a aucune obligation de publier un avis de publicité. La méthode pour rechercher un professionnel varie alors d'une entité à l'autre, quand ce n'est pas d'un service à l'autre. « Certains vont contacter trois professionnels piochés dans les pages jaunes, d'autres vont rechercher dans leur fichier fournisseurs ou demander à des collègues. Enfin, certains font appel à trois entreprises avec lesquelles ils ont déjà travaillé, il y a parfois trois ou quatre ans, et dont ils avaient été satisfaits », détaille Laurent Blind. Pourquoi trois entreprises ? L'acheteur doit pouvoir prouver qu'il a respecté les règles de mise en concurrence.

Au dessus de 4 000 euros HT, le pouvoir adjudicateur a l'obligation d'émettre un avis de publicité du marché. Cependant, il sélectionne le support de son choix dès lors que celui-ci garantit la bonne diffusion de l'information. Au-dessus de 90 000 euros, il a l'obligation de publier son offre au BOAMP, bulletin officiel des annonces des marchés publics.

Pour la première catégorie, c'est à dire celle des marchés inférieurs à 90 000 euros HT, où aucune obligation concernant le support de publicité n'est imposée, les usages varient d'une administration à l'autre, d'un service à l'autre.

« En Province, les administrations utilisent encore énormément la presse locale, indique Laurent Blind. Mais cela coûte cher. Elles sont donc de plus en plus nombreuses à publier directement leurs annonces sur leur site ou sur des sites de groupement d'acheteurs publics (cf répertoire des sites page 16) ». « Il y a un mouvement de fond actuellement qui pousse à diffuser les annonces sur le web » confirme Laurent Attali, directeur d'Infotrade 2000, une société spécialisée dans la veille des marchés publics. « Attention, reprend Laurent Blind, ces plates-formes de groupement d'acheteurs publics ne sont pas forcément exhaustives. Par exemple, sur le site www.e-bourgogne.fr, qui regroupe la majorité des marchés

Le paradoxe de la dématérialisation

Aujourd'hui, seules 3 à 5 % des réponses aux marchés publics sont transmises par voie électronique. Le reste est transmis par voie postale, par coursier ou en main propre. Les acheteurs publics ne sont en effet pas nécessairement « rodés » à la procédure électronique, question d'habitudes de travail mais aussi d'organisation pratique. Pour ouvrir les lettres de candidature électroniques, ils doivent utiliser une plate-forme de dématérialisation afin de stocker et d'horodater les dossiers de candidatures. Pourtant, le dossier de candidature électronique constitue un véritable gain de temps : « Il faudra compter un quart d'heure pour le constituer dès lors que les habitudes seront prises, contre deux à trois heures pour sa version papier », évalue Laurent Attali, directeur d'Infotrade 2000. ●

ZOOM

publics de la région, on apprend que 85 % des communes de plus de 3500 habitants sont représentées. Très intéressant donc, mais pas tout-à-fait complet. »

Le contact direct et le tour régulier des sites de collectivités de sa zone d'action restent donc les deux premières pistes à suivre lorsqu'on veut tenter de faire affaire avec l'acheteur public. En d'autres termes, mettre en place une veille régulière et exigeante. Pas facile à instituer pour un « solo » ou un petit cabinet dont le gérant est déjà accaparé par sa fonction. « Le jargon des cahiers des charges et les exigences administratives créent encore trop d'abandons face aux appels d'offres ! Pourtant, l'exercice est intéressant même pour des cabinets de diagnostics de petite taille, rappelle Frédérique Cabedoce, directrice d'I.Deal Conseils, cabinet d'accompagnement stratégique spécialisée dans la filière des diagnostiqueurs immobiliers. La confrontation aux procédures d'appels d'offres doit être perçue comme une première étape vers un partenariat inscrit dans la durée avec les gestionnaires du patrimoine public : se faire connaître, démontrer son expertise et son professionnalisme garantissent la plupart du temps aux diagnostiqueurs qui osent, un retour sur investissement ». Une possibilité peut consister à faire appel à un prestataire extérieur, qu'il soit un site internet ou un consultant spécialisé. Ils aideront à trouver les offres accessibles et, dans le cas du consultant, à y répondre grâce à une aide expérimentée. Mais comment s'y retrouver dans l'offre pléthorique dans le domaine ?

➤ Une veille interne ou externe ?

« Tout va dépendre de votre stratégie, répond honnêtement Laurent Blind. Je pourrais dire que faire appel à un consultant est absolument obligatoire puisque c'est mon métier. Mais je pense que cela dépend essentiellement de la place que prennent les marchés publics dans votre cabinet ». Pour faire simple : si vous êtes un cabinet structuré, qui considère ces marchés comme des compléments à une activité déjà importante, que vous répondez de manière « opportuniste » à des annonces situées dans votre zone d'action, pas besoin de cabinet d'experts-comptables ou de consultants spécialisés.

En revanche, si vous voyez ces marchés comme un axe majeur de développement de votre société, cela vaut le coup de confier la mission de recherche à un professionnel.

Plusieurs offres existent sur le marché, allant de la « simple » veille des annonces qui vous sont communiquées une fois par jour, en général le matin, par mail, à l'accompagnement « serré » intégrant par exemple la mise à disposition d'un consultant dédié spécifiquement à l'entreprise. Entre ces deux possibilités, une multitude de prestations à la carte : gestion des dossiers administratifs, expertise conseil pour la rédaction du dossier technique, suivi des appels d'offres qui permet d'obtenir les raisons de son échec...

Une autre solution peut consister à s'abonner à un site spécialisé dans la diffusion d'annonces d'acheteurs publics. « Attention, met une nouvelle fois en garde Laurent Blind, les sites gratuits ne sont pas forcément les plus complets. Ils vont en général se contenter d'agrèger les offres parues dans le BOAMP et sur le site du Moniteur, c'est à dire celles auxquelles tout le monde a accès. Résultat, une concurrence accrue ». Les sites payants ont la réputation d'être plus exhaustifs ou en tout cas d'offrir une interface de gestion pointue permettant une détection des offres plus aboutie.

Des entreprises comme Infotrade 2000 ou comme Canéva surveillent près de 10 000 sites, parfois toutes les douze heures, avant de communiquer à leurs clients des annonces aux critères resserrés. Ces derniers peuvent être tellement affinés que deux entreprises fournissant le même type de service dans la même région n'auront pas forcément accès aux mêmes offres. « Un choix de mots clés pertinent est l'un des moyens de réussite pour la recherche de marchés publics sur le web. Au début, on en essaie plusieurs avant d'affiner avec l'expérience », souligne Frédérique Cabedoce. « Dans tous les cas, ne baissez pas vos prix au plus bas, met en garde Laurent Blind. Il faut tenir compte du formalisme demandé lors de l'exécution : réunions de lancement de suivi... Cet élément est essentiel pour que les marchés publics soient économiquement profitables pour l'entreprise ».

➤ Regroupez-vous !

« Nombre de cabinets de taille réduite ne répondent pas aux marchés publics, ils pensent parfois à tort que ce n'est pas pour eux », constate Frédérique Cabedoce, d'I.Deal Conseils. Certes, un diagnostiqueur « solo » ne peut pas nécessairement prétendre à un marché conséquent. Il est alors tentant de ne rien faire ou de viser des marchés inférieurs à 4000 euros HT. Mais si vous souhaitez monter en puissance, il peut être judi- ●●●

“En Province, les administrations utilisent encore la presse locale. Mais cela coûte cher. Elles sont donc de plus en plus nombreuses à publier leurs annonces sur leur site ou sur ceux de groupements d'acheteurs publics.”

●●● cieus de se regrouper. Deux possibilités s'offrent alors à vous : le regroupement conjoint et le regroupement solidaire. « Cela va impliquer des règles d'exécution différentes, détaille Laurent Blind, responsable de Canéva. La cotraitance implique que des niveaux d'engagement différents sont pris par chacun des partenaires ». En cas de désistement, les autres diagnostiqueurs devront le plus souvent abandonner le marché. « C'est exactement l'inverse avec un regroupement solidaire. Celui-ci sous-tend en effet qu'en cas de désistement de l'un des partenaires, les autres assurent l'intégralité du marché dans les conditions déterminées au moment de leur désignation ». A noter que selon

Laurent Blind, dans deux cas sur trois, l'acheteur public va demander que le regroupement s'unisse « solidairement ». Ce choix ne doit pas se faire à la légère : « en cas de désistement, les prestataires devront parfois faire face à des surcoûts, alors que le paiement final de la prestation restera inchangé ».

➤ Et les marchés européens ?

Des opportunités existent également au niveau européen. En termes de stratégie d'entreprise, l'identification de marchés européens et d'avis d'attribution peut également servir à repérer des concurrents ou de futurs partenaires dans un pays ou une région faisant partie des cibles de l'entreprise. Comment les identifier ? Il faut préciser que les seuils de publication issus de la réglementation européenne entraînent une parution des avis de marchés au niveau du JO européen pour les marchés les plus importants (pour les services au-delà de 193 000 euros). « Récemment, sur le site du journal officiel de l'UE, on pouvait par exemple trouver deux appels d'offres européens concernant les diagnostics immobiliers, illustre Karim Mahari, chargé de mission au sein d'Entreprise Europe Normandie-Picardie. Le premier concernait la société d'économie mixte Semarlep de Levallois-Perret, et l'autre les services d'inspection et de vérification de bâtiment pour le Dumfries and Galloway Council UK. Notre réseau spécialisé dans l'accompagnement des PME sur le marché européen propose des services de veille et des formations spécialisées pour répondre aux appels d'offres ». Il faut noter que l'ouverture européenne reste une démarche complémentaire à une stratégie de réponse aux appels d'offres nationaux. L'entreprise qui fait ce choix doit être préparée (les aspects techniques et linguistiques doivent être pris en compte). Dernier point : dans ce cadre européen, le code d'activité principale correspondant aux diagnostiqueurs est : « 71315400-3 Services d'inspection et de vérification de bâtiment ». ●

Toutes les annonces doivent être accessibles sur des sites gratuits

La députée UMP de Moselle Marie-Jo Zimmerman s'était enquis en mars 2010 du point de vue des pouvoirs publics sur les sites payants répertoriant les annonces de marchés publics.

La réponse du ministère de l'Economie a été publiée en juin : « Certains sites accessibles uniquement par abonnement recensent et répertorient, de leur propre initiative, les avis de marchés diffusés par les acheteurs publics sur des sites accessibles gratuitement. Cette pratique, qui n'est pas imputable aux pouvoirs adjudicateurs, n'est pas contraire aux principes de la commande publique. Ce mode de diffusion des avis, toutefois, ne permet pas aux candidats potentiels d'être informés et ne suscite pas une diversité d'offres suffisante pour garantir une vraie mise en concurrence, en raison du coût que représente le prix demandé pour la consultation des avis. Par conséquent, un acheteur public qui déciderait de publier ses avis de marché uniquement sur ces sites méconnaîtrait le principe de libre accès à la commande publique ». ●

ZOOM

Annuaire des sites ressources

> **Le réseau « commande publique »**
(Rubrique : « renforcer sa trésorerie » puis « commande publique »). Le site ressource par excellence. Impulsé par Oseo.

> **Les moteurs de recherche**
Une grande partie des annonces est accessible gratuitement via www.e-marchespublics.com et www.marchespublicspme.com

> **Le site www.boamp.fr**
Bulletin officiel des annonces des marchés publics, il constitue une source pertinente.

> **Le site www.marches-publics.gouv.fr**
Il met en ligne les appels d'offre en provenance de l'Etat, des ministères, des

services déconcentrés et des chambres de commerce. Le ministère de la Défense : www.achats.defense.gouv.fr

> **Les EPST**
Les établissements publics à caractère scientifique et technologique ont leur site : www.marchespublics-epst.org

> **Le site achats publics de l'AP-HP**
Assistance publique - hôpitaux de Paris
http://www.aphp.fr/site/marches_publics/marches_publics.htm

> **Entreprise Europe Normandie Picardie**
<http://www.entreprise-europe-normandie-picardie.fr/marches-publics.asp>. Membre du réseau de la

Commission européenne Entreprise Europe, le réseau épaula les PME souhaitant devenir plus compétitives sur le marché européen.

> **Les sites des collectivités**
Ils ont désormais une rubrique « marchés publics ». Un mouvement tendant au regroupement est en plein boom (par exemple : www.e-bourgogne.fr).

> **Caneva**
Veille, gestion de dossiers, expertise voire mise à disposition d'un consultant.
www.caneva.fr

> **Infotrade**
Détection, gestion et assistance.
www.infotrade2000.com ●

Comment font-ils ?

Jonathan Tristani, cabinet Ecsa (Bouches du Rhône)

«*Penser aussi aux consultations des entreprises privées*»



«**J**'ai racheté le cabinet dont j'étais salarié en 2009 au moment où la crise immobilière nous a frappés de plein fouet. Ce cabinet appartenait à un groupement d'intérêt économique (GIE), composé de plusieurs entreprises. L'une assurait des missions de diagnostics immobiliers, d'autres proposaient de l'assistance à maîtrise d'ouvrage, de la maîtrise d'œuvre, de la CSPS («Coordination, sécurité et protection de la santé»). Il existait donc une forme de "ping-pong" entre toutes ces entreprises qui permettait au cabinet de diagnostics d'être informé des projets de grands comptes en amont : collectivités, OPHLM, entreprises privées... Grâce à cela, nous réalisons beaucoup d'avant travaux et d'avant démolition, mais aussi des diagnostics avant vente plus classiques comme les DPE, les diagnostics Termites, mesurages Carrez...

En 2009, le cabinet a été dissocié du GIE et j'ai repris les rênes de l'entreprise en m'appuyant sur cinq techniciens. Bien implantés auprès de ces grands prescripteurs, nous avons continué de collaborer avec eux. Aujourd'hui, ils représentent 50 à 70 % de notre activité. Les "anciens" continuent de nous solliciter régulièrement, mais je suis toujours à la recherche de nouveaux clients. Presse locale et sites web sont mes deux moyens fétiches pour relever les appels d'offre. Outre les collectivités et les OPHLM, nous avons travaillé avec des banques, la grande distribution, de grandes entreprises nationales...

Certes, il est parfois difficile de rivaliser avec les bureaux de contrôle. Les grands comptes demandent en effet régulièrement des prestations que nous ne proposons pas, comme le dépistage radon ou les études thermiques par exemple. Pour faire face à cela, je multiplie les cotraitances et les sous-traitances.

Côté prix, les bureaux de contrôle sont parfois plus bas. Mais cela vaut le coup de se battre. Ce sont à mes yeux de "belles" prestations qui permettent de rencontrer les différents acteurs du bâtiment, mais mieux vaut se lancer avec un peu de trésorerie, la plupart de ces clients payant entre 45 et 90 jours après la facturation». ●

Jacky Gavard, gérant du cabinet Gavard - Leroy (Haute-Savoie)

«*Mieux vaut choisir judicieusement ses mots-clefs*»



«**M**on cabinet existe depuis 2003 mais je me suis lancé dans les marchés publics il y a deux ans maintenant. Je me tiens informé des marchés en cours dans mon département via un site web gratuit.

Après s'être inscrit, on rentre ses mots-clés (DDT, DPE, amiante...) et on reçoit des annonces en fonction de ces derniers. Il faut les choisir judicieusement : si on "affine" trop les critères, on ne reçoit aucune annonce. Et évidemment, à l'inverse, on en reçoit beaucoup trop. Il n'est cependant pas difficile de trier : en lisant uniquement le titre de l'annonce, je sais rapidement si cela me concerne ou pas. Aujourd'hui, j'ai par exemple reçu une annonce pour une mission SPS dans le domaine de la construction neuve. A peine lu le titre, je l'ai effacée. En plus de cette alerte informatique, je profite d'une autre, beaucoup plus empirique : le bouche à oreille ! Certaines mairies avec lesquelles j'ai déjà travaillé me sollicitent ainsi lorsqu'elles ont des besoins particuliers.

En deux ans, j'ai travaillé sur quatre ou cinq marchés d'un peu plus de 4000 euros HT chacun. La plupart du temps, il s'agissait de prestations amiante et plomb avant travaux et avant démolition ou de diagnostics "accessibilité". J'ai pu me placer sur ces prestations car mes trois techniciens ont des profils "bâtiment" voire "architecte" pour l'un. Il a toutes les compétences pour assurer le diagnostic accessibilité». ●

“Outre les collectivités et les OPHLM, nous avons travaillé avec des banques, des professionnels de la grande distribution, de grandes entreprises nationales.”