



ÉCO
entreprises
Acteurs de la transition

Achats publics

innovants :

Guide pratique & technique



Co-funded by the
COSME programme
of the European Union

Le projet P5 Innobroker (COSME) est un projet européen qui s'est déroulé de novembre 2021 à octobre 2024 et qui regroupe 6 partenaires européens. Ce projet vise à rapprocher les acheteurs publics et les entreprises innovantes à travers l'Europe. L'objectif étant de soutenir le développement et la croissance des TPE/PME et start-ups en créant de nouvelles opportunités à travers le développement et le renforcement des liens entre les acheteurs publics et les acteurs de l'écosystème de l'innovation.

Les objectifs :

1. Accélérer le développement à travers l'UE et mettre en exercice le business model du réseau des marchés de l'innovation IPB (Innovation Procurement Broker) conceptualisé lors du projet Innobroker.
2. Améliorer et ajuster le concept Innobroker en le testant dans des conditions réglementaires locales et régionales.
3. Démontrer de manière quantitative la pertinence et l'efficacité du business model IPB ainsi que leur rôle et leur contribution au développement de l'innovation.
4. Contribuer à rendre le business model IPB durable.
5. Développer et renforcer les liens entre les administrations publiques et les acteurs l'écosystème de l'innovation en créant un environnement favorable aux entreprises et à la réduction du poids administratif pour les TPE/PME.
6. Créer de nouvelles opportunités pour les TPE/PME et start-ups.
7. Soutenir le développement et la croissance des TME/PME et start-ups de l'innovation.

Table des matières

1. Les étapes à suivre pour proposer une solution innovante.....	4
a. Déterminer le caractère innovant de ma solution.....	4
b. Identifier les besoins de l'acheteur.....	8
c. Répondre au besoin de l'acheteur.....	11
2. Les caractéristiques générales d'un marché public.....	19
a. Les principes fondamentaux de la commande publique.....	19
b. Qu'est-ce qu'un marché public ?.....	20
c. L'allotissement des prestations du marché.....	21
d. Les différents types de procédures de passation des marchés publics.....	22
e. Les obligations de publicité.....	25
f. Chronologie d'une procédure de passation d'un marché.....	27
3. Les principaux contrats favorables à l'innovation.....	28
a. Le marché public innovant.....	29
b. Le marché de R&D.....	30
c. L'achat public avant commercialisation.....	31
d. Le marché d'expérimentation.....	32
e. Le partenariat d'innovation.....	33
4. Les termes clés.....	36
5. Annexes.....	43
a. Schéma : Maturité de la solution et montage contractuel.....	43
b. La méthode du faisceau d'indices : ma solution est-elle innovante ?.....	44
c. Arbre de décision de l'entreprise innovante.....	45
d. Arbre de décision de l'acheteur public.....	46

1. Les étapes à suivre pour proposer une solution innovante

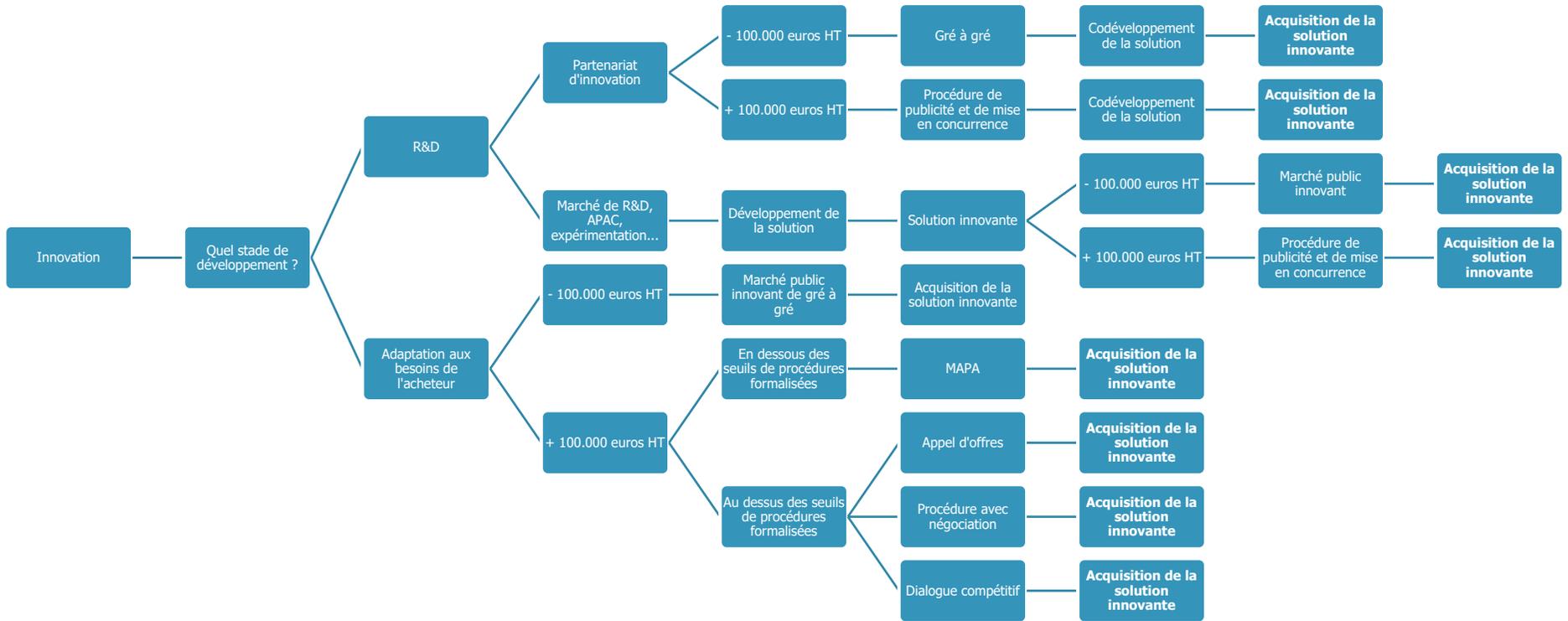
a. Déterminer le caractère innovant de ma solution

Déterminer le caractère innovant de la solution permet à l'entreprise de se positionner vis-à-vis de l'acheteur et de son besoin.

Les questions principales à se poser pour l'entreprise innovante sont les suivantes :

- Quel est le besoin de l'acheteur ? Acquérir une solution innovante ? Codévelopper avec un partenaire une solution innovante et l'acquérir ? Acquérir ou financer des études, des services de R&D ?
- Quel est le stade de développement de ma solution ?
- Est-elle suffisamment mature pour être acquise dans le cadre d'un marché ? Peut-elle immédiatement répondre au besoin de l'acheteur ? Ou nécessite-t-elle encore de la recherche et développement ?
- Ma solution est-elle innovante ? En quoi ma solution répond-elle de façon innovante à un besoin de l'acheteur ?
- Quelle est la valeur de ma solution ou de mon service ? Devrais-je être mis en concurrence ?

Arbre de décision de l'entreprise innovante



Qu'est-ce qu'une solution innovante ?

Les travaux, les fournitures ou les services innovants sont ceux qui sont nouveaux ou sensiblement améliorés.

Le caractère innovant peut consister dans la mise en œuvre de nouveaux procédés de production ou de construction, d'une nouvelle méthode de commercialisation ou d'une nouvelle méthode organisationnelle dans les pratiques, l'organisation du lieu de travail ou les relations extérieures de l'entreprise.



Pour en savoir plus : Article L. 2172-3 du Code de la commande publique



Conseil : Le caractère innovant d'une solution ne doit pas s'apprécier uniquement de façon intrinsèque, au regard exclusivement de la solution elle-même, mais également par rapport au fait que la solution apporte une réponse innovante à un besoin de l'acheteur. Très concrètement, est-ce que ma solution apporte une solution innovante par rapport à une solution traditionnelle ?

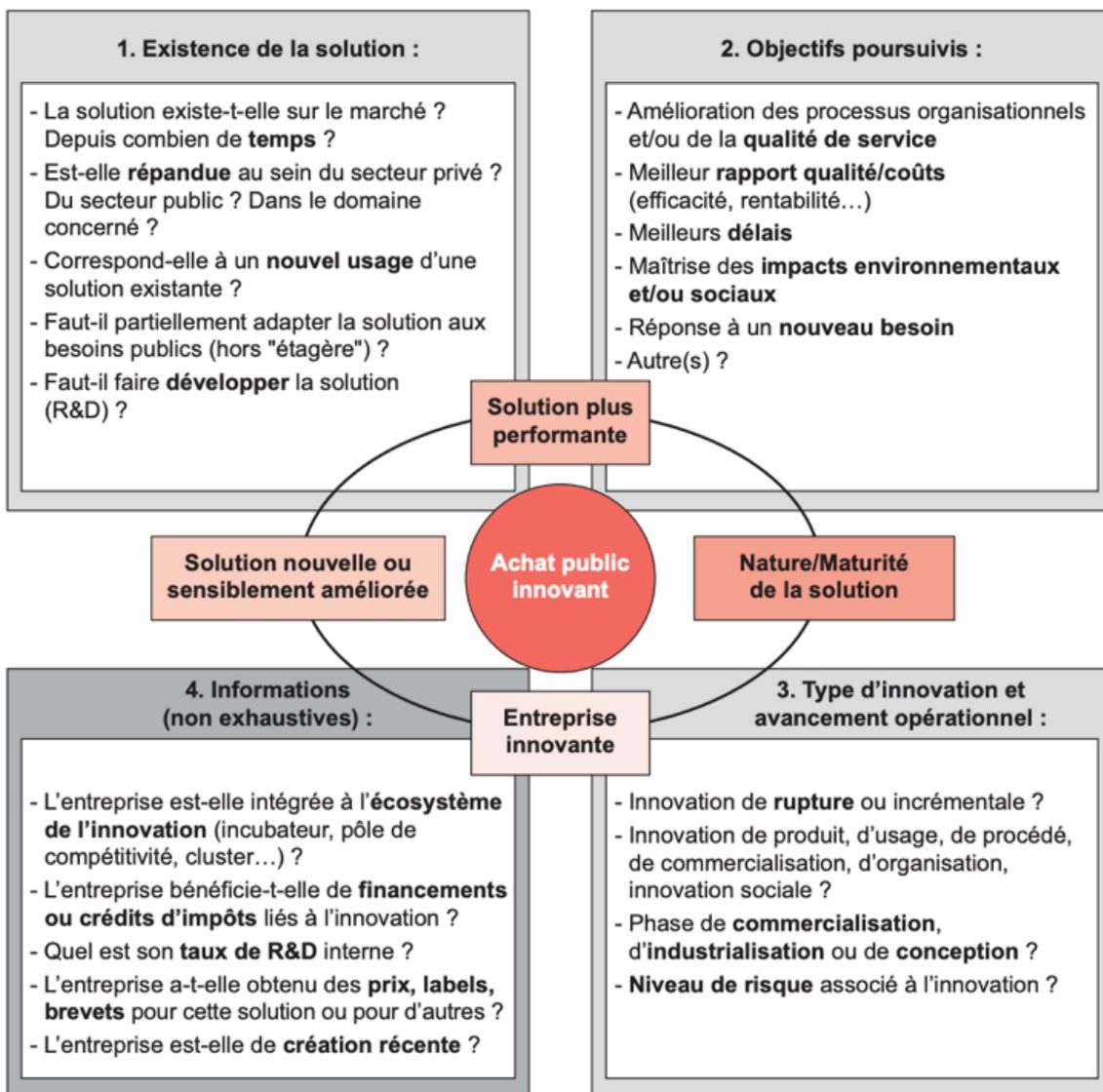
Sont également considérés comme innovants tous les travaux, les fournitures ou les services proposés par les jeunes entreprises innovantes (JEI) définies à l'article 44 sexies-0 A du code général des impôts.



Pour en savoir plus : <https://www.enseignementsup-recherche.gouv.fr/fr/la-jeune-entreprise-innovante-jei-46445>

Le caractère innovant d'une solution peut être déterminé également avec la méthode du faisceau d'indices mise en place par le ministère de l'Économie.

La méthode du faisceau d'indices : ma solution est-elle innovante ?



Pour en savoir plus : [Guide de l'achat public de solutions innovantes](#)

Questionnaire en ligne développé par la Direction des achats de l'État : Innov'Score



Important : Selon le ministère de l'Économie, il n'y a pas de taux de réponse minimal qui permettrait de garantir que la solution en cause serait innovante ou ne le serait pas.



Conseil : il peut être opportun pour l'entreprise innovante d'appliquer cette méthode à sa solution afin de la proposer aux acheteurs dans le cadre du marché innovant.

b. Identifier les besoins de l'acheteur

Consulter le JOUE, le BOAMP et les journaux d'annonces légales

Selon la valeur du marché, les acheteurs publics ont l'obligation de publier un avis de marché au JOUE, au BOAMP ou dans un JAL, qui constitue un moyen pour identifier le besoin de l'acheteur.



Conseil : Mettre en place une veille et des alertes pour être automatiquement informé des nouvelles annonces de marchés concernant le secteur d'activité.



Extrait du site BOAMP

Rechercher un marché public

Critères principaux

Mot(s) présent(s) dans le texte de l'annonce
Mot(s) présent(s) dans le texte de l'annonce. Les opérateurs ET, OU, SAUF s'utilisent avec les termes AND, OR, NOT. Consulter la FAQ pour en savoir plus

Rechercher dans l'objet du marché

Type de marché

Fournitures
 Services
 Travaux

Statut de l'avis

Avis en cours
 Avis clôturés
 Tous les avis

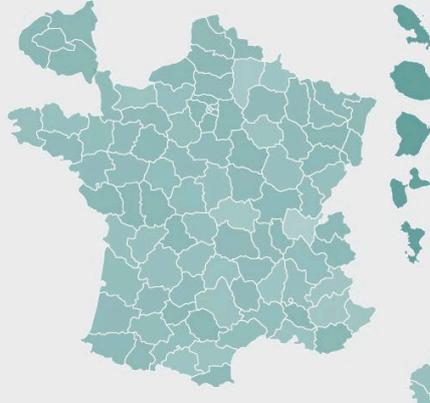
Mots clés

Sélectionnez un ou plusieurs éléments

Référence de l'avis (exemple : 21-145897)

Département(s) du lieu de publication, d'exécution

Tous les départements



Plus de critères

Réinitialiser les critères Rechercher

Mots clés en lien avec l'objet de la solution innovante

Objet du marché

Permet de cibler les marchés géographiquement

Rechercher des consultations sur les plateformes de dématérialisation et le profil des acheteurs

Le « *profil acheteur* » est la plateforme de dématérialisation sur laquelle l'acheteur va mettre les documents de la consultation à disposition des opérateurs économiques et de réceptionner par voie électronique les documents transmis par les candidats.

Chaque acheteur doit en principe avoir un profil acheteur.



Extrait du profil acheteur de la métropole Aix Marseille Provence

Procédure	Référence	Intitulé	Date limite de remise des plis	Actions
SAD-A Fournitures 27 Mai 2024	724A137	FOURNITURE DE MOBILIERS ISSUS DU REEMPLOI OU DE LA REUTILISATION (MOBILIER D'OCCA... Objet : FOURNITURE DE MOBILIERS ISSUS DU REEMPLOI OU DE LA REUTILISATION (MOBILIER D'OCCASION) Organisme : Métropole Aix-Marseille Provence (-) 📍 (13) Bouches-du-Rhône	22 Mai 2024 🕒 12:30	🔍 RC ⚙️ 🗑️
AOO Travaux 23 Oct. 2024	72240187	Travaux pour la création d'un pôle d'échanges multimodal (PEM) à Plan de Campagne (lots 2 à 8). Objet : Travaux pour la création d'un pôle d'échanges multimodal (PEM) à Plan de Campagne (lots 2 à 8). Organisme : Métropole Aix-Marseille Provence (-) 📍 7 lots 📍 (13) Bouches-du-Rhône	16 Déc. 2024 🕒 12:00	🔍 RC ⚙️ 🗑️

Participer aux initiatives de l'acheteur (rencontres, appels à projets), se faire connaître auprès de l'acheteur

Pour définir son besoin ou pour identifier des solutions innovantes, l'acheteur peut avoir recours au sourcing : benchmarking des solutions innovantes, demandes d'informations auprès des entreprises, rencontres, organisation d'évènements, lancement d'appels à projets.



Conseil : Il peut être utile de consulter régulièrement et/ou de s'abonner aux sites et aux réseaux sociaux (LinkedIn, X...) des acheteurs.

c. Répondre au besoin de l'acheteur

Les pièces du dossier de consultation des entreprises (DCE) et du marché

Document de consultation des entreprises

Pièces contractuelles

Cahiers des charges

Règlement de la consultation

Acte d'engagement et annexes (financières...)

Cahier des clauses administratives particulières

Cahier des clauses techniques particulières

CCAG - CCTG

Les pièces sont accessibles, consultables et téléchargeables librement sur le profil acheteur.



Important : Les exigences et critères fixés dans le règlement de la consultation sont réputés intangibles, l'acheteur comme les candidats doivent le respecter.

Extrait du profil acheteur de la métropole Aix Marseille Provence

Publicité / Téléchargement Question Dépôt Messagerie sécurisée

Téléchargement

Avis de publicité	Pièces de la consultation
Fichier joint - Avis complémentaire en ligne	Règlement de consultation - 311,04 Ko Dossier de consultation - 964,76 Ko DUME Acheteur - 241,8 Ko

Liste des pièces téléchargées

Aucun résultat trouvé

Les points importants du DCE et des pièces du marché

Document	Objet	Pourquoi y prêter attention ?
Règlement de la consultation (RC)	Apporte les informations sur la procédure : - Présentation de l'acheteur ; - Présentation du marché, de sa forme, des lots ; - Documents attendus pour apprécier la candidature ; - Critères de sélection des offres ; - Dates de dépôt de la réponse	Document indispensable pour connaître les conditions de réponse à la consultation (type d'entreprises recherchées, type de solutions recherchées, documents à fournir, conditions d'attribution et de sélection...).
Acte d'engagement (AE)	Pièce contractuelle Document par lequel le titulaire adhère aux clauses du marché public	Précise le montant du marché et les délais d'exécution
Cahier des clauses administratives particulières (CCAP)	Pièce contractuelle Décrit et fixe les clauses administratives du marché (obligations des parties, confidentialité, prix et conditions de règlement, délais, modalités d'exécution et de réception des prestations, propriété intellectuelle, cas de résiliation du marché).	Document indispensable pour connaître les conditions de règlement (versement d'une avance, procédure de règlement), mais également le régime de propriété intellectuelle liée à la solution acquise par l'acheteur.
Cahier des clauses techniques particulières (CCTP)	Pièce contractuelle Décrit et fixe les clauses techniques relatives à l'exécution des prestations du marché	Document indispensable pour connaître les exigences techniques de l'acheteur et donc pour apprécier si la solution est susceptible de répondre au besoin de celui-ci

Les points de vigilance pour l'entreprise innovante

Items	Points de vigilance	Documents principaux à consulter
Objet du marché, des prestations	Vérifier que la solution innovante répond au besoin de l'acheteur, à l'ensemble des prestations attendues	RC, CCTP
Délais d'exécution des prestations	S'assurer d'avoir la capacité d'exécuter les prestations dans les délais imposés par l'acheteur	CCTP, CCAP
Prix	Apprécier si les prix - unitaires et/ou forfaitaires – sont compatibles avec le mode de facturation lié à la solution innovante	AE, CCAP
Conditions de règlement des prestations (avance, délais de règlement, actualisation, révision des prix)	S'assurer d'avoir la capacité financière d'exécuter les prestations	CCAP
Exigences techniques	Vérifier que la solution répond aux exigences techniques fixée par l'acheteur	CCTP
Variantes	Vérifier que les variantes sont autorisées par l'acheteur avant de proposer une solution alternative à celle demandée par l'acheteur	RC, CCAP, CCTP
Propriété intellectuelle	Apprécier les droits de propriété intellectuelle cédés ou concédés à l'acheteur (protection des droits de l'entreprise, protection des connaissances antérieures)	CCAP, CCTP
Confidentialité – Secret des affaires	Vérifier que les éléments échangés sont confidentiels et couverts par le secret des affaires	CCAP, CCTP

Présenter sa candidature

La phase de candidature permet à l'acheteur de s'assurer que le candidat n'est pas dans un cas d'exclusion et qu'il dispose des capacités techniques, professionnelles, économiques et financières pour exécuter le marché.

Par principe, tout opérateur économique peut se porter candidat à l'attribution d'un marché public, qu'il ait la qualité d'autoentrepreneur ou qu'il soit une entreprise ou un groupement d'opérateurs économiques.

Dans le cadre de certaines procédures (appel d'offres fermé, dialogue compétitif, l'acheteur peut opérer une sélection préalable des candidats qui seront ensuite admis à remettre une offre.

 **Important :** Les éléments attendus par l'acheteur sont en principe précisés dans le règlement de la consultation.

Selon la nature de la procédure, les exigences de l'acheteur sont plus ou moins importantes.

L'entreprise peut s'appuyer sur les formulaires DC1 et DC2 pour présenter sa candidature ou sur le Dossier unique des marchés européens (DUME)

Généralement, le dossier de candidature contient :

- La présentation générale de l'entreprise et de la forme de réponse choisie entreprise (candidature individuelle ou en groupement).

 **Important :** Les entreprises, notamment PME/TPE, peuvent avoir intérêt à présenter leur candidature en la forme d'un groupement momentané d'entreprises. Le groupement, qui peut être conjoint ou solidaire, sera alors le titulaire du marché.

Chaque membre du groupement doit constituer un dossier de candidature, justifier qu'il n'est pas dans un cas d'interdiction de soumissionner par exemple.

Les candidats peuvent également présenter des sous-traitants (en utilisant notamment le formulaire DC4), ce qui peut constituer une opportunité pour les entreprises innovantes.

- Une attestation sur l'honneur que le candidat ne se trouve pas dans l'un des cas d'interdiction de soumissionner à un marché public.

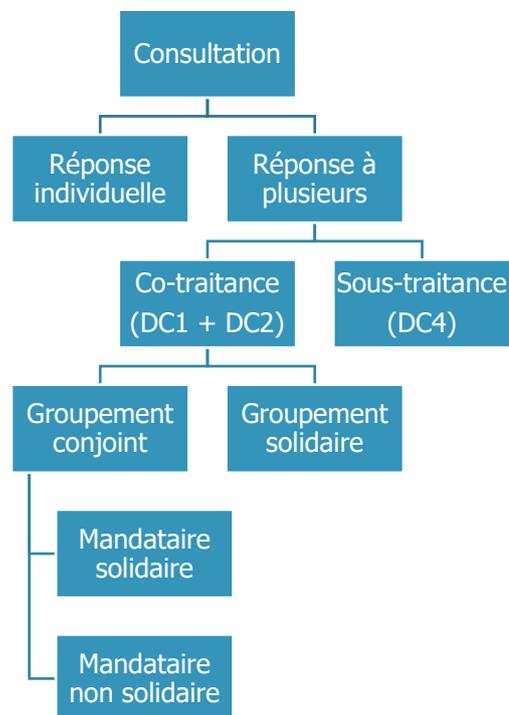
Pour en savoir plus : Articles R. 2142-19 à R. 2142-27 du code de la commande publique

- Les documents justificatifs des déclarations faites par le(s) entreprise(s) candidate(s), qui peuvent comprendre (liste non exhaustive) : les attestations d'assurance de l'entreprise ; la copie des certifications lorsque la solution attendue est labellisée ; les références clients ; la déclaration du chiffre d'affaires global de l'entreprise et/ou du chiffre d'affaires réalisé pour des prestations similaires à l'objet du marché...



Conseil : Les documents demandés sont généralement les mêmes d'un marché à l'autre. Il est donc pertinent d'anticiper cette phase en amont, notamment en disposant d'attestations sociale et fiscale à jour.

Schéma de réponse à une consultation



Présenter son offre

La phase d'appréciation des offres a pour objet de sélectionner l'offre économiquement la plus avantageuse au regard des critères fixés par l'acheteur.

Les documents généralement exigés par l'acheteur au titre du dossier d'offre sont :

- L'acte d'engagement ou le cahier des charges valant acte d'engagement ;
- Les pièces financières (BPU, DQE, DPGF...) ;



Important : Il faut veiller particulièrement à ce que les pièces financières soient entièrement remplies, lisibles et sans erreur arithmétique. À défaut, l'offre peut être rejetée, car considérée comme étant irrégulière.

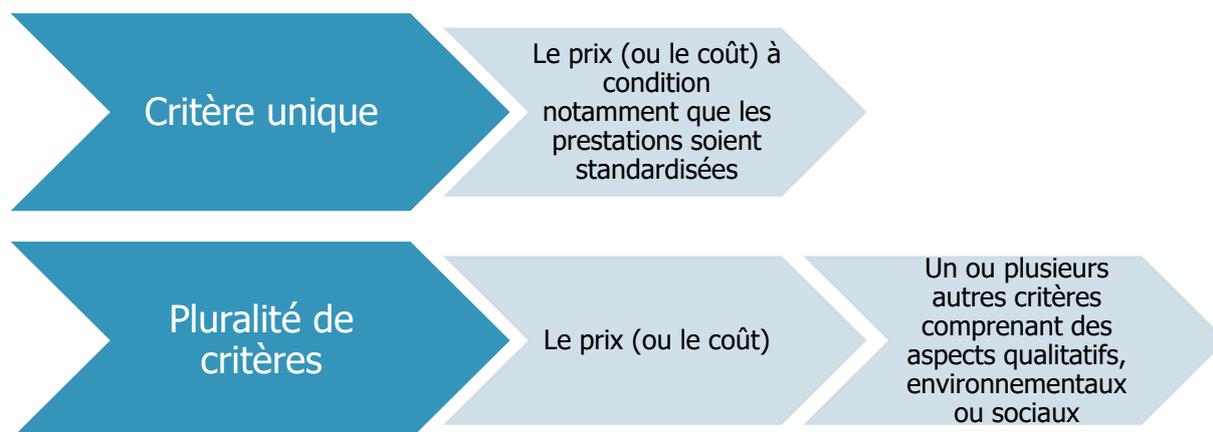
- Une note technique, ou un mémoire technique ou méthodologique, répondant aux exigences de l'acheteur et qui sera apprécié au regard des critères de sélection. L'entreprise doit donc veiller à apporter tous les éléments demandés afin de démontrer que sa solution répond aux exigences de l'acheteur.

L'appréciation des offres

L'acheteur apprécie les offres au regard des critères de sélection, qui ont au préalable été portés à la connaissance des entreprises.

Le choix des critères de sélection des offres relève du libre choix de l'acheteur, mais ils doivent être non discriminatoires et liés à l'objet du contrat ou à ses conditions d'exécution.

Les critères de sélection des offres



Les critères de sélection des offres peuvent notamment être la valeur fonctionnelle, le caractère innovant de la solution, les performances en matière de protection de l'environnement, ou encore les délais d'exécution des prestations.



Important : Les critères de sélection, voire les sous-critères, des offres sont précisés dans le règlement de la consultation. Une fois fixés, les critères s'imposent à l'acheteur qui ne peut pas les modifier en cours de procédure.



Exemple de critères d'attribution d'un marché public

Critères d'attribution	Pondération
1. Prix	30%
2. Valeur technique	70 %
2.1 Excellence scientifique de l'offre et innovations proposées : <ul style="list-style-type: none">• Originalité, aspects innovants• Qualité scientifique et technique de la solution proposée• Faisabilité et crédibilité du projet et du plan de travail ; analyse des risques• Modalités pratiques de mise en œuvre du projet	25 %
2.2 Conformité avec les thèmes prioritaires du marché et impact sur les services existants et futurs <ul style="list-style-type: none">• Conformité avec les thèmes prioritaires listés dans le cahier des charges• Impact potentiel du projet• Preuve de concept ou prototype démontrant la faisabilité de l'intégration dans les sous-systèmes opérationnels existants à moyen terme (dans les 3 ans suivant la notification du marché)	25 %
2.3 Expérience, compétences, organisation et adéquation des ressources humaines affectées au marché : <ul style="list-style-type: none">• Expérience et qualification de l'équipe dédiée à l'exécution du marché• Adéquation des compétences au projet proposé• Adéquation de l'effort consacré à la mise en œuvre du marché• Coopération pertinente	15 %
Performance en matière de RSE	5 %



Important : Il est des cas où l'offre peut être rejetée par l'acheteur sans être comparée aux autres, c'est le cas :

- des offres inacceptables, c'est-à-dire les offres dont le montant total excède les crédits établis pour le marché ;
- des offres incomplètes,
- des offres inappropriées, c'est-à-dire les offres qui apportent une réponse différente au besoin exprimé par l'acheteur,
- des offres anormalement basses.

Le dépôt de la réponse par l'entreprise

Le règlement de la consultation indique la plateforme (profil acheteur) sur laquelle la réponse de l'entreprise doit être déposée et la date limite avant laquelle elle doit être déposée.



Conseil : Anticiper le dépôt de la réponse afin d'éviter tout éventuel dysfonctionnement de la plateforme avant la date limite de dépôt.



Extrait du profil acheteur de la métropole Aix Marseille Provence

Publicité / Téléchargement Question **Dépôt** Messagerie sécurisée

Vous devez être connecté pour accéder aux actions ci-dessous.

Étape 1 : Sélection du rôle

- Je répons en candidat seul, ou je suis en charge de la réponse de mon groupement.
- Je suis membre d'un groupement, mais je ne suis pas en charge de la réponse de ce dernier. Je souhaite cependant renseigner un DUME afin d'en fournir la référence au responsable de la réponse.

Étape 2 : Sélection du mode de candidature

L'attribution du marché

Avant de conclure le marché, l'acheteur doit vérifier certaines pièces de l'entreprise attributaire (attestations fiscales et sociales notamment).



Important : Si l'entreprise attributaire ne communique pas les pièces demandées dans le délai prévu, l'entreprise qui est classée immédiatement après elle, sera sollicitée pour produire ces pièces et se verra, le cas échéant, attribuer le marché.



Conseil : Il est conseillé d'anticiper cette phase de vérification, notamment en disposant d'attestations sociale et fiscale à jour.

En principe, avant la conclusion du marché, l'acheteur doit informer les autres entreprises du rejet de leur offre.



Conseil : En cas de rejet de son offre, il peut être utile de solliciter de l'acheteur la communication des motifs détaillés de rejet de l'offre, afin d'appréhender les raisons pour lesquelles elle n'a pas été retenue.

Une fois ces formalités effectuées, le marché est signé par le représentant de l'acheteur. Le marché commence alors à produire ses effets.



Important : En procédure formalisée, l'acheteur doit observer un délai de 11 jours entre la notification aux candidats évincés du rejet de leur offre et la signature du marché, afin notamment de leur laisser l'opportunité de contester cette décision de rejet.

2. Les caractéristiques générales d'un marché public

a. Les principes fondamentaux de la commande publique

Tous les contrats de la commande publique (marché public, concession) sont soumis à trois principes fondamentaux.

- **Liberté d'accès à la commande publique** : Tout opérateur économique peut soumissionner à un marché public, sous réserve de ne pas se trouver dans l'un des cas d'exclusion prévus par le Code de la commande publique.
- **Égalité de traitement des candidats** : L'acheteur public doit garantir une concurrence loyale et transparente entre les différents opérateurs économiques. Cela implique que les entreprises souhaitant répondre à un marché disposent des mêmes informations et que leurs offres soient appréciées de la même façon.
- **Transparence des procédures** : Les règles de la procédure doivent être portées à la connaissance des opérateurs économiques, en particulier les critères de sélection des offres.

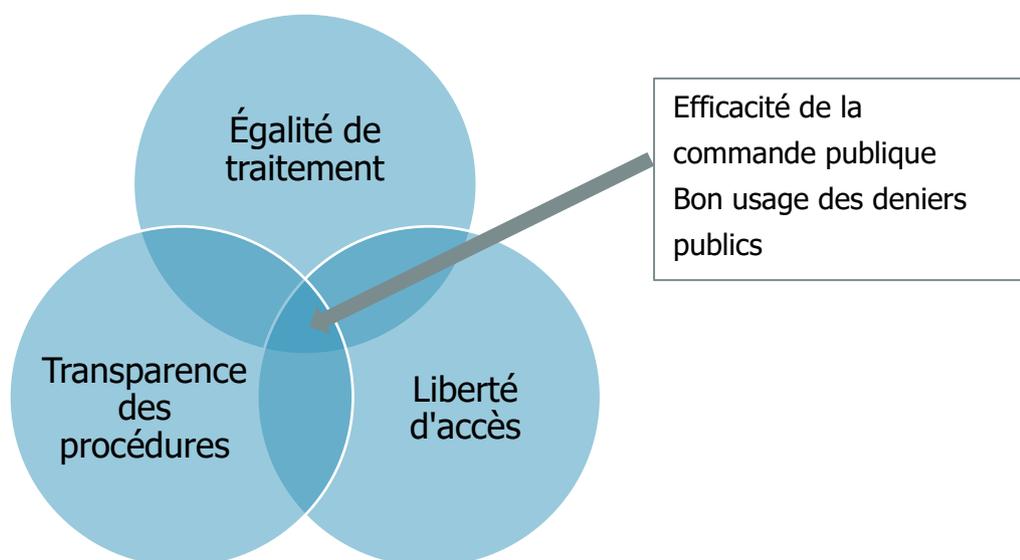


Pour en savoir plus : Article L.3 du Code de la commande publique



Important : Ces principes s'appliquent, quel que soit le marché, y compris donc lorsqu'il est conclu directement, sans publicité ni mise en concurrence.

Dans ce cas, l'acheteur doit veiller en particulier à ne pas contracter systématiquement avec le même opérateur lorsqu'il existe d'autres opérateurs susceptibles de répondre à son besoin.



b. Qu'est-ce qu'un marché public ?

Un **marché public** est un contrat, conclu :

- entre un ou plusieurs acheteurs et un ou plusieurs opérateurs économiques,
- pour répondre à leurs besoins en matière de travaux, de fournitures ou de services,
- en contrepartie d'un prix ou de tout équivalent.



Pour en savoir plus : Article L. 1110-1 du Code de la commande publique

Le marché public recouvre les marchés publics "classiques", mais également les marchés de défense ou de sécurité et les marchés de partenariat.

Un marché public peut porter sur des travaux, des fournitures ou des services.

Marché de travaux – Il a pour objet l'exécution ou la conception et l'exécution de travaux ; soit la réalisation ou la conception et la réalisation d'un ouvrage qui répond aux exigences fichées par l'acheteur public, ce dernier exerçant une influence déterminante sur sa nature ou sa conception.



Pour en savoir plus : Articles L. 1111-1 et L. 1111-2 du Code de la commande publique



Exemples : Réalisation d'un ouvrage de bâtiment, travaux de rénovation de la voirie.

Marché de fournitures – Il a pour objet l'achat, la prise en crédit-bail, la location ou la location-vente de produits. Celui-ci peut comprendre, à titre accessoire, des travaux de pose et d'installation.



Pour en savoir plus : Articles L. 1111-1 et L. 1111-2 du Code de la commande publique



Exemples : Achat de véhicules, de matériels informatiques ou encore d'énergie.

Marché de services – il pour objet la réalisation de prestations de services.



Pour en savoir plus : Articles L. 1111-1 et L. 1111-2 du Code de la commande publique



Exemples : Achat de prestations intellectuelles (maîtrise d'œuvre, études techniques...).

c. L'allotissement des prestations du marché

L'allotissement des prestations par l'acheteur est obligatoire.

Tous les marchés doivent être passés en lots séparés lorsque leur objet permet l'identification de prestations distinctes, sauf certaines exceptions notamment lorsque l'allotissement rendrait techniquement ou économiquement plus coûteuse l'exécution du marché.



Pour en savoir plus : Articles L. 2113-10 et L. 2113-11 du Code de la commande publique

Les documents du marché indiquent les conditions dans lesquelles les soumissionnaires peuvent répondre à un ou plusieurs lots.

L'allotissement est favorable à l'accès des TPE/PME à la commande publique qui peuvent se positionner sur une partie seulement des prestations ou travaux.



Conseil : Il peut être utile pour une entreprise proposant une solution innovante de se positionner uniquement sur un lot ou sur une partie des prestations, lorsque l'acheteur a prévu un lot portant sur une solution innovante.



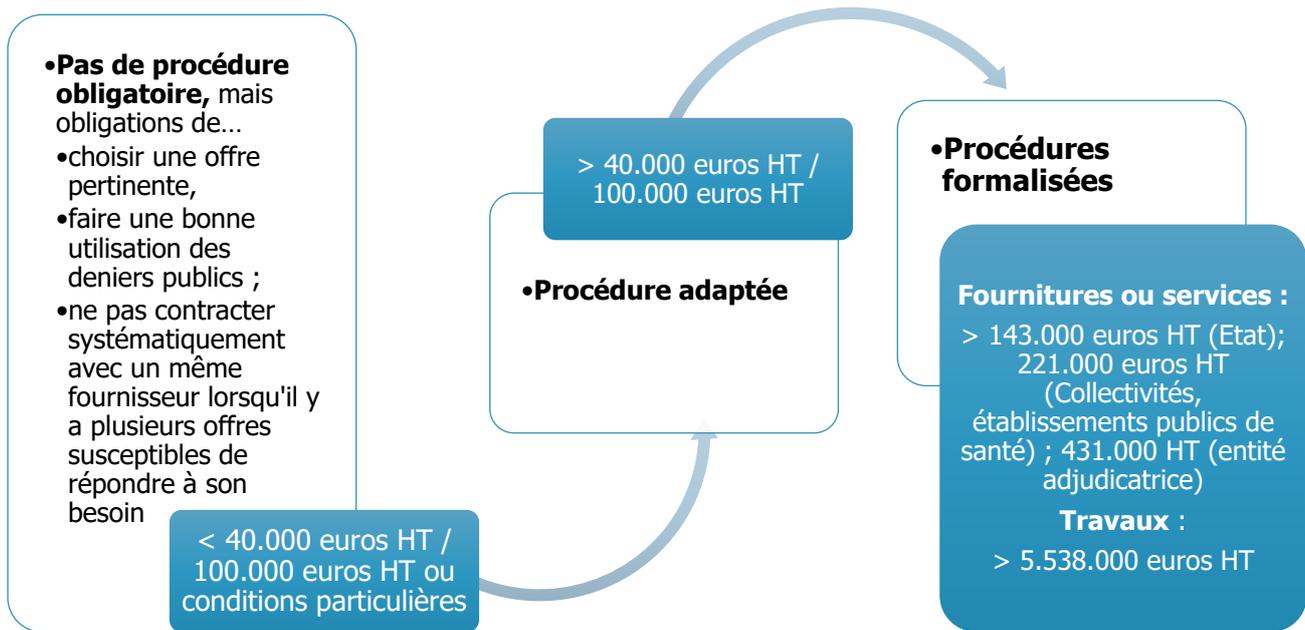
Exemple : Lot d'un marché de services de transport portant sur la fourniture d'une plateforme numérique de réservation des navettes.

d. Les différents types de procédures de passation des marchés publics

Le type de procédure de passation d'un marché public va être déterminé en règle générale en fonction de la valeur du marché.

Trois cas de figure sont à distinguer :

- Les marchés conclus sans publicité ni mise en concurrence ;
- Les marchés conclus dans le cadre d'une procédure adaptée ;
- Les marchés conclus dans le cadre d'une procédure formalisée.



Important : Les seuils ci-dessus sont révisés tous les deux ans au niveau de l'Union européenne. Les seuils actuels couvrent la période 2024-2025.

Les marchés sans publicité ni mise en concurrence

La valeur du marché est inférieure à 40.000 euros HT, l'acheteur peut donc conclure un marché de gré à gré, sans publicité ni mise en concurrence préalables, avec l'opérateur économique de son choix.

Important : Le seuil de 40.000 euros HT est relevé à 100.000 euros HT pour les achats de travaux, fournitures ou services innovants.

Conseil : Il sera plus facile pour une entreprise proposant une solution innovante de se positionner sur un marché dont la conclusion n'est pas soumise à des obligations de publicité et de mise en concurrence préalables.

En effet, en dessous de 40.000 euros HT, voire 100.000 euros HT, le marché peut être conclu directement avec l'acheteur, sans aucune procédure, voire formalisme (sauf cas dans lequel l'acheteur fait le choix de s'imposer des règles plus strictes).

L'acquisition de la solution innovante peut donc se faire directement.

Un marché peut également être conclu sans publicité ni mise en concurrence préalables en raison de certaines circonstances comme, par exemple :

- En cas de situation d'urgence impérieuse résultant de circonstances extérieures que l'acheteur ne pouvait prévoir (exemples : l'épidémie du Covid-19, une catastrophe naturelle) ;
- Lorsque la procédure de passation initiale s'est révélée infructueuse ;
- Les prestations ne peuvent être fournies que par un opérateur déterminé pour des raisons techniques ou de l'existence de droits d'exclusivité, notamment de droits de propriété intellectuelle.



Pour en savoir plus : Article L.2122-1 du Code de la commande publique



Important : La seule production d'un certificat d'exclusivité ne suffit pas à démontrer l'existence de droits d'exclusivité. Il faut également justifier de raisons techniques rendant indispensable l'attribution du marché à une entreprise déterminée.

Les marchés à procédure adaptée

La valeur du marché est supérieure à 40.000 euros HT et inférieure aux seuils de procédure formalisée, l'acheteur doit mettre en place une mise en concurrence mais il définit librement ses conditions (MAPA) .



Pour en savoir plus : Articles L. 2123-1 du Code de la commande publique

L'acheteur doit en revanche veiller à ce que les conditions de la mise en concurrence soient adaptées à l'objet du contrat ou au secteur concerné.

Les procédures formalisées

La valeur du marché est supérieure aux seuils de procédure formalisée, l'acheteur est dans l'obligation d'organiser une procédure formalisée :

- La procédure d'appel d'offres (ouvert ou fermé) ;
- La procédure avec négociation ;
- Le dialogue compétitif.



Pour en savoir plus : Articles L. 2124-1 et suivants du Code de la commande publique



Important : Pour les pouvoirs adjudicateurs, il est possible d'avoir recours à la procédure avec négociation ou au dialogue compétitif dans des cas précis énumérés au Code de la commande publique.

Par exemple, lorsque le besoin ne peut être satisfait sans adapter des solutions immédiatement disponibles ou lorsque le besoin qui consiste en une solution innovante (travaux, fournitures ou services nouveaux ou sensiblement améliorés réalisés avec de nouveaux procédés de production ou de construction) ; ou encore lorsque le marché comprend des spécifications techniques qui ne peuvent pas être précisément mesurées par le pouvoir adjudicateur.

Il est courant que les acheteurs engagent ce type de procédure lorsqu'ils veulent acquérir une solution innovante.

Exemple : Recours à la procédure avec négociation pour un marché de conception et d'acquisition d'un logiciel de gestion des données hospitalières.

e. Les obligations de publicité

Selon la valeur du marché, l'acheteur doit informer les opérateurs économiques du lancement de la procédure d'attribution du marché.

Pour les marchés dont la valeur est la plus importante, l'acheteur doit publier un avis de marché au Bulletin officiel des annonces des marchés publics (BOAMP) et au Journal Officiel de l'Union européenne (JOUE).

Pour les marchés dont la valeur est moins importante, l'acheteur doit publier son annonce dans un journal d'annonces légales (presses nationales, presses régionales, presses spécialisées).

Objet du marché	Publicité obligatoire	non	Publicité libre ou adaptée	Publicité au BOAMP ou dans un JAL	Publicité au BOAMP et au JOUE
Fournitures et services	En dessous de 40.000 euros	de	De 40.000 euros jusqu'à 89.999,99 euros	De 90.000 euros jusqu'à 220.999,99 euros	À partir de 221.000 euros
Travaux	En dessous de 40.000 euros	de	De 40.000 euros jusqu'à 89.999,99 euros	De 90.000 euros jusqu'à 5.537.999,99 euros	À partir de 5.538.000 euros



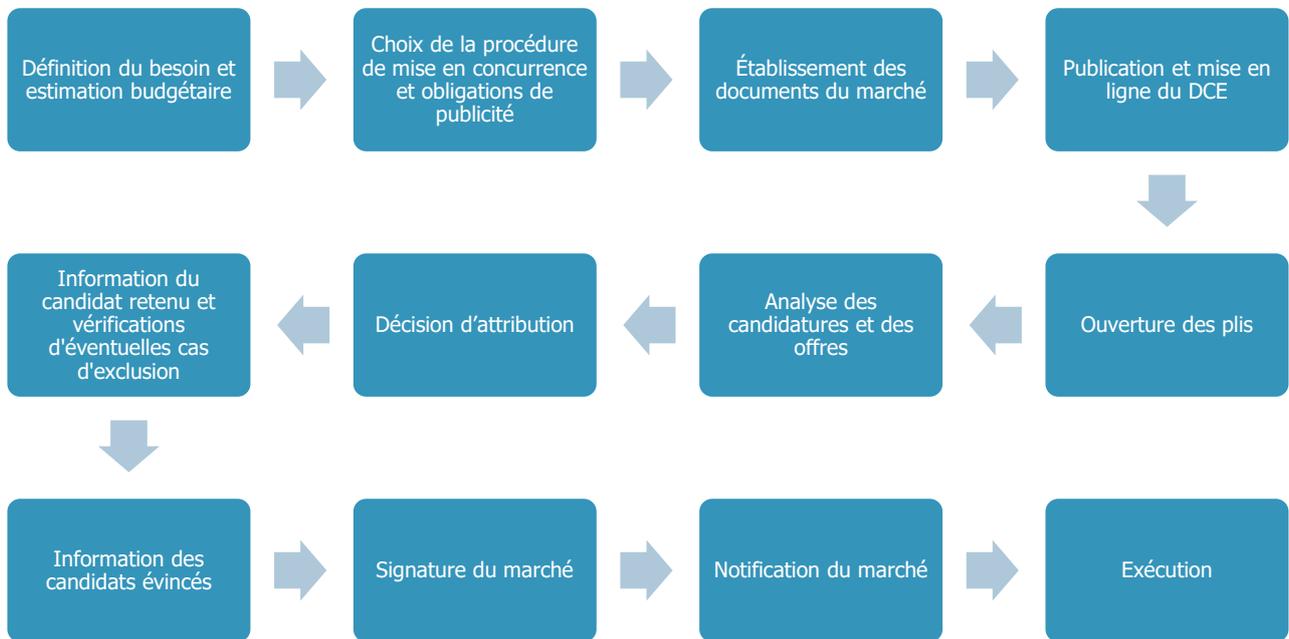
Important : Le site boamp.fr diffuse les avis de marché nationaux et européens, les avis de concession, les avis d'attribution, contrats de partenariat public-privé et des avis divers lancés par l'État, l'armée, les collectivités territoriales et leurs établissements publics.



Conseil : Il peut être pertinent de mettre une place une veille sur les différents sites (JOUE, BOAMP).

Pour les entreprises innovantes, dont la taille se prête plus à des « petits » marchés et à des missions localement, la mise en place d'une veille dans la presse régionale ou dans des revues spécialisées est recommandée.

f. Chronologie d'une procédure de passation d'un marché



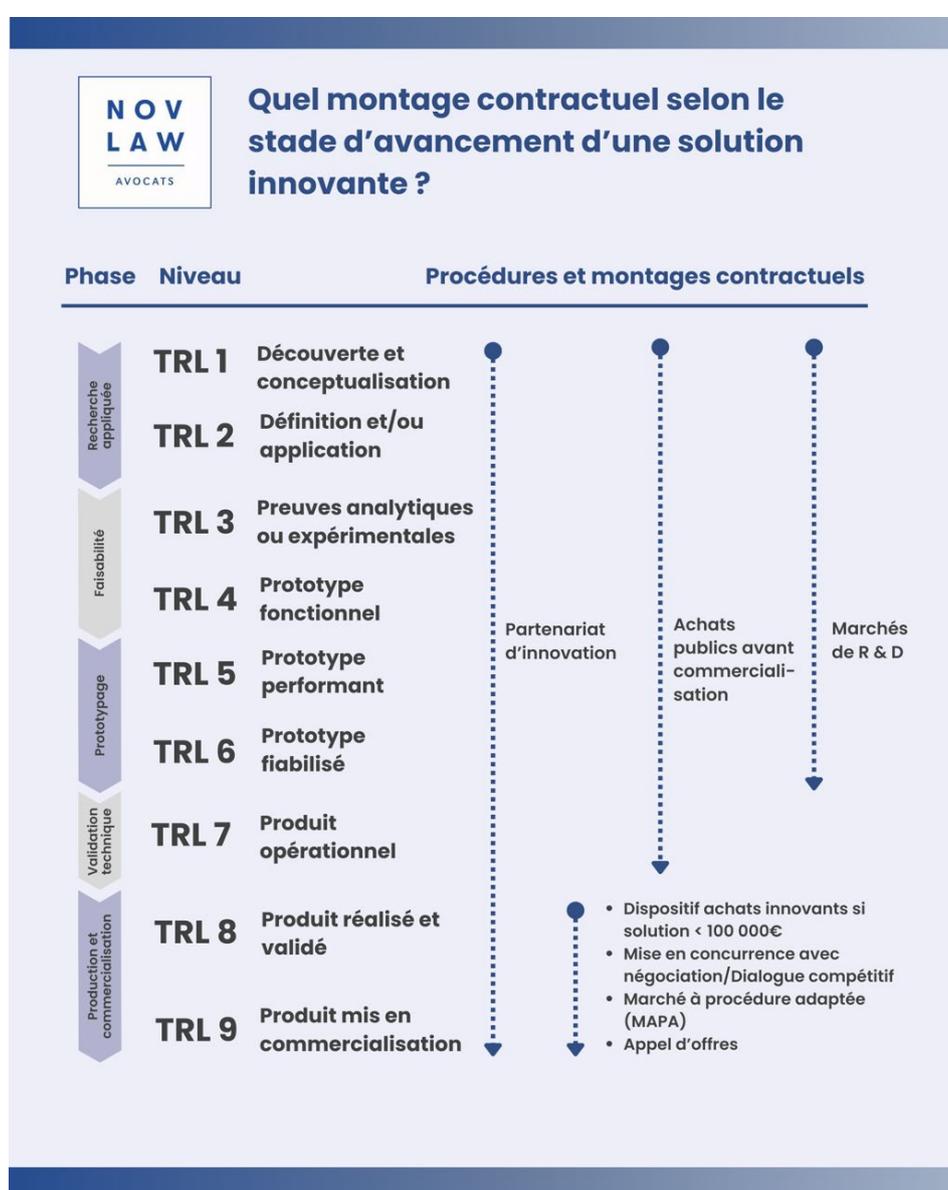
Important : Les étapes de la procédure, en particulier les délais minimums pour remettre les candidatures et offres, vont varier selon la nature de la procédure.

Ces étapes et le déroulement de la procédure doivent obligatoirement figurer dans le règlement de la consultation.

3. Les principaux contrats favorables à l'innovation

Le cadre juridique des marchés publics « classiques » peut s'avérer peu adapté à l'innovation, notamment lorsque la solution est en phase de recherche et développement ou que, pour que l'acheteur l'acquière, la solution nécessiterait des développements qui vont au-delà de la simple adaptation au besoin de l'acheteur.

Schéma : Quel contrat choisir selon la maturité et le stade d'avancement d'une solution innovante ?



a. Le marché public innovant

L'acheteur peut conclure un marché négocié portant sur des travaux, des fournitures et des services innovants, d'une valeur inférieure à 100.000 euros HT, sans publicité ni mise en concurrence préalables.

L'acheteur peut également conclure des lots « innovants » concernant des fournitures ou des services innovants, dont le montant est inférieur à 80.000 euros HT et concernant des travaux innovants, dont le montant est inférieur à 100.000 euros HT.

Cependant, le montant cumulé des « lots innovants » ne doit pas excéder 20 % de la valeur totale estimée de tous les lots.

L'acheteur doit dans tous les cas veiller à choisir une offre pertinente, à faire une bonne utilisation des deniers publics et à ne pas contracter systématiquement avec un même opérateur économique lorsqu'il existe une pluralité d'offres susceptibles de répondre au besoin.



Pour en savoir plus : Article R. 2122-9-1 du Code de la commande publique

Le recours au marché innovant est conditionné au caractère innovant des travaux, fournitures ou services objet du marché.

La solution innovante doit être disponible sur le marché (commercialisable ou commercialisée).

Le marché innovant constitue un moyen facilité d'accès à la commande publique aux entreprises innovantes puisque le contrat est conclu sans publicité ni mise en concurrence.



Conseil : L'entreprise innovante peut librement proposer sa solution innovante à l'acheteur. Il peut être opportun pour l'entreprise d'établir en amont le caractère innovant de sa solution, preuves à l'appui, afin de démontrer à l'acheteur qu'elle peut être acquise via ce dispositif.

Exemples de marchés publics innovants :

Solution de borne de recharge de véhicules par le Commissariat des Armées, Artois mobilité et la Préfecture de la Nièvre (source) ;

Outil de pilotage des piscines publiques (source) ;

Semences de végétal local par Bordeaux Métropole (source) ;

Masques écoresponsables produits en circuit court par Bordeaux Métropole (source) ;

Joints de dilatation innovants par le Département du Nord (source) ;

Revêtement de sol innovant par le Département du Nord (source) ;

Enrobé routier écologique par le Département de Loire-Atlantique (source).

Avantages et inconvénients du marché innovant pour l'entreprise innovante

Avantages du marché innovant	Inconvénients du marché innovant
Conclusion d'un marché directement, sans mise en concurrence Cadre souple (pas le formalisme des procédures « classique ») Accès facilité à la commande publique	Montant limité à 100.000 euros HT Difficulté à poursuivre le marché au-delà de 100.000 euros HT (sauf à remettre en concurrence) Objet limité à l'acquisition d'une solution innovante (pas de R&D, uniquement des adaptations)

b. Le marché de R&D

Le marché de R&D porte sur l'acquisition de services relatifs à la recherche et développement pour lesquels l'acheteur n'acquiert pas la propriété exclusive des résultats ou ne finance pas entièrement la prestation.



Pour en savoir plus : Article L. 2512-5 du Code de la commande publique

La R&D regroupe l'ensemble des activités relevant de la recherche fondamentale, de la recherche appliquée et du développement expérimental, y compris la réalisation de démonstrateurs technologiques et à l'exception de la réalisation et de la qualification de prototypes de préproduction, de l'outillage et de l'ingénierie industrielle, de la conception industrielle et de la fabrication.

Les démonstrateurs technologiques sont les dispositifs visant à démontrer les performances d'un nouveau concept ou d'une nouvelle technologie dans un environnement pertinent ou représentatif.

Le marché de R&D ne porte pas sur le développement opérationnel ou industriel d'une solution innovante ou son acquisition.

Le marché de R&D peut être conclu sans publicité ni mise en concurrence dès lors que soit l'acheteur n'acquiert pas la propriété exclusive des résultats ; soit il ne finance pas entièrement la prestation. En principe, la réalisation de prototypes de préproduction, de l'outillage et de l'ingénierie industrielle, ou encore de la conception industrielle et de la fabrication, doit faire l'objet d'un nouveau contrat.



Important : En pratique, le marché de R&D peut revêtir une autre appellation : convention de R&D, convention d'expérimentation.

Avantages et inconvénients du marché de R&D pour les entreprises innovantes :

Avantages du marché de R&D	Inconvénients du marché de R&D
<p>Conclusion d'un marché directement, sans mise en concurrence, quel que soit le montant (sous conditions)</p> <p>Cadre souple (pas le formalisme des procédures « classique »)</p> <p>Possibilité de bénéficier de l'expertise et des cas d'usage du secteur public</p> <p>Possibilité de valoriser les travaux de recherche (dépôt de brevet, poursuite du développement).</p>	<p>Conditions de recours strictes</p> <p>Objet limité : Ne porte que sur des activités de R&D</p> <p>Conclusion d'un nouveau contrat pour le développement opérationnel et industriel d'une solution innovante</p> <p>Pas d'acquisition directe de la solution innovante (en fonction de sa valeur)</p> <p>Possible remise en concurrence du titulaire du marché de R&D (attention à la protection des droits de propriété intellectuelle)</p>

c. L'achat public avant commercialisation

L'Achat Public Avant Commercialisation (APAC) a le même objet que le marché de R&D, mais il permet de poursuivre à un stade plus avancé que dans un marché de R&D.

L'APAC intègre une phase d'industrialisation via la réalisation notamment d'un démonstrateur en environnement opérationnel.

L'APAC ne porte pas sur le développement opérationnel ou industriel d'une solution innovante ou son acquisition.



Pour en savoir plus : Communication UE, 14 déc. 2007, COM/2007/0799 final, communication de la Commission européenne – Achats publics avant commercialisation : promouvoir l'innovation pour assurer des services publics durables et de qualité en Europe.

Comme pour le marché de R&D, la conclusion de l'APAC n'est pas soumise à des obligations de publicité et de mise en concurrence, dès lors que soit les résultats sont partagés entre l'acheteur et son cocontractant ; soit le financement est partagé entre ces derniers.

Avantages et inconvénients de l'APAC pour les entreprises innovantes :

Avantages de l'APAC	Inconvénients du marché de l'APAC
<p>Conclusion d'un contrat directement, sans mise en concurrence, quel que soit le montant (sous conditions)</p> <p>Cadre souple (pas le formalisme des procédures « classique »)</p> <p>Possibilité de bénéficier de l'expertise et des cas d'usage du secteur public</p> <p>Possibilité de valoriser les travaux de recherche (dépôt de brevet, poursuite du développement).</p>	<p>Conditions de recours strictes</p> <p>Objet limité : Ne porte que sur des produits à des fins de recherche, d'expérimentation, d'étude ou de développement</p> <p>Conclusion d'un nouveau contrat pour le développement opérationnel et industriel d'une solution innovante</p> <p>Pas d'acquisition directe de la solution innovante (en fonction de sa valeur)</p> <p>Possible remise en concurrence du titulaire du marché de R&D (attention à la protection des droits de propriété intellectuelle)</p>

d. Le marché d'expérimentation

Un pouvoir adjudicateur peut conclure un marché sans publicité ni mise en concurrence préalables ayant pour objet l'achat de produits fabriqués uniquement à des fins de recherche, d'expérimentation, d'étude ou de développement, sans objectif de rentabilité ou d'amortissement des coûts de recherche et de développement.



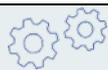
Pour en savoir plus : Article R. 2122-10 du Code de la commande publique

Avantages et inconvénients du marché d'expérimentation pour les entreprises innovantes :

Avantages du marché de R&D	Inconvénients du marché de R&D
<p>Conclusion d'un marché directement, sans mise en concurrence, quel que soit le montant (sous conditions)</p> <p>Cadre souple (pas le formalisme des procédures « classique »)</p> <p>Possibilité de bénéficier de l'expertise et des cas d'usage du secteur public</p> <p>Possibilité de valoriser les travaux de recherche (dépôt de brevet, poursuite du développement).</p>	<p>Conditions de recours strictes</p> <p>Objet limité : Ne porte que sur des produits à des fins de recherche, d'expérimentation, d'étude ou de développement</p> <p>Conclusion d'un nouveau contrat pour le développement opérationnel et industriel d'une solution innovante</p> <p>Pas d'acquisition directe de la solution innovante (en fonction de sa valeur)</p> <p>Possible remise en concurrence du titulaire du marché de R&D (attention à la protection des droits de propriété intellectuelle)</p>

e. Le partenariat d'innovation

Le partenariat d'innovation est un marché qui a pour objet la recherche et le développement de produits, services ou travaux innovants ainsi que l'acquisition ultérieure des produits, services ou travaux en résultant et qui répondent à un besoin ne pouvant être satisfait par l'acquisition de produits, services ou travaux déjà disponibles sur le marché.



Pour en savoir plus : Article L. 2172-3 du Code de la commande publique



Important : Le partenariat d'innovation est une forme de marché et est en partie régi par les mêmes règles, notamment en matière de passation. En fonction de sa valeur, la conclusion du partenariat d'innovation sera soumise à des obligations de publicité et de mise en concurrence plus ou moins importantes.

Le partenariat d'innovation confie au titulaire, sélectionné à l'issue d'une procédure de publicité et de mise en concurrence, la recherche et développement pour aboutir à une solution innovante, et l'acquisition de cette solution par l'acheteur.

L'acheteur ne peut avoir recours au partenariat d'innovation que si aucune solution déjà disponible sur le marché ne répond à son besoin.

Exemples de partenariats d'innovation :

Sécurisation de l'appli Carte Vitale, par le GIE SESAME VITALE ([source](#)) ;

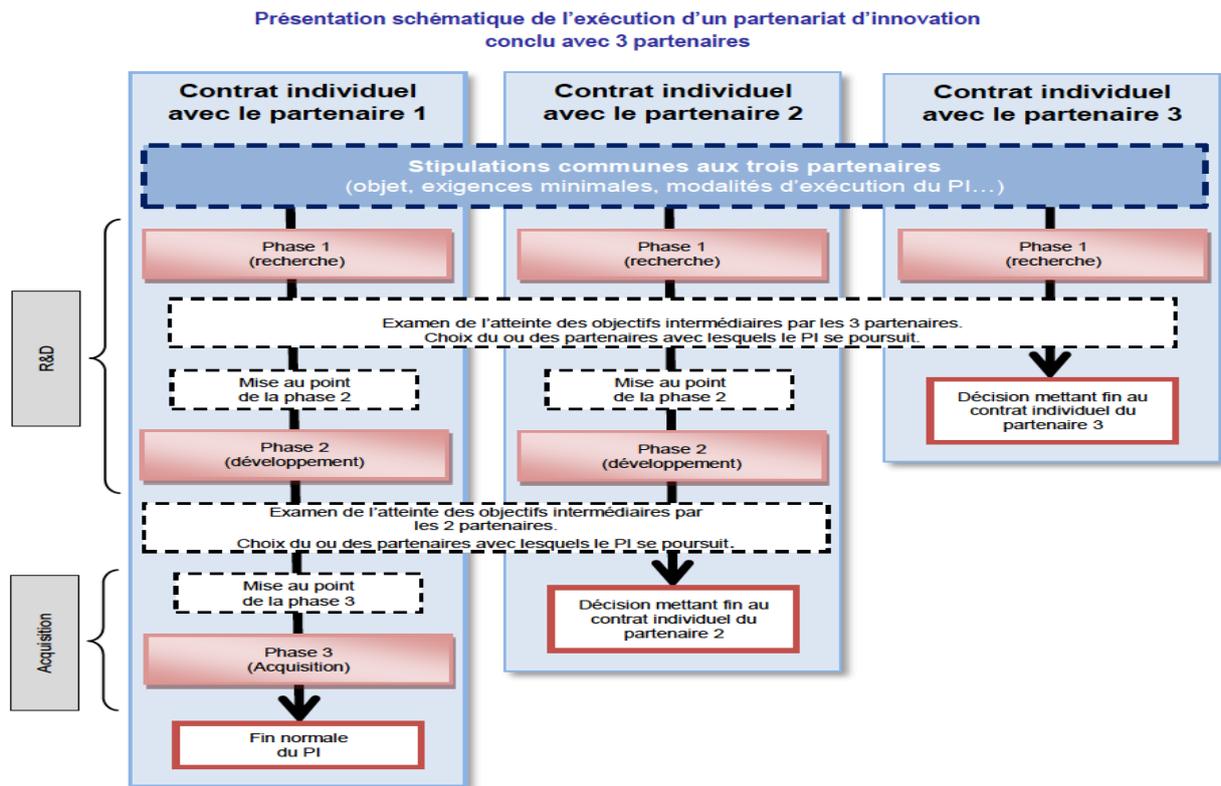
Développement d'une technique de surveillance des câbles de précontrainte de l'ouvrage du Pont de Normandie ([source](#)) ;

Co conception des postes d'aiguillage du futur, SNCF ([source](#)).

Avantages et inconvénients du partenariat d'innovation pour les entreprises innovantes :

Avantages du partenariat d'innovation	Inconvénients du partenariat d'innovation
<p>Partenariat de long terme avec l'acheteur incluant la R&D et l'acquisition de la solution innovante</p> <p>Codéveloppement d'une solution innovante avec le secteur public</p> <p>Acquisition de la solution innovante sans remise en concurrence du partenaire</p> <p>Possibilité de valoriser les travaux de recherche et la solution (dépôt de brevet, commercialisation).</p>	<p>Conditions de recours strictes</p> <p>Partenariat attribué à l'issue d'une procédure de mise en concurrence</p> <p>Contrat de long terme pouvant nécessiter un investissement matériel, financier conséquent.</p>

Exemple du déroulement d'un partenariat d'innovation :



Source : Fiche de la DAJ

4. Les termes clés

Accord-cadre

Un accord-cadre est une technique d'achat public.

Il permet à l'acheteur de présélectionner un ou plusieurs titulaires à qui il envisage de commander des prestations, pendant une période donnée. Lorsque l'accord-cadre fixe toutes les stipulations contractuelles, il donne lieu à la conclusion de bons de commande ; à l'inverse, lorsqu'il ne fixe pas toutes les stipulations contractuelles, il donne lieu à la conclusion de marchés subséquents.



Pour en savoir plus : Article L. 2125-1 du Code de la commande publique

Acheteur

L'acheteur désigne les personnes qui sont soumises au Code de la commande publique.

La conclusion de leurs contrats doit respecter les règles prévues par ce dernier. L'acheteur regroupe les pouvoirs adjudicateurs qui comprennent principalement les personnes morales de droit public (État, collectivités territoriales ou encore groupements de collectivités territoriales) ; et les entités adjudicatrices qui sont des pouvoirs adjudicateurs qui exercent une des activités d'opérateur de réseaux (énergie, eaux, mobilité).



Pour en savoir plus : Articles L1210-1 à L1220-3 du Code de la commande publique

Acte d'engagement

L'acte d'engagement est un document contractuel par lequel le soumissionnaire accepte les conditions et les clauses définies dans les documents constitutifs ou les pièces contractuelles du marché public liant ainsi les parties.

Allotissement

Il s'agit de la division d'un marché en plusieurs sous-ensembles distincts, appelés lots, afin de permettre une répartition des prestations entre plusieurs entreprises et favoriser ainsi la concurrence.

L'allotissement est par principe obligatoire.



Pour en savoir plus : Articles L.2113-10 à L. 2113-11 du Code de la commande publique

Appel à projets

Un appel à projets est un dispositif par lequel une personne publique invite des tiers à présenter des projets qui sont susceptibles de répondre à des objectifs généraux qu'elle a définis, mais ces tiers conservent l'initiative et la liberté du contenu et de la mise en œuvre du projet proposé (ce qui différencie l'appel à projets du marché public).

La contrepartie de la réponse à un appel à projets est généralement constituée par le versement d'une subvention, mais cette subvention ne doit pas être une rémunération de l'opérateur en contrepartie d'une prestation individualisée au profit de l'acheteur, comme évoqué ci-dessus.

Appel d'offres

L'appel d'offres (ouvert ou restreint) est une procédure formalisée par laquelle l'acheteur choisit l'offre économiquement la plus avantageuse, sans négociation, sur la base de critères objectifs préalablement portés à la connaissance des candidats.



Pour en savoir plus : Article L2124-2 du Code de la commande publique

Besoin

Le besoin désigne l'ensemble des attentes et exigences exprimées par un acheteur pour l'acquisition de produits, services ou travaux. Les besoins de l'acheteur peuvent résulter de son fonctionnement propre ou de son activité d'intérêt général.

L'acheteur a une obligation de définir avec précision son besoin afin de permettre aux opérateurs économiques d'avoir une bonne compréhension de celui-ci et des prestations attendues par l'acheteur.

L'acheteur doit préciser son besoin dans les documents du marché, en général dans le cahier des clauses techniques particulières et les opérateurs économiques doivent remettre une offre conforme à ces documents.



Pour en savoir plus : Article L.2111-1 du Code de la commande publique

Cahier des charges

Le cahier des charges détermine les conditions dans lesquelles le marché est exécuté. Il précise notamment les besoins, les exigences et les contraintes de l'acheteur public pour la réalisation des prestations ou la fourniture de biens.

Candidature

Le candidat est un opérateur économique qui demande à participer ou est invité à participer à une procédure de passation. Il s'agit généralement de la phase préalable à l'appréciation des offres.

Concession

Un contrat de concession est un contrat par lequel une autorité concédante confie l'exécution de travaux ou la gestion d'un service à un opérateur économique, à qui est transféré un risque lié à l'exploitation de l'ouvrage ou du service, en contrepartie soit du droit d'exploiter l'ouvrage ou le service qui fait l'objet du contrat, soit de ce droit assorti d'un prix.



Pour en savoir plus : Article L.1121-1 du Code de la commande publique

Co-traitance

La co-traitance est l'opération par laquelle un groupement d'opérateurs économiques exécutent conjointement une partie des prestations du marché conclu avec l'acheteur. Ce type de groupement permet de mutualiser les compétences et les ressources pour répondre à des marchés plus complexes ou plus importants qu'elles ne pourraient pas réaliser seules.

Critères de sélection

Les critères de sélection en marché public sont des éléments d'évaluation utilisés par l'acheteur pour choisir les candidatures et les offres des soumissionnaires.

Ces critères permettent de s'assurer que les entreprises candidates possèdent les capacités techniques, financières, et professionnelles nécessaires pour exécuter le marché.

Les critères doivent être portés à la connaissance des candidats.



Pour en savoir plus : Article R.2152-7 du Code de la commande publique

Égalité de traitement des candidats

Le principe d'égalité de traitement interdit toute pratique discriminatoire de nature à favoriser certains opérateurs concernant notamment par les prestations attendues, la publicité pour faire connaître le besoin, la mise en concurrence des candidats ou encore la façon dont leurs offres sont appréciées.



Pour en savoir plus : Article L.3 du Code de la commande publique

Entité adjudicatrice

Une entité adjudicatrice est un organisme chargé de la passation et de l'attribution de marchés publics, notamment dans les secteurs spéciaux (eau, énergie, transports ou services postaux).



Pour en savoir plus : Article L.1212-1 du Code de la commande publique

Groupement d'entreprises

Un groupement désigne un accord temporaire de plusieurs entreprises qui s'unissent pour répondre à un appel d'offres auquel elles ne peuvent candidater seules (taille du marché trop importante, délais d'exécution impossibles à tenir seule, etc.).

Innovation

Une innovation est une solution, un produit ou un service nouveau ou sensiblement amélioré par rapport à l'existant. L'innovation se caractérise par le fait qu'elle est disponible sur le marché ou sur le point de l'être.



Pour en savoir plus : Manuel d'Oslo de 2018

Libre accès de la commande publique

Ce principe implique que tous les opérateurs intéressés doivent pouvoir proposer leurs services pour répondre au besoin de l'acheteur.



Pour en savoir plus : Article L.3 du Code de la commande publique

Marché public

Un marché est un contrat conclu entre un acheteur soumis au code de la commande publique, avec un opérateur économique, afin de répondre à son besoin en matière de travaux, de fournitures ou de services, en contrepartie du versement d'un prix.



Pour en savoir plus : Article L. 1111-1 du Code de la commande publique

Marché de R&D

Le marché public de R&D a pour objet les services relatifs à la recherche et au développement pour lesquels l'acheteur n'acquiert pas la propriété exclusive des résultats ou ne finance pas entièrement la prestation.



Pour en savoir plus : Article L. 2512-5 du Code de la commande publique

Offre

Une offre est une proposition formulée par un candidat en réponse à une consultation lancée par un acheteur public. L'offre est appréciée selon des critères précis et définis dans le règlement de la consultation.



Pour en savoir plus : Article L2152-7 du Code de la commande publique

Partenariat d'innovation

Le partenariat d'innovation est un marché qui permet à un acheteur de collaborer avec des entreprises innovantes pour développer et acquérir des solutions innovantes non disponibles sur le marché.



Pour en savoir plus : Fiche le partenariat d'innovation ; Article L2172-3 du Code de la commande publique

Pouvoir adjudicateur

Les pouvoirs adjudicateurs sont les personnes morales de droit public, les personnes morales de droit privé qui ont été créées pour satisfaire spécifiquement des besoins d'intérêt général ayant un caractère autre qu'industriel ou commercial ou les organismes de droit privé dotés de la personnalité juridique constitués par des pouvoirs adjudicateurs en vue de réaliser certaines activités en commun.



Pour en savoir plus : Article L.1211-1 du Code de la commande publique

Propriété intellectuelle

La propriété intellectuelle recouvre un ensemble de droits exclusifs (droit d'auteur, brevets, marques...) qui protègent les auteurs/créateurs/innovateurs et leur permettent de décider des utilisations possibles de leurs réalisations et de les valoriser auprès de partenaires.

Recherche et développement (R&D)

La R&D englobe les activités créatives et systématiques entreprises en vue d'accroître la somme des connaissances et de concevoir de nouvelles applications à partir des connaissances disponibles. Elle englobe également la recherche fondamentale, la recherche appliquée et le développement expérimental.



Pour en savoir plus : Manuel de Frascati

Règlement de la consultation

Le règlement de la consultation est un document qui encadre les conditions et modalités de participation à la procédure de passation du marché. Il détaille les règles que les candidats doivent suivre pour présenter leur candidature et leurs offres.

Sourcing

Le sourcing est défini comme la possibilité pour un acheteur d'effectuer des consultations ou réaliser des études de marché, de solliciter des avis ou d'informer les opérateurs économiques du projet afin de préparer un marché public.

Sous-traitance

La sous-traitance est l'opération par laquelle un opérateur économique confie par à un sous-traitant l'exécution d'une partie des prestations du marché conclu avec l'acheteur.

Subvention

Une subvention est une aide financière octroyée par une entité publique à une entreprise pour financer un projet ou une activité d'intérêt général sans contrepartie directe ou prestation de service à l'entité publique qui l'octroie.

Transparence

Le principe de transparence implique que l'acheteur ou l'autorité concédante doit faire connaître la nature de son besoin ainsi que les conditions dans lesquelles il sera procédé à la sélection de l'attributaire du contrat.



Pour en savoir plus : Article L.3 du Code de la commande publique

Variante

Une variante est une proposition alternative soumise par un soumissionnaire de la solution initialement demandée par l'acheteur public dans le cahier des charges. Elle permet à l'entreprise de proposer des solutions techniques différentes, mais qui répondent tout de même aux besoins exprimés. Les variantes visent souvent à améliorer la qualité des prestations, à réduire les coûts ou à offrir des solutions plus innovantes.

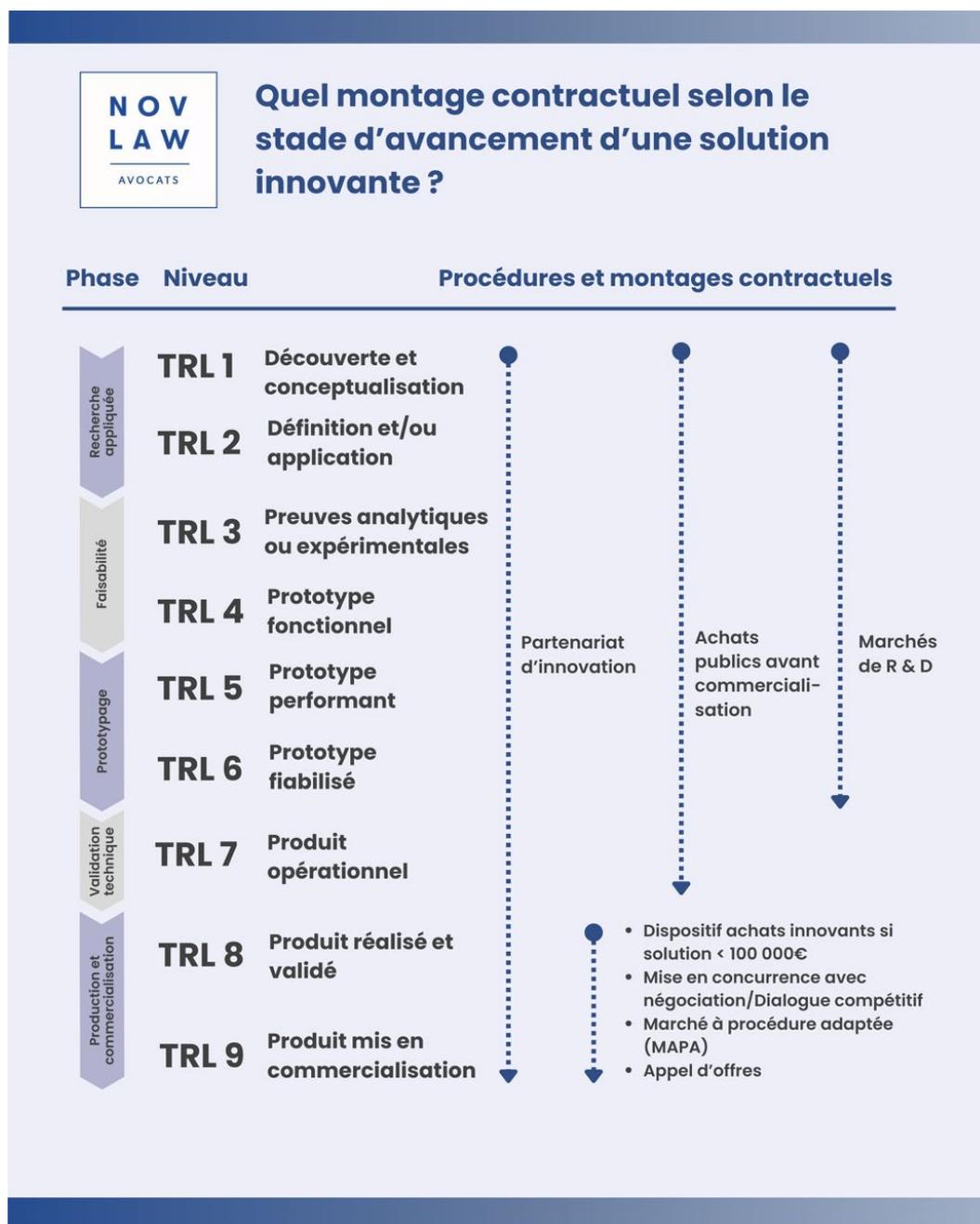
Cependant, les variantes ne sont autorisées que si l'acheteur public l'indique explicitement dans les documents de la consultation.



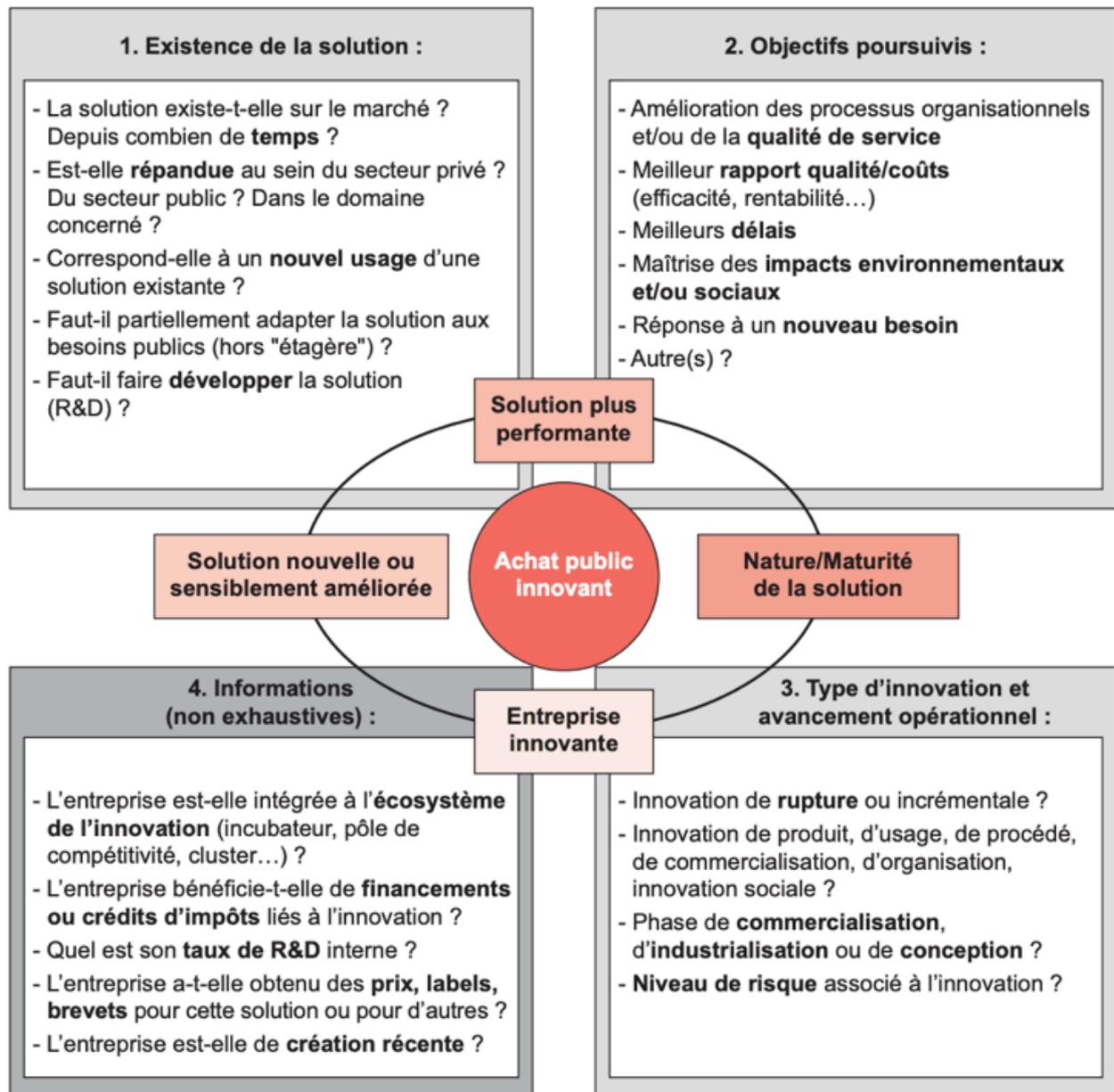
Pour en savoir plus : Articles R. 2151-8 et suivants du Code de la commande publique

5. Annexes

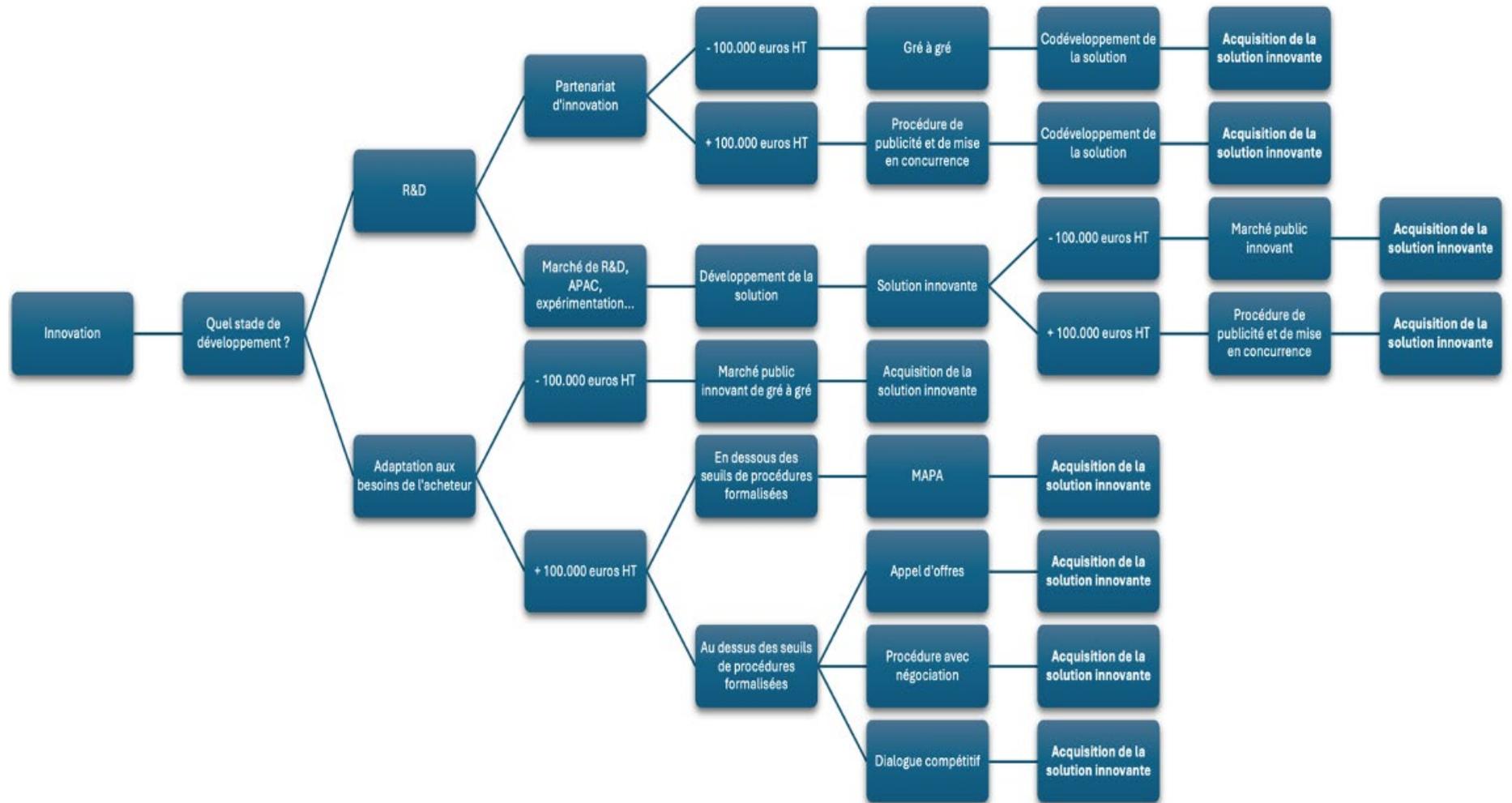
a. Schéma : Maturité de la solution et montage contractuel



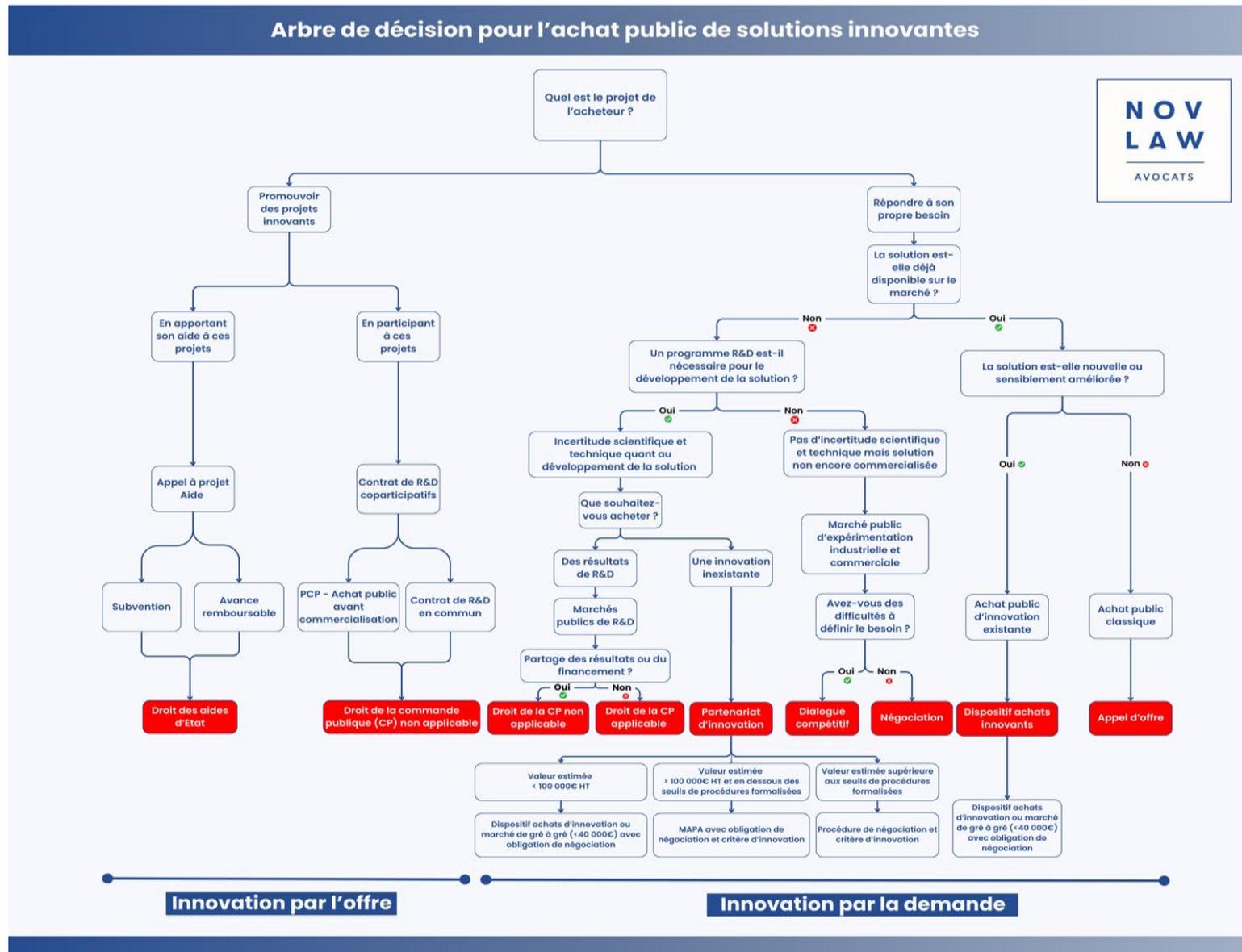
b. La méthode du faisceau d'indices : ma solution est-elle innovante ?



c. Arbre de décision de l'entreprise innovante



d. Arbre de décision de l'acheteur public



Contacts



Éa éco-entreprises

+33 (0)4 42 97 10 15

contact@ea-ecoentreprises.com



Emma BRETEAU

European projects officer

+33 (0) 6 74 60 12 79

emma.breteau@ea-ecoentreprises.com

p5innobroker.eu