

Fiche pratique

# La prospection dans les achats publics

# La prospection : une feuille de route

**Qu'est-ce que la prospection dans les achats publics ?**

Que prévoit la législation ?

**Pourquoi prospecter ?**

**Quand commencer la prospection ?**

**Comment chercher des opérateurs économiques, lesquels contacter ?**

Les principes

Quelles questions poser aux opérateurs économiques prospectés ?

**Comment exploiter les informations obtenues ?**

**« Request For Information » (RFI)**

**Points d'attention pour une bonne prospection**

# Qu'est-ce que la prospection dans les achats publics ?

Il s'agit de rechercher les informations nécessaires sur le (segment de) marché, d'identifier les produits ou services existants, d'identifier des opérateurs économiques/soumissionnaires potentiels et d'évaluer leur capacité à répondre au(x) besoin(s) du pouvoir adjudicateur. Le corollaire d'une phase de prospection sera que le pouvoir adjudicateur a déterminé en amont ses besoins (« expression du besoin »).

## Que prévoit la législation ?

ARTICLE 51 LOI DU 17 JUIN 2016

« Avant d'entamer une procédure de passation de marché, le pouvoir adjudicateur peut réaliser des consultations du marché en vue de préparer la passation du marché et d'informer les opérateurs économiques de ses projets et de ses exigences.

À cette fin, le pouvoir adjudicateur peut, par exemple, demander ou accepter l'avis d'experts indépendants, d'organismes publics ou privés ou d'acteurs du marché.


Les consultations préalables peuvent être utilisées pour la planification et le déroulement de la procédure de passation, à condition qu'elles n'aient pas pour effet de fausser la concurrence et d'entraîner une violation des principes de non-discrimination et de transparence. »

La prospection est donc autorisée pour tout type de procédure.

# Pourquoi prospecter ?

- Pour élargir la concurrence
- Pour confronter le besoin à la réalité du marché
- Pour connaître le marché et ainsi rédiger au mieux le cahier des charges en fonction de l'offre des opérateurs économiques, de la législation en vigueur, des pratiques au niveau de la détermination du prix, des risques...

Le marché public est un moyen, pas une fin en soi. En démarrant une procédure de passation, un pouvoir adjudicateur va acheter des fournitures auprès d'un tiers ou laisser exécuter des travaux ou services par un adjudicataire afin de satisfaire un besoin. Au moyen d'un marché public, l'autorité publique acquiert donc les moyens nécessaires pour la gestion et l'exécution de ses missions d'intérêt général. Il est donc primordial de poser, au travers du cahier spécial des charges, les bonnes questions et les bonnes données aux acteurs du marché afin qu'ils puissent soumissionner de façon adéquate par rapport au(x) besoin(s) exprimé(s).



La prospection est toujours nécessaire mais elle doit être en adéquation avec la complexité technique ou l'importance financière de l'objet de l'acquisition, ainsi que du temps disponible. Une prospection sera également particulièrement indiquée si l'acheteur n'a pas ou très peu de connaissances préalables dans le segment de marché concerné.

## Quand commencer la prospection ?

**De 6 mois à 1 an avant la publication du marché** suivant la complexité de ce dernier et toujours en amont de la rédaction du cahier des charges.

Pour les procédures de faible montant, la prospection peut débuter quelques mois avant les demandes d'offres.

# Comment chercher des opérateurs économiques, lesquels contacter ?

## Comment chercher des opérateurs économiques potentiels ?

- Moteur de recherche internet, réseaux sociaux professionnels, ...
- Associations professionnelles par secteur d'activités (Union Générale Belge du Nettoyage, Association professionnelle des entreprises de gardiennage, ...)
- Salons professionnels (informatique, équipements de protection, mobilier...)
- Contacts via d'autres pouvoirs adjudicateurs
- Annuaire des entreprises
- Une procédure RFI (Request For Information) sur e-notification
- Revues périodiques professionnelles (facility management, fleet management, catering, IT, ...)

## Quels opérateurs économiques contacter ou rencontrer ?

- Contacter ou rencontrer des opérateurs économiques de structures différentes (PME, grands groupes, entreprise d'insertion sociale) afin d'obtenir plusieurs points de vue. Chaque structure a une valeur ajoutée ou des éléments qu'elle mettra en avant au détriment ou en comparaison de ses concurrents
- Contacter les opérateurs économiques dominants sur le marché mais aussi les opérateurs économiques émergents (challengers)
- Contacter des associations professionnelles ou des fédérations

# Les principes

Si vous contactez les opérateurs économiques, veuillez respecter les principes de passation (égalité et non-discrimination transparence et proportionnalité).

- Préparer la rencontre en déterminant clairement au préalable l'objectif de celle-ci. Déterminer les informations qui doivent être obtenues suite à la rencontre.
- Assurer une égalité de traitement dans les informations données aux opérateurs économiques potentiels
- Garder une trace des échanges dans le dossier administratif (mails, compte rendu de réunion ...)
- Rencontrer les opérateurs économiques en binôme acheteur-prescripteur et indiquer que la rencontre se déroule dans le cadre d'une phase de prospection de marché
- Respecter le cadre légal dans l'information qui peut être diffusée :

Informations qui peuvent être diffusées :

- Objet du marché
- Estimation du marché
- Pouvoirs adjudicateurs concernés si marché commun
- Durée du marché

Informations qui **ne doivent pas** être diffusées :

- ~~Clauses techniques du cahier des charges~~
- ~~Prix escomptés des offres~~

# Quelles questions poser aux opérateurs économiques prospectés ?

- Élaborer les spécifications techniques des produits ou services proposés :
  - Expliquer son besoin et demander s'il peut être rencontré par un produit ou service proposé par le opérateur économique
  - Caractéristiques techniques minimales
  - Législation à respecter
- Déterminer le budget :
  - Demander l'ordre de grandeur des prix
- Élaborer le mode de détermination des prix :
  - Éléments constitutifs du prix
  - Variables dans la constitution du prix qui permettent d'obtenir un gain d'efficience
  - Unité (heure, kg, pièce, journée, ...)
- Élaborer les critères de sélection :
  - Chiffre d'affaires de la société sur les 3 dernières années
  - Taille de l'entreprise (PME, grande entreprise)
  - Principaux clients (ne pas hésiter à recouper et croiser les informations)
  - Expérience dans le secteur public et éventuellement privé – références
- Élaborer les critères d'attribution :
  - Délais de livraison ou d'exécution
  - Garantie et service après-vente
  - Politique environnementale sur le produit ou service visé
  - Durée de vie du matériel
  - Rayons d'actions couverts par l'entreprise (régions)
- Élaborer les autres clauses du cahier des charges :
  - Législation en vigueur
  - Droits : propriété intellectuelle, droits d'utilisation
  - Modifications de marché

# Comment exploiter les informations obtenues ?

- Déterminer les opérateurs économiques qui peuvent répondre aux besoins et ceux qui ne le peuvent pas et en analyser les raisons
- Analyser les coûts en fonction des informations des opérateurs économiques et adapter l'estimation et le mode de calcul des prix prévu dans le cahier des charges en fonction
- Adapter les exigences en termes de capacité économique, financière et techniques en fonction des informations obtenues
- Déterminer l'allotissement en fonction de la capacité des opérateurs économiques
- Adapter la durée du marché
- Rédiger des exigences techniques en fonction de son besoin, de manière fonctionnelle et de façon à ce que plusieurs opérateurs économiques potentiels puissent être en mesure de remettre une offre

## « Request For Information » (RFI)

- Le formulaire de publication F52 dans e-notification permet aux acheteurs de publier un formulaire de prospection du marché
- Il nécessite d'avoir déjà avancé dans la préparation du cahier des charges car l'avis de « request for information » doit être complété avec de nombreuses informations telles que la procédure, les conditions de participation etc. Une prospection doit dès lors avoir été menée en amont de cette demande afin de déterminer ces données
- Elle peut être un outil principalement pour les marchés de grande ampleur ou complexe.



# Points d'attention pour une bonne prospection

- Commencer la prospection dès l'apparition du besoin
- Consulter plusieurs acteurs du secteur concerné
- Consulter d'autres pouvoirs adjudicateurs ayant réalisé le même type d'achat, via e-notification (avis d'attribution), pour échanger sur leur expérience et demander leurs conseils
- Adapter le formalisme et le temps consacré à la prospection au degré d'enjeu de l'achat
- Conserver les informations et contacts opérateurs économiques dans un répertoire de prospects par domaine d'activité

## Bonne pratique

### Exemple : cas dans un marché d'imprimés et notamment d'enveloppes

L'organisation utilisait de nombreux types d'enveloppes, de formats et de couleurs différents. La prospection et notamment la rencontre avec divers opérateurs économiques a permis à l'organisation de se rendre compte que les formats d'enveloppes utilisés jusqu'alors ne sont pas standards et donc sont plus coûteux alors que ces formats non standards ne sont pas nécessaires à l'organisation. La prospection a dès lors permis de rationaliser les formats et dès lors de faire des économies.

## Mauvaise pratique

### Exemple : cas dans un marché de fournitures de vêtements de travail

L'organisation souhaitait acquérir des vêtements de travail et avait effectué une étude sur les caractéristiques des tissus. Elle en avait déduit les caractéristiques nécessaires pour obtenir la meilleure qualité pour chaque critère à savoir la résistance du tissu, le grammage, résistance au feu,...Les spécifications techniques ont donc été rédigés afin d'obtenir des tissus pouvant rencontrer ces exigences. Mais, après réception des offres, il s'est avéré que la combinaison des différents critères n'était pas possible et le marché a dû être recommencé. Une dernière prospection en fin d'étude aurait permis de vérifier qu'aucun opérateur économique ne pouvait offrir un tissu combinant l'ensemble des exigences techniques.


# Contact

Des questions ou des remarques  
sur cette fiche pratique ?

Une seule adresse :

[SFA\\_SEC@bosa.fgov.be](mailto:SFA_SEC@bosa.fgov.be)

Août 2021

 FOD Beleid & Ondersteuning  
SPF Stratégie & Appui