© Cellule architecture de la Fédération Wallonie-Bruxelles

Étape 2

L’Avis de marché et la période de publicité

C'est officiel : on recherche un auteur de projet. L'Avis de marché synthétise toute la suite de la procédure et doit montrer la qualité du travail fait en amont par le Maître d'ouvrage : une synthèse du programme, un budget adéquat, des honoraires compatibles avec la mission proposée et des modalités de compétition intéressantes. Davantage de candidats voudront participer !

Renvoi vers les modèles

Tous les éléments de texte soulignés renvoient à un document-type téléchargeable en marge.

1. Aide à la rédaction

L'étape de l'Avis de marché est fondamentale. L'Avis contient, en condensé, les principes de toute la démarche. Bien rédigé, il suscitera l'enthousiasme. Mal rédigé, il provoquera le rejet... Une bonne et saine concurrence en dépend donc.

La Cellule architecture a mis au point un modèle (avis de marché ses annexes) sur lequel se baser pour l'encodage de l'Avis de marché. Il contient des textes qui peuvent être repris tels quels, ainsi que des indications qui peuvent aider le rédacteur sur les champs du formulaire à compléter de manière spécifique.

L'exercice demandé à la fin des étapes préalables sert notamment à définir ces éléments :

- rédaction d'une synthèse du **programme et des enjeux** en une vingtaine de lignes
- identification des **compétences** nécessaire à l'équipe de projet
- choix (indicatif) des **critères d'attribution** sur base desquels évaluer les offres
- choix du type **d'offre** à demander aux équipes concurrentes
- calcul du montant des **indemnités de soumission**
- fixation de l'**enveloppe budgétaire** pour les travaux et les équipements
- calcul du budget pour l'**intégration d'une œuvre d'art**
- calcul du taux global des **honoraires** pour la mission complète et des éventuels honoraires spéciaux (étude de faisabilité préalable, processus participatif, etc.).

Si ce travail a été fait et approuvé correctement, la rédaction de l'Avis de marché prend très peu de temps.

Avant d'être envoyé pour publication au *Bulletin des adjudications* du Moniteur belge (BDA) et, le cas échéant, au *Journal officiel de l'Union européenne* (JOUE), il est important que le

projet d'Avis soit **soumis pour accord** à un supérieur hiérarchique qui a participé à la définition du marché. En outre, les dispositions de la loi communale doivent être respectées lorsque celle-ci est d'application.

La Cellule architecture est toujours disponible pour une relecture.

Les paragraphes suivants expliquent plus en détail les principes qui ont mené à la formulation de ce modèle.

2. Quand publier ?

Afin de se donner le plus de chances d'avoir une bonne participation, il est déconseillé de publier l'Avis de marché juste avant les congés d'été ou d'hiver : **de préférence on ne publie pas entre le 15 juin et le 15 août, ni entre le 15 décembre et le 1er janvier**. En effet, dans le secteur de l'architecture, les dates du congé du bâtiment sont une référence. En été, ce congé s'étale généralement de la deuxième semaine de juillet à la première semaine d'août incluse. Publication européenne ou pas, les prestataires belges s'associent souvent avec des partenaires français, dont les congés sont plutôt au mois d'août. Il faut donc vraiment essayer d'éviter la publication durant ces moments.

3. Quel délai pour la production des demandes de participation et des offres?

Que ce soit pour la prodiction des demandes de participation ou des offres, le délai légal pour la procédure concurrentielle avec négociation est de minimum 30 jours*.

Pour les **demandes de participation**, un délai de 30 jours est généralement suffisant. En cas de reqête d'une seconde compétence essentielle (par exemple paysage, en plus de l'architecture), il s'agit de donner aux intéressés la possibilité matérielle de former une équipe dès lors l'allongement du délai à 5 ou 6 semaines peut être pertinent.

Pour des **offres** de type *pré-esquisse*, compter en général entre 6 et 8 semaines* de délai dont minimum 3 suite à la tenue de la séance de questions-réponses. Pour des offres de type *stratégie*, compter un délai de 4 à 6 semaines.

* Le délai minimal légal est de 30 jours peut être réduit à 25 jours pour remise strictement électronique – donc sans maquette ; ou encore davantage réduit en motivant une urgence impérieuse. Attention : toute réduction du délai devra être assortie d’une réduction de la quantité de production demandée.

Quid des congés?

On évitera tant que faire se peut des délais de production « à cheval » sur des périodes de congé (surtout sur l'été – congé du bâtiment). Si cela ne peut être évité, en cas de périodes de congés interférant dans le délai, il faut l'allonger.

Cette disposition n'est cependant pas idéale étant donné que cela peut favoriser les structures plus importantes, pouvant se permettre de continuer à fonctionner durant les congés.

Les périodes de congé scolaires ne peuvent raisonnablement pas être comptabilisées à 100% :

- **Noël : ajouter les 2 semaines pour la production des offres ;**
- **autres périodes de congés intermédiaires de 2 semaines : ajouter 1 semaine pour la production des offres ;**
- **été : éviter. si inévitable, ce sont les périodes de congé du bâtiment qui sont prises en compte et ajoutées entièrement au délai de production des offres.**

Par ailleurs les moments-clefs tels que la séance de questions-réponses ou la remise d'offres ne seront pas programmées durant des périodes de congé.

4. Établir le planning définitif

L'établissement d'un **planning définitif du marché** est fondamental à ce stade.

Si le travail jusqu'ici n'a pas intéressé la sphère publique, à partir du moment où l'Avis de marché est publié on attire une certaine attention sur le projet. Et comme on demande beaucoup d'efforts aux équipes participantes, il est respectueux de garantir de son côté la meilleure clarté et fluidité du processus. En plus des congés, il faut tenir compte :

- du temps estimé pour la collecte de toutes les **annexes** (rapports techniques, plans, etc.) et **informations programmatiques détaillées**, qui doivent être prêtes au plus tard au moment de l'invitation a soummisionner envoyée aux candidats retenus à l'issue de la première étape
- du temps nécessaire pour **composer et réunir le Jury**
- de la **disponibilité des agents traitants** à répondre aux questions des intéressés, à permettre un accès au site à transformer, et ensuite à analyser les candidatures en vue du Jury de sélection
- des modalités et **délais d'accord de l'autorité qui a délégation** pour notifier les étapes du marché (voie hiérarchique, Tutelle, Inspection des finances, etc.)

- des dispositions et montants à réserver dans le **budget,** tant pour le versement des indemnités de soumission aux soumissionnaires non-retenus (qui doit se faire immédiatement après la notification de non-attribution) que pour les honoraires de l'équipe lauréate sur la première tranche, ferme, de la mission (montant devant être inscrit au budget pour permettre la notification du marché)

- de quelques **imprévus** qui peuvent survenir : un planning trop strict risque d'être trahi à un moment ou à un autre.

La ligne du temps et le modèle de planning proposés dans ce Guide (téléchargeables sous l'onglet 'intro') situent les principales actions à accomplir tout au long de la procédure.

Visiter les lieux pendant la période de publicité

Il est nécessaire que les candidats potentiels puissent visiter les lieux avant de décider s'ils remettent un dossier de candidature, mais aussi pour adapter au mieux leur candidature à la demande et donc au contexte. Le Maître d'ouvrage doit s'assurer que cela est possible.

De façon générale, la visite «organisée» à l'étape de la sélection qualitative est si possible évitée pour diminuer le risque de « fuites d'information » et d'échanges bilatéraux entre candidats et guide.

Cependant, si le bâtiment est fermé, occupé par des tiers et/ou accessible au public uniquement en partie (par exemple un théâtre), il est opportun de prévoir des dates et heures auxquelles les intéressés peuvent visiter les lieux. L'Avis de marché doit préciser ces modalités qui seront aussi mises en exergue dans les medias relayant l'avis de marché (newsletter, publication, etc.).

Les visites à ce stade devront absolument être muettes pour garantir l'égalité de traitement entre candidats. Il est important d'organiser au moins 2 visites à des moments différents. A la fois pour faciliter l'accès mais également pour éviter de concentrer en une seule visite l'ensemble des candidats. On veillera à prévoir des visites à des moments différents de la semaine (pour donner plus de chances aux auteurs de projet pris de façon récurrente - par des cours, réunions de chantier, etc.- de pouvoir être présent à l'une d'entre elles). Par exemple un mercredi matin et un jeudi après-midi. Prévoir un créneau de 3h à chaque visite.

Sur une période de publication de 30 jours, les visites seront idéalmeent organisées de façon rapprochée (la même semaine par exemple), une dizaine de jours calendrier après la publication de l'avis de marché.

5. Optimisation de délais dans la procédure en 2 temps

Pour rappel, la procédure concurrentielle avec négociation implique un marché en deux

temps :

1. **sélection de 3 à 5 candidats** sur base des documents demandés dans l'Avis de marché
2. **attribution du marché** sur base des offres reçues

Le Cahier des charges (CdC) est joint à l'avis de marché. Cependant, la structure proposée par notre cahier des charges type permet de mettre à profit la période de publicité pour pouvoir travailler au détail du programme, pour la récolte et numérisation de certains documents techniques, relevés, rapports, etc.

Egalité de traitement

Tous les candidats doivent être traités équitablement.

Durant la période de publicité, les candidats peuvent poser des questions. L'utilisation du forum e-Procurement permet une centralisation des questions et réponses. Si des questions sont posées en dehors du formum (mail, téléphone, lors de la visite, ...) renvoyer systématiquement vers le forum.Si les réponses n'apportent aucune information substantielle ou correction par rapport au contenu de l'avis de marché, elles peuvent simplement être postées sur le forum. Si les questions posées soulèvent un manque de clarté voir une incohérence dans l'avis de marché, il s'agira alors d'envisager la publication d'un avis rectificatif.

Concernant les visites qui seraient effectuées par les candidats, il faut préciser qu'il ne s'agit pas de visites guidées et/ou commentées, pour respecter le principe d'égalité de traitement des candidats : ceux qui visitent ne doivent pas avoir accès à des informations qui ne seraient pas contenues dans les documents du marché. La seule visite officielle, permettant un échange avec le Maître d'ouvrage et les futurs utilisateurs, est prévue avec les équipes retenues après la sélection qualitative (voir section 6).

6. Publicité belge et européenne

La publication d'un Avis de marché au *Journal Officiel de l'Union européenne* (JOUE) en plus du *Bulletin des adjudications* au Moniteur belge (BDA) est parfois obligatoire, parfois facultative. **Elle est obligatoire** lorsque l'estimation des honoraires dépasse le seuil européen (voir seuils au chapitre sur le choix de la procédure à l'onglet 1). **Elle est facultative** lorsque l'estimation des honoraires ne dépasse pas ce seuil. Dans ce cas, le pouvoir adjudicateur peut néanmoins publier l'Avis aussi au JOUE pour donner **plus de publicité** au marché s'il souhaite, par exemple, susciter l'intérêt d'équipes internationales.

Il existe également d'autres canaux de publicité, comme par exemple des revues ou des sites web spécialisés, où l'avis peut être publié à titre souvent gratuit. S'agissant de publicité non officielle, il est impératif que la publication sur ces médias se fasse *après* la publication officielle et que toutes les informations y contenues se retrouvent dans l'Avis de marché. Un lien vers le BDA ou le JOUE garantit un accès à l'information complet et équitable entre les candidats potentiels.

Tip légal

Dans les deux cas, il est fondamental de respecter l'obligation suivante : fixer la période de publicité à 30 jours calendrier minimum.

7. Récapitulatif des tâches

- Désigner la **personne de contact** pour toute la procédure.
- Fixer définitivement le **planning**, sur base du modèle, en tenant compte des congés d’été ou d’hiver.
- Prévoir la possibilité pour les candidats potentiels de **visiter** le bâtiment.
- **Rédiger l’Avis de marché** sur base des résultats des étapes préalables.
- **Relire et approuver** l’Avis de marché.
- **Publier** l’Avis.
- **Envoyer copie** de l’Avis, pour connaissance, à toutes les parties prenantes.
- Éventuellement, envisager la **publicité** de l'Avis sur d'autres médias que les canaux officiels (dont le site web de la Cellule architecture).