

Focus

a. Comment lancer un appel d'offre à faible montant

Un marché public est un contrat à titre onéreux conclut entre un ou plusieurs pouvoirs adjudicateurs et un ou plusieurs opérateurs économiques en vue de l'exécution de travaux, de fournitures de produits ou la prestation de services.

Le but d'un marché public est de faire l'acquisition du ou des meilleurs produits, services ou travaux possibles, au prix commercial le plus intéressant du marché.

Principes généraux communs à tous les marchés publics.

Les principes repris ci-dessous, régis par l'article 5 de la loi du 15 juin 2006 doivent être respectés, peu importe la valeur du marché.

- 01 – **RÈGLES D'ÉGALITÉ** : toutes les informations fournies aux différents prestataires doivent être égales pour tous, et ce compris les conditions d'attribution du marché.
- 02 – **NON-DISCRIMINATION** : tous les opérateurs économiques doivent avoir la même chance de remporter le marché. Ainsi, un pouvoir adjudicateur ne peut pas faire de la discrimination géographique, ni donner plus d'information à un opérateur économique qu'à un autre.
- 03 – **TRANSPARENCE** : tous les opérateurs économiques peuvent, à la demande, recevoir des informations concernant le ou les critères d'attributions du marché et la méthode d'analyse des offres.
- 04 – **CONCURRENCE** : obligation pour le pouvoir adjudicateur de consulter plusieurs opérateurs économiques. Il est conseillé d'en consulter au moins 3. En cas d'impossibilité de mise en concurrence, l'adjudicateur devra veiller à démontrer son choix sur base des éléments objectifs (situation de monopole, exclusivité technique, urgence impérieuse, ...).
- 05 – **PROPORTIONNALITÉ** : le pouvoir adjudicateur ne formule pas d'exigences disproportionnées compte tenu de ses besoins et reste proportionné lorsqu'il prend chacune de ses décisions.
- 06 – **LA DÉFINITION DU MARCHÉ** : celle-ci se fait via la rédaction du cahier spécial des charges.

En outre, le montant du marché devra être estimé pour déterminer le choix de la procédure (marché public à faible montant, procédure ouverte, procédure restreinte, procédure négociée sans publication préalable...).

Focus

Les marchés publics à faible montant

Dans cette fiche, nous traiterons des marchés à faible montant c'est-à-dire inférieurs à 30.000 € HTVA.

Avantage des marchés publics inférieurs à 30.000 euros :

Les marchés publics de faible montant sont soumis à un régime juridique assoupli.

L'offre peut être lancée par téléphone ou mail sans publication d'avis de marché préalable. Le mail sera à privilégier car c'est le pouvoir adjudicateur qui devra, le cas échéant, fournir la preuve de consultation de plusieurs opérateurs économiques à la Cour des comptes.

Cette procédure est très rapide et dure entre 5 jours et 1 mois, le temps de réponse doit être raisonnable pour le retour de l'offre.

Les réglementations/lois qui encadrent les marchés publics à faible montant sont^{(A)(B)} :

- la loi du 17 juin 2016 relative au marchés publics,
- l'arrête royal de 18 avril 2017,
- l'arrêté royal du 14 janvier 2013 peut être rendu applicable mais il n'est pas obligatoire,
- la loi du 17 juin 2013 sur la motivation, l'information et voies de recours,
- le décret wallon du 30 mars 1995 relatif à la publicité de l'administration.

Le processus



En annexe 1, un exemple de cahier des charges prérempli prêt à l'utilisation.

Rédaction du cahier spécial des charges

Ci-dessous, quelques informations que vous devez indiquer dans votre cahier spécial des charges. Vous détenez ces informations grâce au travail préalable que vous avez fourni lors de la réflexion menée pour planifier votre projet de communication.

- 01 – Contexte institutionnel du ou des pouvoirs adjudicateurs.
- 02 – Objet de l'appel d'offre.
- 03 – Ce qui est demandé au soumissionnaire.
- 04 – Ce que le devis doit comprendre.
- 05 – Objectifs du projet de communication.
- 06 – Identité graphique du projet ou une idée qui se rapproche le plus de ce que vous souhaitez obtenir.
- 07 – Retro-planning et durée du marché.
- 08 – Critères de sélection et d'attribution.
- 09 – Délai de paiement.

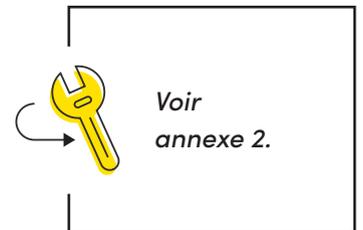
FOCUS



Faites un briefing entre toutes les parties prenantes du projet afin de transmettre une demande claire et concise aux agences auxquelles vous faites appel. Ce briefing doit être clair et concis, et décrire précisément votre projet. Écrivez tous les éléments qui vous semblent utiles à savoir sur votre projet, votre organisme, le contexte, les orientations graphiques (si vous avez déjà une idée), vos souhaits et/ou éventuellement donner des exemples illustrant ces derniers. Plus ces informations seront claires, plus les agences seront à même de répondre de façon adaptée.

Les critères d'attribution et le choix du soumissionnaire

Le choix du soumissionnaire, c'est-à-dire, la motivation d'attribution du marché, devrait se faire en lien avec les critères d'attribution définis dans votre cahier spécial des charges. Le rapport d'attribution de marché est à remplir pour motiver l'attribution du marché aux opérateurs économiques sollicités.



Motiver votre décision n'est pas obligatoire selon la loi, mais remplir ce rapport vous permettra de garder une trace de la régularité du marché. En effet, ce sera au pouvoir adjudicateur de prouver la régularité du marché en cas de contrôle de la Cour des comptes, mais aussi au cas où un opérateur économique vous demanderait de justifier votre choix d'attribution. De plus, dans le cas où les critères d'attribution ne sont pas mentionnés dans le cahier de charges, vous serez obligé de prendre l'offre la moins chère mais pas forcément la plus adaptée pour votre projet.

Quelques conseils

- Les projets de communication en promotion de la santé se faisant souvent en collaboration avec plusieurs pouvoirs adjudicateurs, pensez tout d'abord à bien définir le processus de travail entre les différentes parties prenantes. Pensez à définir la place et le poids de décision de chaque membre. Qui détermine l'objet du marché? Qui définit les critères d'attribution? Qui prend la décision d'attribution de marché? Cette dernière est-elle partagée par vote égalitaire ou distinct?

Focus

Contractualisation

Le contrat entre le pouvoir adjudicateur et le soumissionnaire d'un marché à faible montant peut se faire de deux manières:

- **SUR SIMPLE FACTURE ACCEPTÉE:** cette procédure est simple et rapide. Elle est à conseiller dans le cas d'achat de fournitures, comme par exemple l'impression d'affiches, brochures, flyers... pour une campagne de communication. Dans ce cas, un simple mail pourrait servir de cahier des charges et être envoyé à plusieurs opérateurs économiques pour demander un devis selon le type de papier et les formats souhaités.
- **PAR DEMANDE D'OFFRES PAR ÉCRIT:** cette procédure vous prendra un peu plus de temps. Elle est conseillée dans les marchés d'achats d'un ou des services. Ici, le cahier des charges devra être le plus complet possible pour vous permettre non seulement d'obtenir des offres avec un bon rapport qualité-prix, mais aussi afin d'obtenir des offres qui correspondent à vos besoins. Dans l'idéal vous devrez également rédiger un document synthétisant les conditions du marché.

Dans les deux cas, le paiement du marché devra se faire après 30 jours calendrier à compter de la fin totale ou partielle de la fin du service. Le paiement se fait donc une fois que le service a été presté et jamais avant.

Quid des **espaces publicitaires gratuits** ?

Ci-dessous, se trouvent quelques mentions incontournables à ajouter dans votre cahier spécial des charges quand celui-ci s'inscrit dans le cadre d'une demande d'obtention d'espaces publicitaires gratuits.

- La diffusion des spots se fera dans le cadre des espaces gratuits pour les campagnes d'éducation pour la santé (*Arrêté du 18 janvier 1995 du Gouvernement de la Communauté française (M.B. 19/04/1995) – Décret du 03 avril 2014 et 6e Réforme de l'État : la Wallonie et la COCOF deviennent compétentes en promotion de la santé*).
- L'objet du présent marché comprend la réalisation d'une ou plusieurs vidéos de 30 secondes maximums y compris les signatures obligatoires comprises en fin de spot (*environ 4 secondes*). Le projet est proposé dans le cadre de l'octroi des espaces gratuits en promotion de la santé.

- Certains critères sont à prendre en compte pour des projets qui s’inscrivent dans une demande d’octroi d’espaces publicitaires gratuits en Fédération Wallonie-Bruxelles. Le ton du message et l’accroche visuelle doivent être :
 - non culpabilisant,
 - non injonctif,
 - non stigmatisant,
 - positif et dédramatisant (ne pas être négatif ou jouer sur la peur).
- Le droit de diffusion pour 1 à 2 année(s): X X.
- Les délais pour la réalisation et la diffusion
 - La réalisation devrait avoir lieu durant la période du X du X au X du X, pour pouvoir soumettre le produit fini à la commission d’avis vers la fin du X du X. La diffusion de spots devrait avoir lieu le X du X, après l’avis positif de la Commission et après l’accord officiel des Ministres fonctionnels en charge de la Promotion de la Santé (COCOF et Wallonie) et du/de la Ministre en charge des Médias (Fédération Wallonie-Bruxelles).
- Les scénarios proposés devront être retravaillés ou affinés par le ou les pouvoirs adjudicateurs concernés, en fonction des modifications demandées par la Commission d’avis pour l’octroi d’espaces gratuits.
- Le présent appel à la concurrence ne sera attribué que sous réserve de l’obtention d’un avis favorable à la réalisation du/des spot(s), de la Commission d’avis des campagnes radiodiffusées en promotion de la santé.
- Le calendrier de production pourra être revu en concertation avec le soumissionnaire en fonction du cheminement administratif du dossier proposé dans le cadre des espaces publicitaires gratuits (subvention, avis de la Commission des campagnes radiodiffusées en promotion de la santé).

Points d’attention quand on communique en promotion de la santé

Communiquer sur la santé, c’est communiquer sur une valeur forte sur le plan social et, simultanément, faire intrusion dans la sphère privée de chacun, parfois déranger une vision du monde ou un mode de vie. Cette communication est d’autant plus délicate qu’elle peut paraître intru-

FOCUS

sive, normative et aller contre la liberté des individus. De ce fait, la communication devrait donc s'appuyer sur quelques règles de base ou principes « éthiques » qui constituent en quelque sorte les critères de bonne pratique spécifiques à la communication en santé. À savoir :

- 01 – ne pas inquiéter, pour éviter le rejet du message ;
- 02 – ne pas stigmatiser (notamment les comportements individuels à risque),
- 03 – ne pas marginaliser,
- 04 – ne pas culpabiliser ;
- 05 – travailler sur les inégalités sociales ou ne pas les creuser
- 06 – ne pas imposer une norme sociale, par exemple en opposant « bons » et « mauvais » comportements ;
- 07 – ne pas informer sur les risques sans proposer des solutions (moyens de prévention) ;
- 08 – respecter le choix de chacun ;
- 09 – inciter à la réflexion, à la remise en question, pour amener les destinataires du message à construire une réflexion qui leur est propre et respecter leur autonomie, leurs croyances et leur responsabilité ;
- 10 – tenir compte des inégalités d'accès à l'information, des inégalités sociales de santé, des codes culturels ;
- 11 – soutenir et accompagner le changement, c'est-à-dire donner, autant que faire se peut, les moyens d'agir, de mettre les conseils en pratique, par exemple en renvoyant vers un dispositif d'aide à distance ou vers un professionnel de santé ;
- 12 – accompagner les campagnes grand public (nationales ou régionales) d'un volet local pour les professionnels de santé en donnant aux acteurs de terrain les moyens de se réapproprier les messages ;
- 13 – favoriser des messages et images globalement encourageants, positifs (tout en restant réaliste), valorisants, rassurants...



Question Santé peut vous fournir, en fonction de votre thématique de travail, un listing de graphistes, illustrateurs et webdesigners habitués à travailler sur des campagnes de promotion de la santé en Belgique francophone.

Faites-en la demande via email à l'adresse info@questionsante.org

Focus

Références

- (A) – Portail wallonie guide des institutions. Les marchés publics de faible montant [Internet]. [cité le 1 Oct 2020]. Disponible sur: <https://marchespublics.wallonie.be/files/FD MP faible montant version finalisée.pdf>
- (B) – EBP Consulting. Les règles applicables aux marchés constatés sur simple facture acceptée - ebp-consulting [Internet]. [cité le 1 Oct 2020 Oct]. Disponible sur: <https://ebpconsulting.be/fr/passation/les-regles-applicables-aux-marches-constates-sur-simple-facture-acceptee/>
- (C) – Public Procurement. Marchés publics | [Internet]. [cité le 8 Oct 2020]. Disponible sur: <https://www.publicprocurement.be/fr>



FOCUS



– ANNEXE 01 Cahier des charges

Ce modèle est non exhaustif et devra être adapté aux pratiques propres à chacun.

APPEL D'OFFRES

Titre – Objet du marché

Pouvoir adjudicateur	Nom du pouvoir adjudicateur Forme juridique Adresse Code postal Téléphone Mail Site internet N° d'entreprise N° de compte bancaire RPM : Tribunal de l'entreprise de X TVA si assujetti
Procédure	Procédure négociée sans publication préalable
Objet du marché	Appellation
Délai de dépôt des offres	Date
Adresse mail de dépôt des offres	Adresse mail

1. Législation

Le présent marché est un marché de services passé par procédure négociée sans publication préalable¹ et de faible montant. Ce dernier point implique que :

« Les marchés dont le montant estimé est inférieur à 30.000 euros (HTVA) sont uniquement soumis :

1° aux dispositions du titre 1^{er}, à l'exception des articles 12 et 14 ;

2° aux dispositions relatives au champ d'application *ratione personae* et *ratione materiae* visé au chapitre 1^{er} du titre 2.

Ces marchés peuvent être conclus par facture acceptée. »²

Les règles générales d'exécution des marchés publics³ ainsi que les procédures de passation des marchés publics dans les secteurs classiques⁴ sont également d'application.

2. Pouvoir adjudicateur

¹ Article 42, §1er, 1°, a ; de la loi du 17 juin 2016, relative aux marchés publics.

² Article 92 de la loi du 17 juin 2016, relative aux marchés publics.

³ Article 44 de l'arrêté royal du 14 janvier 2013.

⁴ Articles 6, 7 et 124 de l'arrêté royal du 18 avril 2017.



FOCUS

3. Présentation du projet / Contexte de la demande

4. Objet de la demande

4.1. Description de la demande

- 4.1.1. Objectifs
- 4.1.2. Formats et contenus
- 4.1.3. Publics cibles
- 4.1.4. Charte graphique et esprit du projet

4.2. Réunions

4.3. Négociations

Dans l'éventualité où des négociations seraient envisagées pour les offres reçues, celles-ci ne porteront en aucune façon sur les exigences minimales mentionnées dans le présent document.

En cas d'erreur ou d'omission dans le présent cahier des charges et rendant impossible l'établissement de prix et/ou la comparaison des offres reçues, le soumissionnaire les signalera par écrit (courrier ou mail) au pouvoir adjudicateur.

4.4. Critères de sélection et d'attribution du marché

Dans le cadre du présent marché, les critères de sélection des soumissionnaires sont les suivants (exemples de critères de sélection) :

- la **forme de l'offre** communiquée (devis détaillé avec unités de commande) ;
- le **respect des droits** intellectuels et sous-traitance (en ce compris le droit à l'image et le RGPD) ;
- la **présentation** d'un ou plusieurs **exemple(s)** de productions similaires et antérieures, réalisées par le soumissionnaire.

Les critères d'attribution sont listés ci-dessous. Ceux-ci seront notés suivant une pondération de 15 points (exemples de critères d'attribution) :

- 5 points pour la prise en compte et le respect de l'objet de la **demande** (décrit de manière détaillée dans le point 4 du présent document) ;
- 5 points pour le respect des **délais** et du **calendrier** ;
- 5 points pour le **prix**.

5. Calendrier

Inscrire les échéances



FOCUS

Dans le cas d'une impossibilité de réalisation de l'objet du présent marché dans les délais impartis et malgré les efforts avérés du prestataire pour respecter ces mêmes délais, la durée d'exécution du marché pourra être prolongée, sous condition d'un accord préalable **et écrit** entre le pouvoir adjudicateur et l'adjudicataire.

6. Modalités de remise de l'offre

Votre offre doit nous parvenir au plus tard le **XX/XX/XXX**, par mail, à l'adresse : [adresse mail](#), avec comme objet : « **Offre / nom de l'offre** ».

Les prestataires présenteront un devis détaillé, suivant un prix unitaire par unité de commande ainsi que les prix globaux et le prix total global HTVA et TVAC. Sont inclus dans les prix unitaires et globaux, tous les frais, mesures ou impositions quelconques inhérentes à l'exécution du marché. Les prix sont fixes pour toute la durée du marché et ne seront pas soumis à révision sans l'accord préalable et écrit du pouvoir adjudicateur.

En remettant son offre, le prestataire renonce à l'application de ses conditions générales ou particulières de vente qui seront en tout état de cause réputées non écrites.

Le pouvoir adjudicateur se réserve le droit de ne pas attribuer le marché.

7. Durée de validité de l'offre

Votre offre demeurera valide 30 jours calendrier à compter de la date limite de réception des offres, fixée au **XX/XX/XXXX**.

8. Modalités de paiement

Le pouvoir adjudicateur procédera au paiement du prix convenu (incluant tous les frais que le prestataire doit exposer pour exécuter le marché) dans les 30 jours calendrier à compter de la réception des factures valablement datées et signées, et accompagnées le cas échéant des documents justificatifs requis.

L'adjudicataire introduira ses factures détaillées par mail, à l'adresse : [adresse mail](#).

9. Cession des droits intellectuels

Les droits de propriétés intellectuelles portant sur les œuvres, en ce compris les documents préparatoires, créées par l'adjudicataire, ses consultants ou sous-traitants en exécution du présent marché seront, au fur et à mesure de leur création, cédés de manière exclusive au pouvoir adjudicateur. Le prix de cette cession, valable pour toute la durée des droits d'auteur et pour le monde entier, est compris dans le prix du présent marché.



FOCUS

La cession englobe l'ensemble des droits patrimoniaux (reproduction, communication, diffusion) sur les œuvres et permet au pouvoir adjudicateur de procéder à des modifications raisonnables des œuvres.

Les œuvres seront considérées comme achevées à la livraison du présent marché.

L'adjudicataire garantit que les fournitures, services et œuvres qu'il serait amené à livrer au pouvoir adjudicateur ne constituent pas une contrefaçon de droits de propriété intellectuelle et ne violent aucun droit appartenant à des tiers, notamment le droit à l'image et le RGPD.

L'adjudicataire assurera à ses propres frais et sans limitation de montant, la défense du pouvoir adjudicateur dans toute action visant à faire valoir que les fournitures, services ou œuvres du présent marché sont constitutifs d'une contrefaçon d'un droit intellectuel. L'adjudicataire paiera ce qui sera accordé aux tiers dans le cadre de ladite action.

Sous-traitance : L'adjudicataire peut confier une partie de ses engagements à des sous-traitants, ce qui ne le dégage en aucune façon de sa responsabilité envers le pouvoir adjudicateur. Ce dernier n'ayant aucun lien contractuel avec ces tiers.

Dans ce cadre, il est interdit à un sous-traitant de sous-traiter à un autre sous-traitant la totalité du marché qui lui a été confié. Il est également interdit à un sous-traitant de conserver uniquement la coordination du marché.

Le recours à des sous-traitants pour une partie du présent marché, devra être spécifié dans le devis détaillé ainsi que dans la facture à payer.

10. Amendes, pénalités, résiliation et litige

Le pouvoir adjudicateur est en droit de résilier le marché en cas de non-respect par l'adjudicataire des dispositions du présent document. Exception faite dans le cadre d'un accord préalable écrit, réalisé entre le pouvoir adjudicateur et l'adjudicataire afin de prolonger la durée d'exécution du marché.

En cas de litige, les parties devront d'abord tenter de trouver une solution, à l'amiable ou via une médiation. Le Tribunal de l'entreprise X est seul compétent pour juger des litiges relatifs à l'exécution du présent marché et pour déterminer le montant des pénalités, y compris en cas de procédure en référé.

Fait à **XX**, en date du ...

Pour **nom de l'organisme**

Signature de la personne responsable



FOCUS

– ANNEXE 02 Décision motivée d'attribution

Ce modèle est non exhaustif et devra être adapté aux pratiques propres à chacun.

DÉCISION MOTIVÉE D'ATTRIBUTION	
APPEL D'OFFRES	
<i>Titre – Objet du marché</i>	
Pouvoir adjudicateur	Nom du pouvoir adjudicateur Forme juridique Adresse Code postal Téléphone Mail Site internet N° d'entreprise N° de compte bancaire RPM : Tribunal de l'entreprise de X TVA si assujetti
Procédure	Procédure négociée sans publication préalable
Objet du marché	Appellation

1. Législation

Le présent marché est un marché de services passé par Procédure négociée sans publication préalable fondée sur l'article 42, § 1^{er}, 1^o, a), de la loi du 17 juin 2016 relative aux marchés publics (M.B. du 14 juillet 2016). Les règles générales d'exécution des marchés publics⁵, ainsi que les procédures de passation des marchés publics dans les secteurs classiques⁶, sont également d'application.

2. Liste des soumissionnaires

Vu l'introduction des offres suivantes par mail, en date XXX :

- ... (Nom, forme juridique/sigle, siège sociale, etc.)

3. Pouvoir adjudicateur

4. Recevabilité des offres

Considérant que les offres ont été déposées par des soumissionnaires qui ont été invités à remettre une offre, d'une part, et dans le délai mentionné dans le

⁵ Article 44 de l'Arrêté royal du 14 janvier 2013.

⁶ Article 6, 7 et 124 de l'Arrêté royal du 18 avril 2017.



FOCUS

cahier des charges pour déposer une offre, d'autre part, par conséquent, les offres sont recevables.

5. Sélection des soumissionnaires

Les soumissionnaires énumérés ci-dessus ont été examinés dans le cadre de critères de sélection énoncés dans le cahier des charges comme suit :

« Extrait du cahier des charges »

Les résultats de cet examen ont été repris dans le tableau suivant :

Considérant que cet examen a fait apparaître que l'ensemble des soumissionnaires satisfont entièrement aux critères de sélection repris dans le cahier des charges.

Qu'en conclusion, les offres des soumissionnaires suivants : ; ont été retenues. Ces soumissionnaires peuvent dès lors, participer à la phase suivante relative à la vérification de la régularité de l'offre et du prix.

6. Examen de la régularité des offres

Dans cet examen, il est apparu qu'aucune irrégularité matérielle n'a été détectée dans les offres des soumissionnaires suivants : ...

Qu'en conclusion, et dans le cadre de la vérification de la régularité de l'offre et du prix, les offres des soumissionnaires suivants : ... ; ont été retenues. Ces derniers peuvent dès lors, participer à la phase suivante relative à l'attribution du présent marché.

7. Examen des offres dans le cadre des critères d'attribution

Les soumissionnaires énumérés ci-dessus ont été examinés dans le cadre des critères d'attribution énoncés dans le cahier des charges comme suit :

« Extrait du cahier des charges »



FOCUS

Les résultats de cet examen ont été repris dans le tableau suivant :

- Considérant que cet examen a fait apparaître que ... répond aux critères d'attribution ... *(décision argumentée)*
- Considérant que ... ne satisfait pas pleinement les critères d'attribution ... *(exposition des motifs, en lien avec les résultats ci-dessus).*

Qu'en conclusion, et dans le cadre de l'attribution du présent marché, seule l'offre du soumissionnaire a été retenue.

8. Vérification de la situation personnelle du soumissionnaire qui vient en considération pour l'attribution du présent marché (déclaration implicite sur l'honneur)

- Considérant que lors de la vérification personnelle de ..., il est apparu que sa déclaration implicite sur l'honneur est correcte ;
- Considérant que, par conséquent, il n'existe aucune objection à attribuer le marché à ce soumissionnaire.

Le pouvoir adjudicateur a décidé d'attribuer le marché à ... (Siège social : ...) pour un montant total global fixé à ... HTVA et à ... TVAC (...% TVA). *(Préciser le cas échéant, les options comprises dans le prix d'attribution).*

Fait à Bruxelles, en date du X

Pour le jury

Nom Prénom

Organisme