

Marchés publics pour les entreprises

Rédiger un appel d'offres public - Niveau 1

1 jour (7 heures) | ★★★★★ 4,6/5 | SPUBMP-MEM1 | Évaluation qualitative de fin de stage | Formation délivrée en présentiel ou distanciel ⁽¹⁾

Formations Management > Marchés publics et secteur public > Marchés publics pour les entreprises



À l'issue de ce stage vous serez capable de :

- Montrer votre professionnalisme
- Donner confiance à l'acheteur
- Vous démarquer dans un contexte de concurrence accrue
- Maîtriser les éléments importants pour améliorer votre taux de succès.

Niveau requis

Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

Public concerné

Chefs d'entreprises, métreaux, assistant(e)s et toute personne en charge de rédiger les offres de marchés publics.

Cette formation :

- Est animée par un consultant-formateur dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validées par des diplômes et/ou testées et approuvées par l'éditeur et/ou par M2i Formation
- Bénéficie d'un suivi de son exécution par une feuille de présence émarginée par demi-journée par les stagiaires et le formateur.

(1) Modalité et moyens pédagogique :

Formation délivrée en présentiel ou distanciel * (e-learning, classe virtuelle, présentiel à distance). Le formateur alterne entre méthodes ** démonstrative, interrogative et active (via des travaux pratiques et/ou des mises en situation). La validation des acquis peut se faire via des études de cas, des quiz et/ou une certification.

Les moyens pédagogiques mis en oeuvre (variables suivant les formations) sont : ordinateurs Mac ou PC (sauf pour les cours de l'offre Management), connexion internet fibre, tableau blanc ou paperboard, vidéoprojecteur ou écran tactile interactif (pour le distanciel). Environnements de formation installés sur les postes de travail ou en ligne. Supports de cours et exercices.

* Nous consulter pour la faisabilité en distanciel. ** Ratio variable selon le cours suivi.

Programme

Introduction

- Présentation de chacun
- Attentes et objectifs visés de chaque participant
- Présentation de la formation

Identifier les fondements et le champ d'application des marchés publics

- Le code de la commande publique
- Définition d'un marché public
- Notions voisines et contrats non soumis aux codes
- Principes de liberté, d'égalité et de transparence
- Notion "d'offre économiquement la plus avantageuse"

Préparer la passation d'un marché public

- Les acteurs : le pouvoir adjudicateur et son représentant, la commission d'appel d'offres, l'entité adjudicatrice
- Les questions à se poser : définition des besoins, allotissement des marchés...
- La forme des contrats : marchés ordinaires, à bons de commandes, à tranches, accords-cadres...
- Les pièces constitutives du dossier de consultation : acte d'engagement, CCAP et CCTP
- Les documents généraux (CCAG) et le règlement de la consultation
- Exercice d'analyse fonctionnelle du besoin

Les procédures de passation des marchés

- L'appréciation des seuils de publicité
- La procédure adaptée
- L'appel d'offres ouvert et restreint
- La procédure négociée
- Le dialogue compétitif
- Le concours
- La dématérialisation des procédures

Sélectionner les candidats et les offres

- Les critères de sélection des candidats
- Les documents pouvant être demandés aux candidats
- Les critères environnementaux et sociaux
- Les critères de choix et leur pondération
- Le cas particulier des offres anormalement basses

Formaliser l'achèvement de la procédure

- Les informations à communiquer aux candidats non retenus
- Le rapport de présentation
- Le contrôle de légalité
- La notification du marché
- L'avis d'attribution
- L'archivage et les délais de conservation des documents

Synthèse de la session

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud