

# Charte AFD des marchés publics de design

Guide à l'attention des commanditaires publics



alliance française des designers



# Charte AFD des marchés publics de design

Guide à l'attention des commanditaires publics

Quatrième édition, 5 novembre 2015

© 2015 Alliance française des designers, Paris – Tous droits réservés



# Table des matières

<b>La commande publique de design</b> . . . . .	7
<b>L'outil indispensable des acteurs publics</b> . . . . .	11
<b>L'équilibre cultive la qualité.</b> . . . . .	13
<b>L'engagement de la Charte AFD</b> . . . . .	15
<b>Charte mode d'emploi: repérer les parcours des marchés.</b> . . . . .	17
Identifier les quatre procédures de la Charte AFD . . . . .	17
S'inscrire dans les trois étapes clés de la Charte AFD. . . . .	17
Tableau des trois étapes clés de la Charte AFD . . . . .	18
<b>Marché inférieur à 25 000€ HT: procédure «<i>De gré à gré</i>»</b> . . . . .	21
<b>ÉTAPE 1 : PRÉPARER L'OFFRE DE MARCHÉ</b>	
1.1 – Répertorier les besoins . . . . .	21
1.2 – Rédiger le Cahier des charges . . . . .	21
<b>ÉTAPE 2 : CONSULTER LES PROFESSIONNELS</b>	
2.1 – Rechercher un designer ou une équipe de designers. . . . .	22
→ Lister les designers . . . . .	22
→ Remettre le Cahier des charges, estimer le coût et de délai de la prestation . . . . .	22
<b>ÉTAPE 3 : ATTRIBUER LE MARCHÉ</b>	
3.1 – Choisir librement un designer ou une équipe de designers. . . . .	23
→ Analyser les offres . . . . .	23
→ Établir le contrat. . . . .	23
<b>Marché de 25 000€ HT à moins de 90 000€ HT: procédure adaptée ou formalisée «<i>Libre échange</i>»</b> . . . . .	25
<b>ÉTAPE 1 : PRÉPARER L'OFFRE DE MARCHÉ</b>	
1.1 – Répertorier les besoins . . . . .	25
1.2 – Rédiger le Cahier des charges . . . . .	25
<b>ÉTAPE 2 : CONSULTER LES PROFESSIONNELS</b>	
2.1 – Rechercher un designer ou une équipe de designers. . . . .	26
→ Choisir la forme de l'appel d'offres . . . . .	26
→ Prévoir un délai adapté . . . . .	26
→ Remettre le Cahier des charges . . . . .	26

2.2 – OPTION: En cas de demande d'une Lettre de motivation, d'une Étude d'esquisse (ESQ) ou d'Avant-projet sommaire (APS) . . . . .	27
→ Évaluer le degré de recherche nécessaire . . . . .	27
→ Évaluer le montant de l'indemnisation . . . . .	27
→ Formaliser la présentation. . . . .	28
2.3 – Publicité de l'appel d'offres librement définie . . . . .	28
<b>ÉTAPE 3 : ATTRIBUER LE MARCHÉ</b>	
3.1 – Choisir <i>sans</i> demande d'une étude d'ESQ ou d'APS . . . . .	28
→ Analyser les offres et établir le contrat . . . . .	28
3.2 – OPTION: choisir <i>avec</i> demande d'une étude d'ESQ ou d'APS . . . . .	29
→ Analyser les offres . . . . .	29
→ Prévoir l'audition devant le commanditaire décisionnaire . . . . .	29
→ Choisir le designer et établir le contrat . . . . .	29
→ Avertir les compétiteurs non retenus et les indemniser . . . . .	29
<b>Marché de 90000€ HT à moins 207000€ HT: procédure «Dynamique projet» . . . . .</b>	<b>31</b>
<b>ÉTAPE 1 : PRÉPARER L'OFFRE DE MARCHÉ</b>	
1.1 – Répertoire des besoins . . . . .	31
1.2 – Rédiger le Cahier des charges . . . . .	31
<b>ÉTAPE 2 : CONSULTER LES PROFESSIONNELS</b>	
2.1 – Concevoir l'appel d'offres . . . . .	32
→ Rédiger un Avis d'appel public à la concurrence (AAPC) . . . . .	32
→ Prévoir un délai adapté . . . . .	32
→ Remettre le Cahier des charges . . . . .	32
→ Prévoir l'audition des compétiteurs . . . . .	33
2.2 – Prévoir une Étude d'esquisse (ESQ) ou d'Avant-projet sommaire (APS) . . . . .	33
→ Évaluer le degré de recherche nécessaire . . . . .	33
→ Évaluer le montant de l'indemnisation . . . . .	33
→ Formaliser la présentation. . . . .	33
2.3 – Publier l'appel d'offres au BOAMP ou au JAL . . . . .	34
<b>ÉTAPE 3 : ATTRIBUER LE MARCHÉ</b>	
3.1 – Choisir avec présentation d'une étude d'ESQ ou d'APS . . . . .	34
→ Analyser les offres . . . . .	34
→ Prévoir l'audition devant le commanditaire décisionnaire . . . . .	34
→ Choisir le designer et établir le contrat . . . . .	34
→ Avertir les compétiteurs non retenus et les indemniser . . . . .	35
<b>Marché supérieur à 207000€ HT: procédure «Projet tremplin» . . . . .</b>	<b>37</b>
<b>ÉTAPE 1 : PRÉPARER L'OFFRE DE MARCHÉ</b>	
1.1 – Répertoire des besoins . . . . .	37
1.2 – Rédiger le Cahier des charges . . . . .	37
<b>ÉTAPE 2 : CONSULTER LES PROFESSIONNELS</b>	
2.1 – Concevoir l'appel d'offres . . . . .	38
→ Rédiger un Avis d'appel public à la concurrence (AAPC) . . . . .	38
→ Prévoir un délai adapté . . . . .	38
→ Remettre le Cahier des charges . . . . .	38
→ Prévoir l'audition des compétiteurs . . . . .	39
2.2 – Prévoir une Étude d'esquisse (ESQ) ou d'Avant-projet sommaire (APS) . . . . .	39
→ Évaluer le degré de recherche nécessaire . . . . .	39
→ Évaluer le montant de l'indemnisation . . . . .	39
→ Formaliser la présentation. . . . .	39
2.3 – Publier l'appel d'offres au BOAMP ou au JAL et au JOUE . . . . .	40

<b>ÉTAPE 3 : ATTRIBUER LE MARCHÉ</b>	
3.1 – Choisir avec présentation d'une étude d'ESQ ou d'APS	40
→ Analyser les offres	40
→ Prévoir l'audition devant le commanditaire décisionnaire	40
→ Choisir le designer et établir le contrat	40
→ Avertir les compétiteurs non retenus et les indemniser	41
<b>Annexe I – Définitions</b>	43
Les activités du design concernées par la Charte AFD	43
Les formes d'exercices des designers	43
Candidat(s) et compétiteur(s)	43
Fichiers sources	43
Portfolio	43
Qualifications	44
Références	44
Éléments pouvant être demandés aux compétiteurs pour l'attribution de marchés supérieurs à 25 000 € HT	44
→ La Lettre de motivation	44
→ L'Étude d'esquisse (ESQ)	44
→ L'Avant-projet sommaire (APS)	45
Estimer le délai de création, le montant des honoraires de création et les droits d'auteur d'un projet de design	45
Estimer le délai d'un appel d'offres de design	45
Estimer le montant de l'indemnisation de l'appel d'offres	46
Demander l'assistance d'un expert	47
<b>Annexe II – Label de la Charte AFD des marchés publics de design</b>	48
Objectifs du label	48
Philosophie du label	48
Comité du label	48
Demande d'attribution	48
Attribution du label AFD	49
Introduction de la demande	49
Examen de la demande	49
Labellisation	49
Contrôle	49
<b>Annexe III – Lexique</b>	50
Dix points incontournables d'un AAPC	50
Termes administratifs	50
<b>Crédits et remerciements</b>	56
Financement	56
Conception et rédaction	56
Un chaleureux merci à nos partenaires	56
Colophon	56





# La commande publique de design

L'ENQUÊTE SUR L'ÉCONOMIE DU DESIGN réalisée en 2010 par l'APCI, la Cité du design et l'Institut français de la mode, à la demande du ministère de l'Industrie, souligne le développement récent des prestations de design en direction des collectivités publiques. Plus de 20% des structures de design ont pour client l'administration. Encore ne s'agit-il que des commandes directes à des designers ou agences de design. Car le design est également à l'œuvre dans la conception des objets qui meublent notre environnement de travail, des espaces et de leur signalétique, dans les prestations de communication, c'est-à-dire, directement ou indirectement, dans la plus grande partie des achats publics.

Les prestations concernées sont variées; il peut s'agir par exemple de la conception:

- d'un logo, d'une identité visuelle, et de leur déclinaison dans une charte graphique détaillée;
- d'un catalogue, d'une newsletter, d'une brochure de présentation d'une structure, d'une procédure, d'un événement, de la réalisation d'un site Internet;
- de la scénographie d'un stand ou pavillon dans une exposition ou un bâtiment;
- de l'aménagement de bureaux, espaces d'accueil, salles de réunions, espaces collectifs;
- ou encore de la conception globale d'un nouveau système de transports avec ses véhicules, sa signalétique et ses infrastructures.

Si le design, présent dans tous les objets, espaces, images et services de notre environnement et de notre vie quotidienne, l'est de plus en plus souvent dans ceux de l'administration, c'est d'abord parce qu'il leur apporte un supplément de fonctionnalité, de qualité et de modernité au service des citoyens.

C'est également parce qu'une approche de design bien conçue et cohérente renforce l'identité des structures, et rejaillit sur leur communication externe comme leur communication interne. Par le choix de leurs partenaires designers et le soin porté à leurs relations contractuelles avec eux, les organismes publics peuvent ainsi jouer un rôle d'exemplarité.

À l'exception de quelques cas qui restent limités, où l'intervention du designer est assimilée à une création artistique et qui relèvent de procédures adaptées, une prestation de design est une prestation intellectuelle qui relève des procédures de marché applicables à ce type de prestation. L'attention doit toutefois être appelée sur les spécificités de la commande publique de design:

- pour évaluer les prestations de design à leur juste coût, les décideurs ne disposent pas toujours des informations nécessaires car il s'agit de métiers en constante évolution. Ils ne doivent pas hésiter à consulter les organisations professionnelles, notamment l'AFD, ou les organismes de promotion du design.



- Les designers ne sont pas des lecteurs des bulletins d'annonces officiels, il est important de veiller à ce qu'ils soient informés en faisant relayer l'information par les organisations professionnelles, les organismes de promotion et éventuellement les médias spécialisés.
- Lorsque c'est possible, une présentation publique de l'appel d'offres est souhaitable, elle permet de répondre aux questions des candidats potentiels et de mieux préciser le Cahier des charges.
- Le Cahier des charges doit détailler les procédures de choix, les différents éléments de la commande et les livrables attendus en fonction de la nature de la commande, les modalités de travail avec les équipes du commanditaire, les conditions de la protection de la création du designer.
- L'appel d'offres peut conduire soit au choix direct d'un designer ou d'une agence de design, soit à l'établissement d'une *short-list* de candidats à qui est demandé de présenter un projet, ou une esquisse. Dans ce cas une indemnisation doit être proposée aux designers consultés car il s'agit déjà d'une prestation. Là encore, la consultation d'organismes spécialisés peut être utile.
- La prestation de design se compose le plus souvent d'honoraires d'une part, de droits d'auteur d'autre part. Dans ce dernier cas, les modalités de suivi et d'évolution de la prestation doivent être prévues au départ. En cas de sous-traitance, le marché doit prévoir les modalités de ce suivi.
- Une commande de design qui implique ensuite un marché de fabrication distinct doit prévoir les honoraires liés au suivi de fabrication par le designer. Il est souhaitable que l'avis du designer puisse être pris en compte dans la sélection du titulaire du marché.

Enfin il ne faut pas oublier que si plusieurs prestations de design sont commandées, leur efficacité globale sera liée à leur cohérence et à leur adéquation à l'identité de la structure commanditaire et aux messages qu'elle souhaite transmettre.

Je souhaite très vivement qu'en accompagnant les décideurs dans leur démarche, la charte proposée par l'AFD et à laquelle l'APCI s'est volontiers associée, leur permette de jouer, par l'exemplarité de leur action, un rôle moteur dans le développement en France d'une profession déjà très largement reconnue à l'international.

Anne-Marie Boutin

présidente de l'Agence pour la promotion de la création industrielle



## L'outil indispensable des acteurs publics

LA CHARTE AFD DES MARCHÉS PUBLICS DU DESIGN est un événement en soi, qui officialise la commande publique comme terrain d'intervention du design, activité dont on parlait peu jusqu'à présent, aujourd'hui en plein développement.

Le marché des collectivités est un dispositif dans lequel les designers peinent à trouver la place qui leur revient entre urbanisme, architecture et communication. De ce fait, ceux-ci sont souvent soumis à des modèles de collaboration qui ne s'appliquent pas à leurs savoir-faire. La démarche du designer passe par des phases stratégiques de concertation avec son client, d'échange préalable sur le Cahier des charges, d'observation du contexte. Mais le plus souvent, les appels d'offres ne lui permettent pas d'intervenir en amont du Cahier des charges, dans la définition du projet même; garantie pourtant d'un bon positionnement de la commande, de la maîtrise des coûts et l'assurance d'une réponse au plus près des besoins. La puissance publique court alors le risque d'une réponse appauvrie et se prive d'une phase importante de débat d'idées indispensable à toute conception innovante.

Le design, quels que soient ses champs d'application, doit prendre en compte la personne et ses usages dans le projet de conception. Il apporte une compétence indissociable des solutions techniques en intégrant les aspects de qualité perçue, de confort, d'économie, les aspects sensibles voire irrationnels des objets. Il permet d'optimiser les fonctions et donne, par ses choix esthétiques, du sens au projet. Les phases de conception de scénario, d'avant-projet ou encore d'esquisse du projet sont des outils de démonstration qui contribuent à rendre visible et tangible les idées et concepts. C'est une étape cruciale pour le développement d'un projet de design qui nécessite des compétences particulières spécifiques à cette discipline. C'est pourquoi la profession souhaite une reconnaissance de cette étape de création qui doit être clairement décrite, planifiée et rémunérée.

L'intervention des designers dans la commande publique peut largement se développer pour peu que les designers possèdent les outils et les connaissances qui leur permettent d'y répondre, que les modalités de cette commande s'adaptent à leur métier, leur statut et qu'eux-mêmes mettent en place les outils et les stratégies qui rencontrent les besoins des acteurs publics.

C'est dans cet esprit que la Cité du design accompagne la Ville de Saint-Étienne et Saint-Étienne Métropole dans une démarche de design au sein des politiques de développement du territoire communal et communautaire. Depuis 2010, un design manager est intégré au cœur de l'action des collectivités. Il promeut le design dans les programmes de conception des équipements et des services mis en place portés par les collectivités, notamment en matière d'amélioration du cadre de vie et de concertation avec les usagers dans le cadre de la politique de la ville. Il met en place un protocole des bonnes pratiques de la commande publique de design dans le déroulement des programmes et veille à l'adéquation entre excellence, efficacité et moindre coût. Il travaille étroitement avec les services des collectivités pour intégrer le design dans les cahiers des charges, là où cela s'avère nécessaire. Enfin, il favorise et incite à la collaboration des designers avec des urbanistes, des architectes ou toutes professions concernées par la commande publique.

La Cité du design est aussi particulièrement attentive à l'information des designers afin de les aider à développer leurs offres vers la commande publique. C'est à cette condition que l'intervention du design sera efficiente. Cette charte est bien un lien indispensable qui manquait entre designers et commanditaires publics.

Nathalie Arnould, Marie-Haude Caraës, Elsa Francès  
Cité du design de Saint-Étienne



## L'équilibre cultive la qualité

LE BIEN FONDÉ D'UNE CHARTE qui traite de la méthodologie des appels d'offres de design est de rappeler le cadre légal et de préciser les principes d'équité où commanditaires et designers s'engagent sur des étapes définies de créations et de réalisations, des délais effectifs et une rémunération allouée dès la première phase de recherche. Ce cadre doit positionner les compétiteurs sur un même pied d'égalité, égalité impérative pour que s'exerce une véritable concurrence.

Il est fondamental de réunir les contractants d'un appel d'offres de design au sein d'une charte reconnue par les professionnels, pour valoriser les compétences, les talents et optimiser d'autant la qualité des productions. Ce faisant, c'est lutter contre les dérives, trop fréquentes, des appels d'offres à soumissions d'idées et de travaux gratuits, qui sont synonymes d'appauvrissement de l'art du designer, de dégradation de la relation entre commanditaires et designers, d'irrespect à l'égard des métiers du design et, finalement, de paupérisation d'un secteur économique entier et de précarité sociale dans l'exercice de nos professions.

L'Alliance française des designers, l'Agence pour la promotion de la création industrielle et la Cité du design de Saint-Étienne, liens entre les praticiens du design, les institutions publiques et les entreprises, s'unissent pour promouvoir ces valeurs.

La Charte AFD des appels d'offres de design préconise la sélection des designers sur dossiers, qualifications et références, pour mettre en exergue la créativité des portfolios, et s'engage résolument pour la rémunération des Études d'esquisse ou d'avant-projet sommaire quand l'appel d'offres en fait une exigence. Dans le respect des lois de propriété intellectuelle et dans un esprit de coopération, elle apporte des solutions justes aux contractants, qui, notamment, préservent le commanditaire de risques juridiques et financiers.

La Charte AFD des appels d'offres de design défend une approche pragmatique et productive pour la mise en œuvre et la réalisation de projets: la co-traitance. Proposition équilibrée et qualitative, basée sur la réunion d'une équipe de spécialistes — autour d'un chef de projet, interlocuteur du commanditaire, si nécessaire — dont les compétences sont requises pour mener à bien la réalisation (création d'espaces, de produits ou de communication visuelle).

La Charte AFD des appels d'offres de design défend une dissociation entre prestation intellectuelle du designer (phase de conception) et fabrication de la commande (impression, production artisanale ou industrielle...), ce qui revient à émettre, en amont de la commande, des appels d'offres à lots spécifiques et distincts. À chacun sa compétence et son métier. Seul le designer (voir annexe I, classification NAF), responsable de sa création, doit en être le maître d'œuvre et veiller à sa réalisation, à l'exclusion de tout autre professionnel dont le champ d'activité n'est pas le design.

L'accord conclu entre commanditaires et designers sur les termes de la Charte AFD des appels d'offres de design, permet de créer le climat de confiance et de respect mutuel qui favorise le développement de relations intelligentes entre les contractants. Ceci est indispensable pour que le designer exerce son art et que le commanditaire obtienne des résultats probants, innovants et durables.

François Caspar  
président-fondateur de l'Alliance française des designers





## L'engagement de la Charte AFD

L'Alliance française des designers (AFD), 1<sup>er</sup> syndicat du design et 1<sup>er</sup> par le nombre de membres, gérants d'entreprises, indépendants ou intégrés, œuvre pour la profession du designer en France et en Europe. Reconnue par l'État Français, la Commission européenne, le Parlement et le Conseil des ministres européens, l'AFD diffuse la présente Charte des marchés publics de design.

Tout signataire s'engage à procéder à l'organisation et à l'attribution des marchés publics de design selon les principes qui y sont décrits. Tout signataire est invité à reproduire librement sur ses supports de communication le leitmotiv « **Signataire de la Charte AFD des marchés publics de design** ».

En outre, tout signataire peut demander l'accompagnement de l'AFD et l'octroi du **label AFD** reproduit ci-dessous, pour la rédaction d'un appel d'offres en particulier ou dans le cadre d'une démarche plus globale. Cette labellisation est payante, son montant est établi sur devis par l'AFD selon la nature de la demande du signataire. Les critères du label sont en Annexe II, page 48. Toute reproduction du label ci-dessous sans l'accord explicite de l'AFD est strictement interdite.

L'AFD encourage les professionnels à répondre aux appels d'offres s'inscrivant dans la présente charte. Il appartient aux designers répondant aux appels d'offres émis par les signataires d'en vérifier la bonne application et, au cas où un appel d'offres non conforme serait constaté, d'informer l'AFD, qui se rapprocherait de l'administration.

La déclaration d'engagement et la liste officielle des signataires, la demande de labellisation et la liste officielle des labellisés sont disponibles en ligne à l'adresse [WWW.AFD.EU.COM/CHARTES.HTML](http://WWW.AFD.EU.COM/CHARTES.HTML).





# Charte mode d'emploi: repérer les parcours des marchés

## Identifier les quatre procédures de la Charte AFD

La Charte AFD des marchés publics de design est structurée en **quatre procédures** correspondant aux **quatre seuils** des marchés de fournitures, services et prestations intellectuelles imposés par le Code des marchés publics (CMP), déclinés dans le tableau ci-dessous. Identifier le seuil de marché correspondant au montant du marché, puis se rendre directement à la page de la procédure de la Charte AFD correspondante.

SEUILS DES MARCHÉS DU CODE DES MARCHÉS PUBLIC	OBLIGATIONS DU CODE DES MARCHÉS PUBLIC	PROCÉDURES DE LA CHARTE AFD CORRESPONDANTE
1 Inférieur à 25 000 € HT	Pas d'obligation réglementaire de publicité ni de mise en concurrence	« De gré à gré » Lire page 21
2 De 25 000 € HT à moins de 90 000 € HT	Procédure adaptée avec publicité suffisante librement définie par la personne publique (annonce sur le site de la collectivité territoriale, demande de trois devis...)	« Libre échange » Lire page 25
3 De 90 000 € HT à moins de 207 000 € HT* * Ce seuil est de 387 000 € HT pour les entités adjudicatrices et de 134 000 € HT pour les marchés de l'État	Appel d'offres avec au moins une publication au <b>Bulletin officiel des annonces de marchés publics (BOAMP)</b> ou au <b>Journal d'annonces légales (JAL)</b>	« Dynamique projet » Lire page 31
4 Supérieur à 207 000 € HT* * Ce seuil est de 387 000 € HT pour les entités adjudicatrices et de 134 000 € HT pour les marchés de l'État	Appel d'offres avec au moins une publication au <b>BOAMP</b> ou <b>JAL</b> et une publication au <b>Journal officiel de l'Union européenne (JOUE)</b>	« Projet tremplin » Lire page 37

## S'inscrire dans les trois étapes clés de la Charte AFD

**Chaque procédure de la Charte AFD s'articule en trois étapes:** préparation de l'appel d'offres, consultation des professionnels, attribution du marché. Ces trois étapes détaillent les implications liées aux seuils financiers des marchés publics, dans l'esprit et le respect de la loi.

**À savoir:** sur le site du commanditaire, préciser les seuils financiers en vigueur selon les appels d'offres, les noms des personnes référentes, et communiquer le contenu des annonces passées dans les différents supports BOAMP, JAL, JOUE.

**À noter:** afin de connaître dans quel seuil du Code des marchés publics un projet de design peut s'inscrire, il est possible d'estimer le coût d'honoraires de création et droits d'auteur avec le site [www.calculator.com](http://www.calculator.com) (lire Annexe I).

Ce coût ne peut être qu'indicatif et ne pas entraver la libre concurrence. Aussi bien les pouvoirs adjudicataires que les candidats au marché ne peuvent avoir l'obligation de rester dans le cadre de ce coût estimé des honoraires.

## Tableau des trois étapes clés de la Charte AFD

ÉTAPE 1		ÉTAPE 2	
REPÉRER LE SEUIL DU CMP ET LA PROCÉDURE DE LA CHARTE AFD		PRÉPARER L'OFFRE DE MARCHÉ	CONSULTER LES PROFESSIONNELS
1	<p><b>Inférieur à 25 000 € HT</b> Procédure <b>«De gré à gré»</b> Lire page 21</p>	<p>1.1 – Répertorier les besoins</p> <p>1.2 – Rédiger le Cahier des charges</p>	<p>2.1 – Rechercher un designer ou une équipe de designers → Lister les designers → Remettre le Cahier des charges, estimer le coût et de délai de la prestation</p> <p>Lors d'un prochain appel d'offres, prévoir de renouveler la liste des candidats potentiels dans la proportion d'un tiers au minimum, afin de permettre à chacun l'accès aux marchés publics.</p>
2	<p><b>De 25 000 € HT à moins de 90 000 € HT</b> Procédure adaptée ou formalisée <b>«Libre échange»</b> Lire page 25</p>	<p>1.1 – Répertorier les besoins</p> <p>1.2 – Rédiger le Cahier des charges</p>	<p>2.1 – Rechercher un designer ou une équipe de designers → Choisir la forme de l'appel d'offres → Prévoir un délai adapté → Remettre le Cahier des charges</p> <p>2.2 – OPTION: En cas de demande d'une Lettre de motivation, d'une Étude d'esquisse (ESQ) ou d'Avant-projet sommaire (APS) → Évaluer le degré de recherche nécessaire → Évaluer le montant de l'indemnisation → Formaliser la présentation</p> <p>2.3 – Publicité de l'appel d'offres librement définie</p>
3	<p><b>De 90 000 € HT à moins de 207 000 € HT*</b> Procédure <b>«Dynamique projet»</b> Lire page 31</p> <p><small>* Ce seuil est de 387 000 € HT pour les entités adjudicatrices et de 134 000 € HT pour les marchés de l'État</small></p>	<p>1.1 – Répertorier les besoins</p> <p>1.2 – Rédiger le Cahier des charges</p>	<p>2.1 – Concevoir l'appel d'offres → Rédiger un Avis d'appel public à la concurrence (AAPC) → Prévoir un délai adapté → Remettre le Cahier des charges → Prévoir l'audition des compétiteurs</p> <p>2.2 – Prévoir une Étude d'esquisse (ESQ) ou d'Avant-projet sommaire (APS) → Évaluer le degré de recherche nécessaire → Évaluer le montant de l'indemnisation → Formaliser la présentation</p> <p>2.3 – Publier l'appel d'offres au BOAMP ou au JAL</p>
4	<p><b>Supérieur à 207 000 € HT*</b> Procédure <b>«Projet tremplin»</b> Lire page 37</p> <p><small>* Ce seuil est de 387 000 € HT pour les entités adjudicatrices et de 134 000 € HT pour les marchés de l'État</small></p>	<p>1.1 – Répertorier les besoins</p> <p>1.2 – Rédiger le Cahier des charges</p>	<p>2.1 – Concevoir l'appel d'offres → Rédiger un Avis d'appel public à la concurrence (AAPC) → Prévoir un délai adapté → Remettre le Cahier des charges → Prévoir l'audition des compétiteurs</p> <p>2.2 – Prévoir une Étude d'esquisse (ESQ) ou d'Avant-projet sommaire (APS) → Évaluer le degré de recherche nécessaire → Évaluer le montant de l'indemnisation → Formaliser la présentation</p> <p>2.3 – Publier l'appel d'offres au BOAMP ou au JAL et au joue</p>

ÉTAPE 3		À PRÉVOIR DANS LA CONCEPTION DE L'AAPC	
ATTRIBUER LE MARCHÉ		ÉTUDE D'ESQUISSE (ESQ) OU D'AVANT-PROJET SOMMAIRE (APS)	PROFESSIONNEL(S) DANS LA COMMISSION
<p><b>3.1 – Choisir librement un designer ou une équipe de designers</b>                      → Analyser les offres                      → Établir le contrat</p>		<p>Aucune Étude d'esquisse (ESQ) ou d'Avant-projet sommaire (APS) n'est demandée avant le choix du designer ou de l'équipe de designers. Les maquettes ou les prototypes sont fournis par le designer pendant la réalisation du marché.</p>	<p><b>Optionnel</b>                      Au moins 1 designer professionnel au sein de la Commission d'appel d'offres ou du jury de concours, justifiant d'une qualification professionnelle au moins équivalente à celle exigée des candidats dans le cadre du marché.</p>
<p><b>3.1 – Choisir sans présentation d'une étude d'ESQ ou d'APS</b>                      → Analyser les offres et établir le contrat</p> <p><b>3.2 – OPTION: choisir avec présentation d'une étude d'ESQ ou d'APS</b>                      → Analyser les offres                      → Prévoir l'audition devant le commanditaire décisionnaire                      → Choisir le designer et établir le contrat                      → Avertir les concurrents non retenus et les indemniser</p>		<p>Aucune Étude d'esquisse (ESQ) ou d'Avant-projet sommaire (APS) n'est obligatoire. Les maquettes ou les prototypes sont fournis par le designer pendant la réalisation du marché.</p> <p><b>OPTION:</b> demande de Lettre de motivation préalablement au libre choix.</p> <p><b>OPTION:</b> demande d'Étude d'esquisse (ESQ) ou d'Avant-projet sommaire (APS) indemnisée.</p>	<p><b>Recommandé</b>                      Au moins 1 designer professionnel au sein de la Commission d'appel d'offres ou du jury de concours, justifiant d'une qualification professionnelle au moins équivalente à celle exigée des candidats dans le cadre du marché.</p>
<p><b>3.1 – Choisir avec présentation d'une étude d'ESQ ou d'APS</b>                      → Analyser les offres                      → Prévoir l'audition devant le commanditaire décisionnaire                      → Choisir le designer et établir le contrat                      → Avertir les concurrents non retenus et les indemniser</p>		<p><b>RECOMMANDATION AFD:</b> demande d'Étude d'esquisse (ESQ) ou d'Avant-projet sommaire (APS) indemnisée.</p>	<p><b>Obligatoire</b>                      Au moins 1 designer professionnel au sein de la Commission d'appel d'offres ou du jury de concours, justifiant d'une qualification professionnelle au moins équivalente à celle exigée des candidats dans le cadre du marché.</p>
<p><b>3.1 – Choisir avec présentation d'une étude d'ESQ ou d'APS</b>                      → Analyser les offres                      → Prévoir l'audition devant le commanditaire décisionnaire                      → Choisir le designer et établir le contrat                      → Avertir les concurrents non retenus et les indemniser</p>		<p><b>RECOMMANDATION AFD:</b> demande d'Étude d'esquisse (ESQ) ou d'Avant-projet sommaire (APS) indemnisée.</p>	<p><b>Obligatoire</b>                      Au moins 2 designers professionnels au sein de la Commission d'appel d'offres ou du jury de concours, justifiant d'une qualification professionnelle au moins équivalente à celle exigée des candidats dans le cadre du marché.</p>



# Marché inférieur à 25 000 € HT: procédure «*De gré à gré*»

## ÉTAPE 1 : PRÉPARER L'OFFRE DE MARCHÉ

### 1.1 – Répertorier les besoins

Déterminer la nature et l'étendue des besoins de la collectivité. Définir les objectifs de développement durable et sélectionner une nomenclature de spécifications techniques (normes, performances, caractéristiques environnementales<sup>1</sup>...). C'est une étape fondamentale de la commande publique pour éviter de modifier ou compléter les prestations en cours de réalisation du marché et éviter des difficultés par la suite.

À l'aide des différentes pièces<sup>2</sup> à produire dans le dossier d'appel d'offres, procéder au recensement exhaustif de tous les éléments discriminants (validation des objectifs, repérage systématique des besoins, modalités d'exécution...).

**À savoir:** pour vous assister dans la formulation de vos besoins et dans le choix du designer (Étape 3), il est possible de faire appel à un expert en design auprès de designers et de design managers qualifiés. Lire Annexe I.

### 1.2 – Rédiger le Cahier des charges

L'exhaustivité de l'étape précédente est fondamentale pour construire le Cahier des charges et déterminer le profil des candidatures recherchées (compétences, expérience, composition de l'équipe, moyens humains, techniques...). Lister les renseignements à fournir, fixer les critères d'évaluation et d'attribution du marché. Communiquer sur ces critères d'attribution, établir des bordereaux de prix cohérents.

En dessous de 25 000 € HT, aucune Étude d'esquisse (ESQ) ou d'Avant-projet sommaire (APS) n'est demandée. Les maquettes ou les prototypes sont fournis par le designer pendant la réalisation du marché. Intégrés à la prestation au poste « Recherche et premiers projets » du devis, ils sont facturés à 100% de la valeur de ce poste, y compris pour les projets sans suite.

**À savoir:** joindre au Cahier des charges, à l'attention des designers, un lexique des termes administratifs pour favoriser une prise en compte correcte du contenu de l'appel d'offres.

1. Articles 5 et 6 du Code des marchés publics.

2. Bordereau des prix unitaires (BPU), Détail estimatif (DE), Décomposition du prix global et forfaitaire (DPGF), Cahier des charges administratives générales (CCAG), Cahier des charges administratives particulières (CCAP), Cahier des clauses particulières (CCP), Cahier des clauses techniques particulières (CCTP).

## ÉTAPE 2 : CONSULTER LES PROFESSIONNELS

### 2.1 – Rechercher un designer ou une équipe de designers

#### → Lister les designers

Pour ce faire, visiter les sites Internet des professionnels. S'appuyer sur les qualifications, les références et les portfolios (lire Annexe I) pour sélectionner une liste de 3 designers. Puis procéder au choix d'un designer ou d'une équipe de designers.

**À noter:** lors d'un prochain appel d'offres, prévoir de renouveler la liste des candidats potentiels dans la proportion d'un tiers au minimum, afin de permettre à chacun l'accès aux marchés publics.

#### → Remettre le Cahier des charges, estimer le coût et de délai de la prestation

Adresser le Cahier des charges et effectuer une demande de devis comprenant le montant des honoraires de création, le suivi, le délai et le montant des droits d'auteur. Établir également un tarif horaire en cas de corrections et d'adaptations.

**À savoir:** le montant des droits d'auteur doit être séparé du montant des honoraires de création, y compris lorsque la rémunération se veut forfaitaire et globale. La cession des droits d'auteur doit être détaillée ainsi que les rémunérations correspondantes dans les documents contractuels, conformément aux dispositions du code de la propriété intellectuelle, notamment à celles de son article L 131-3.

Les règles de marché supplantant toujours les conditions générales de ventes, l'objet du marché est d'autoriser la personne publique à exploiter la création. Par le seul marché, le designer cède ses droits patrimoniaux, mais en limitant la portée de cette cession: ce qui a été prévu, la destination primaire du marché et la durée.

Dès l'instant où il est question de propriété intellectuelle, les tribunaux de grande instance sont aujourd'hui exclusivement compétents, même si l'une des parties au procès est une personne publique.

**À noter:** établir la cession des droits d'auteur en prenant en compte les différents cas de figure d'exploitation: exclusivité (les fichiers sources sont en principe inaccessibles, mais peuvent faire l'objet d'une négociation si leur transmission se justifie), espace d'utilisation (région, pays, international), durée et étendue d'utilisation.

Il convient de définir une exploitation réaliste par rapport à l'objectif du marché. Il est inutile, par exemple, de demander une cession des droits pour la durée maximum prévue par la loi (soit 70 ans après la mort de l'auteur). Cela aurait pour effet de surévaluer le montant des droits: dans la majorité des cas, les œuvres de design ne sont pas exploitées aussi longtemps. Pour évaluer le montant des droits d'auteur, lire Annexe I.



## ÉTAPE 3 : ATTRIBUER LE MARCHÉ

### 3.1 – Choisir librement un designer ou une équipe de designers

#### → Analyser les offres

Le choix peut entièrement se justifier par des critères qualitatifs. L'attribution s'effectue en privilégiant l'expertise et la valeur ajoutée, au regard du coût, sous le seuil des 25 000 € HT.

**À savoir:** pour vous assister dans votre choix, il est possible de faire appel à un expert en design auprès de designers et de design managers qualifiés. L'Agence pour la promotion de la création industrielle et la Cité du design de Saint-Étienne notamment, existent pour vous renseigner et vous assister dans ce domaine. Lire Annexe I.

**À noter:** la Charte AFD des marchés publics de design encourage les pouvoirs adjudicateurs à désigner au moins un designer professionnel au sein de la Commission d'appel d'offres ou du jury de concours, justifiant d'une qualification professionnelle au moins équivalente à celle exigée des candidats dans le cadre du marché.

#### → Établir le contrat

En cas de modification de la nature ou de l'étendu des prestations après l'attribution du marché, ces prestations complémentaires exigées par le commanditaire seront payées sur une base horaire.

Le designer ou l'équipe de designers étant les mieux placés pour défendre leur travail, argumenter sur les partis pris et répondre professionnellement aux questions soulevées, prévoir la présentation du travail **devant le commanditaire décisionnaire.** ✖



# Marché de 25 000 € HT à moins de 90 000 € HT: procédure adaptée ou formalisée «*Libre échange*»

## ÉTAPE 1 : PRÉPARER L'OFFRE DE MARCHÉ

### 1.1 – Répertorier les besoins

Déterminer la nature et l'étendue des besoins de la collectivité. Définir les objectifs de développement durable et sélectionner une nomenclature de spécifications techniques (normes, performances, caractéristiques environnementales<sup>3</sup>...). C'est une étape fondamentale de la commande publique pour éviter de modifier ou compléter les prestations en cours de réalisation du marché et éviter des difficultés par la suite.

À l'aide des différentes pièces<sup>4</sup> à produire dans le dossier d'appel d'offres, procéder au recensement exhaustif de tous les éléments discriminants (validation des objectifs, repérage systématique des besoins, modalités d'exécution...).

**À savoir:** pour vous assister dans la formulation de vos besoins et dans le choix du designer (Étape 3), il est possible de faire appel à un expert en design auprès de designers et de design managers qualifiés. Lire Annexe I.

### 1.2 – Rédiger le Cahier des charges

L'exhaustivité de l'étape précédente est fondamentale pour construire le Cahier des charges, la Lettre de consultation ou le Dossier de consultation des entreprises (DCE) et déterminer le profil des candidatures recherchées (compétences, expérience, composition de l'équipe, moyens humains, techniques...). Lister les renseignements à fournir, fixer les critères d'évaluation et d'attribution du marché. Communiquer sur ces critères d'attribution, établir des bordereaux de prix cohérents.

**À savoir:** joindre au Cahier des charges, à l'attention des designers, un lexique des termes administratifs (lire Annexe III) pour favoriser une prise en compte correcte du contenu de l'appel d'offres.

Si une demande d'Étude d'esquisse ou d'Avant-Projet Sommaire (APS) est exigée (voir Étape 3, point 3.2, page 29), cette demande doit être en adéquation avec les besoins identifiés. Fixer les critères d'évaluation et d'attribution du marché, préciser la procédure du marché adoptée: appel d'offre restreint ou ouvert, procédure négociée. Établir des bordereaux de prix cohérents.

**À savoir:** joindre au Cahier des charges, à l'attention des designers, un lexique des termes administratifs (lire Annexe III) pour favoriser une prise en compte correcte du contenu de l'appel d'offres.

3. Articles 5 et 6 du Code des marchés publics.

4. Bordereau des prix unitaires (BPU), Détail estimatif (DE), Décomposition du prix global et forfaitaire (DPGF), Cahier des charges administratives générales (CCAG), Cahier des charges administratives particulières (CCAP), Cahier des clauses particulières (CCP), Cahier des clauses techniques particulières (CCTP).

## ÉTAPE 2 : CONSULTER LES PROFESSIONNELS

### 2.1 – Rechercher un designer ou une équipe de designers

#### → Choisir la forme de l'appel d'offres

Cette consultation peut prendre plusieurs formes. L'appel d'offres restreint ou ouvert paraissent les plus adaptées au domaine des designers. Dans tous les cas, le pouvoir adjudicateur respecte notamment les principes de libre accès à la commande publique, d'égalité de traitements des candidats et de transparence des procédures.

Lors d'un appel d'offres restreint, les designers sont invités à présenter leur offre après une sélection: lister les designers, visiter les sites Internet des professionnels. S'appuyer sur les qualifications, les références et les portfolios (lire Annexe I) pour sélectionner une liste de 3 à 5 designers. Éventuellement, demander une présentation de l'équipe dédiée au projet et le niveau des moyens mis en œuvre. La personne publique négocie avec chacun des designers retenus sur les éléments du marché.

**À savoir:** lors d'un prochain appel d'offres restreint, prévoir de renouveler la liste des professionnels potentiels dans la proportion d'un tiers au minimum, afin de permettre à chacun l'accès aux marchés publics.

#### → Prévoir un délai adapté

Outre les délais indiqués à l'article 57 du CMP permettant aux candidats de réunir et d'adresser leurs documents administratifs nécessaires pour répondre à l'appel d'offres, le délai doit être adapté à la nature du marché, afin de laisser le temps de réflexion nécessaire au designer ou à l'équipe de designers, en adéquation avec les attentes de la commande (lire Annexe I).

#### → Remettre le Cahier des charges

Adresser le Cahier des charges, la Lettre de consultation ou le DCE à chaque compétiteur ou le mettre à disposition par téléchargement. Adresser la liste des compétiteurs sélectionnés à chaque compétiteur. Privilégier l'expertise, l'expérience professionnelle et la capacité technique, notamment, pour élire le designer retenu.

**À savoir:** le montant des droits d'auteur doit être séparé du montant des honoraires de création, y compris lorsque la rémunération se veut forfaitaire et globale. La cession des droits d'auteur doit être détaillée ainsi que les rémunérations correspondantes dans les documents contractuels, conformément aux dispositions du code de la propriété intellectuelle, notamment à celles de son article L 131-3.

À souligner que les règles du marché supplantent toujours les conditions générales de ventes. L'objet du marché est d'autoriser la personne publique à exploiter la création. Par le seul marché, le designer cède ses droits patrimoniaux, mais en limitant la portée de cette cession: ce qui a été prévu, la destination primaire du marché et la durée.

Dès l'instant où il est question de propriété intellectuelle, les tribunaux de grande instance sont aujourd'hui exclusivement compétents, même si l'une des parties au procès est une personne publique.

**À noter:** établir la cession des droits d'auteur en prenant en compte les différents cas de figure d'exploitation: exclusivité (les fichiers sources sont en principe incessibles, mais peuvent faire l'objet d'une négociation si leur transmission se justifie), espace d'utilisation (région, pays, international), durée et étendue d'utilisation.

Il convient de définir une exploitation réaliste par rapport à l'objectif du marché. Il est inutile, par exemple, de demander une cession des droits pour la durée maximum prévue par la loi (soit 70 ans après la mort de l'auteur). Cela aurait pour effet de surévaluer le montant des droits: dans la majorité des cas, les œuvres de design ne sont pas exploitées aussi longtemps. Pour évaluer le montant des droits d'auteur, lire Annexe I.

## 2.2 – OPTION: En cas de demande d'une Lettre de motivation, d'une Étude d'esquisse (ESQ) ou d'Avant-projet sommaire (APS)

Afin de choisir le designer, le commanditaire peut, optionnellement, demander aux candidats de fournir une Lettre de motivation, une Étude d'esquisse ou un Avant-projet sommaire, en complément de leurs dossiers (qualification, références, portfolio et devis). Cette option doit figurer dans l'avis d'offre de marché, qui doit indiquer si cette procédure est restreinte ou ouverte.

### → Évaluer le degré de recherche nécessaire

#### La Lettre de motivation

Préalablement au choix du designer ou de l'équipe de designers, lorsque le commanditaire demande aux candidats une Lettre de motivation, dans laquelle chacun expose sa perception des enjeux du projet et motive sa capacité à s'en saisir, ce document succinct ne doit en aucun cas se substituer à une demande de recommandation, de conseil ou de maquette (ESQ ou APS). Les idées du designer ne pouvant de ce fait être protégée en l'absence de leur matérialisation sur un support, l'indemnisation de la Lettre de motivation est recommandée, mais pas obligatoire (lire Annexe I).

#### L'Étude d'esquisse (ESQ) ou d'Avant-projet sommaire (APS)

Une étude d'ESQ ou d'APS représente une étape d'avancement importante sur la réalisation des travaux. Tout visuel doit être accompagné d'une note méthodologique pour vérifier la pertinence de la réponse au Cahier des charges. Son rôle est aussi de valider ou d'infirmer tout ou partie du contenu du Cahier des charges par rapport aux attentes de résultat. Lire Annexe I.

Cette demande préalable au choix du designer ou de l'équipe de designers, entraîne l'attribution d'une indemnisation convenable, en cohérence avec le coût de l'exercice professionnel du design.

**À savoir:** l'article 49 du Code des marchés publics (CMP) prévoit que: «Quel que soit le montant du marché, le pouvoir adjudicateur peut exiger que les offres soient accompagnées d'échantillons, de maquettes ou de prototypes concernant l'objet du marché [...]. Lorsque ces demandes impliquent un investissement significatif pour les candidats, elles donnent lieu au versement d'une prime.»

### → Évaluer le montant de l'indemnisation

S'appuyer sur le tableau des indemnisations de l'Annexe I, en pondérant le montant de l'indemnisation selon le degré de recherche nécessaire. Le montant et les délais de versement de l'indemnisation doivent être précisés dans le Cahier des clauses particulières (CCAP).

**À savoir:** une étude d'ESQ ou d'APS formalisée est une création et doit, à ce titre, être rémunérée. Le Code de la propriété intellectuelle est garant des droits tant moraux que patrimoniaux de l'auteur. La directive européenne de mai 2001 a introduit dans notre législation le droit à une compensation équitable pour les exceptions au droit d'auteur.

**À noter:** l'indemnité peut être annulée par le commanditaire pour un compétiteur qui n'aurait manifestement pas répondu au Cahier des charges. Cependant le concept de hors sujet est une notion à manier avec prudence, car il peut s'agir d'une extrapolation ou d'une voie créative, ressenties comme prématurées, mais qui peuvent constituer une réelle contribution aux développements futurs ou à la réflexion qui s'y rattache. Toute annulation d'indemnité doit être argumentée et justifiée.

### → Formaliser la présentation

Afin de donner une chance égale aux compétiteurs quels que soient leurs statuts (indépendant, collectif ou société), la présentation de l'étude d'ESQ ou d'APS doit respecter des critères communs. Lire Annexe I.

## 2.3 – Publicité de l'appel d'offres adaptée

La procédure adaptée avec publicité suffisante librement définie par la personne publique peut se faire sous forme d'une demande de trois devis et d'une annonce sur le site de la collectivité territoriale.

**À savoir:** la publicité est librement définie mais doit être adaptée à la nature des prestations et au prix du marché. C'est une publicité "proportionnelle" en somme, évalué en fonction des enjeux du marché, selon qu'il se situe proche des 25 000 € HT ou proche des 90 000 € HT.

**À noter:** la seule notification sur le site de la collectivité territoriale peut se révéler insuffisante pour favoriser l'accès à l'information auprès des designers. L'AFD encourage une publication aussi dans les journaux professionnels, dont une liste d'exemples est disponible sur [www.afd.eu.com/chartes.html](http://www.afd.eu.com/chartes.html)

## ÉTAPE 3 : ATTRIBUER LE MARCHÉ

### 3.1 – Choisir *sans* demande d'une étude d'ESQ ou d'APS

En dessous du seuil de 90 000 € HT, le marché peut être attribué sans demande d'étude d'ESQ ou d'APS préalable. L'examen des dossiers de candidatures s'effectue au regard des devis, des qualifications, des références et des portfolios. Le choix peut entièrement se justifier par des critères qualitatifs et financiers (la proposition économique la plus avantageuse n'implique pas qu'elle soit la moins onéreuse).

#### → Analyser les offres et établir le contrat

Identique à la procédure « De gré à gré » (voir point 3.1, page 23) .

## 3.2 – OPTION: choisir avec demande d'une étude d'ESQ ou d'APS

### → Analyser les offres

Passer au crible les offres selon les critères annoncés dans le Règlement de consultation ou la Lettre de consultation et dresser un rapport d'analyse des offres reçues. Ce rapport sert de base à l'évaluation et à la négociation.

### → Prévoir l'audition devant le commanditaire décisionnaire

Le designer ou l'équipe de designers sont les mieux placés pour présenter leur étude d'ESQ ou d'APS, argumenter sur les partis pris et répondre professionnellement aux questions soulevées. Mentionner dans le règlement de la consultation, la semaine ou le jour où elle peut se dérouler. Des traces écrites de l'audition doivent être conservées pour justifier le choix du compétiteur retenu.

**À noter:** la Charte AFD des marchés publics de design encourage les pouvoirs adjudicateurs à désigner au moins un designer professionnel au sein de la Commission d'appel d'offres ou du jury de concours, justifiant d'une qualification professionnelle au moins équivalente à celle exigée des candidats dans le cadre du marché.

**À savoir:** préciser aux compétiteurs les fonctions des membres de la Commission technique qui va examiner les offres. Respecter l'égalité de traitement des compétiteurs : temps imparti d'audition, type de présentation, composition de la commission technique...

### → Choisir le designer et établir le contrat

Notifier le marché en adressant un courrier de notification avec accusé de réception. Le contrat est l'acte d'engagement signé par la personne publique. D'autres documents visés par le règlement de consultation ont aussi une valeur contractuelle.

**À savoir:** entre l'information des candidats et la signature du contrat, il faut respecter un délai de 10 jours pour permettre aux candidats évincés de contester éventuellement l'attribution du marché. Si l'un des candidats évincés demande les motifs du rejet de sa candidature, un délai de 15 jours doit être observé.

### → Avertir les compétiteurs non retenus et les indemniser

Avertir les compétiteurs non retenus dès que le choix est intervenu. À partir du rapport d'analyse (sous forme de tableau ou de synthèse) être en capacité de ressortir les points qui ont entraîné le rejet. Les collectivités territoriales signataires de la Charte AFD des marchés publics de design s'engagent à publier des avis d'attribution pour les procédures ayant bénéficié d'annonces dans la presse et/ou sur un site Internet. L'intérêt de cette démarche qui donne à connaître le nom du compétiteur retenu est un gage de transparence et de respect des designers.

**À savoir:** d'après la jurisprudence de la Commission pour l'accès aux documents administratifs (CADA), les éléments à communiquer au compétiteur non retenu sont ceux relatifs à sa candidature et à celle du designer choisi. Il convient de restituer à chaque compétiteur non retenu le travail qu'il a soumis. Les études d'ESQ ou d'APS demeurent propriété des compétiteurs qui en sont auteurs.

Indemniser les compétiteurs non retenus selon les règles fixées dans les documents de la consultation. ✕





# Marché de 90 000 € HT à moins de 207 000 €<sup>5</sup> HT: procédure « *Dynamique projet* »

## ÉTAPE 1 : PRÉPARER L'OFFRE DE MARCHÉ

### 1.1 – Répertorier les besoins

Déterminer la nature et l'étendue des besoins de la collectivité. Définir les objectifs de développement durable et sélectionner une nomenclature de spécifications techniques (normes, performances, caractéristiques environnementales<sup>6</sup>...). C'est une étape fondamentale de la commande publique pour éviter de modifier ou compléter les prestations en cours de réalisation du marché et éviter des difficultés par la suite.

À l'aide des différentes pièces<sup>7</sup> à produire dans le dossier d'appel d'offres, procéder au recensement exhaustif de tous les éléments discriminants (validation des objectifs, repérage systématique des besoins, modalités d'exécution...).

**À savoir:** pour vous assister dans la formulation de vos besoins et dans le choix du designer (Étape 3), il est possible de faire appel à un expert en design auprès de designers et de design managers qualifiés. Lire Annexe I.

### 1.2 – Rédiger le Cahier des charges

L'exhaustivité de l'étape précédente est fondamentale pour construire le Cahier des charges, la Lettre de consultation ou le Dossier de consultation des entreprises (DCE) et déterminer le profil des candidatures recherchées (compétences, expérience, composition de l'équipe, moyens humains, techniques...). Lister les renseignements à fournir, fixer les critères d'évaluation et d'attribution du marché. Communiquer sur ces critères d'attribution, établir des bordereaux de prix cohérents.

**À savoir:** joindre au Cahier des charges, à l'attention des designers, un lexique des termes administratifs (lire Annexe III) pour favoriser une prise en compte correcte du contenu de l'appel d'offres.

5. Pour les entités adjudicatrices, le seuil de 207 000 € HT est remplacé par 387 000 € HT.

6. Articles 5 et 6 du Code des marchés publics.

7. Bordereau des prix unitaires (BPU), Détail estimatif (DE), Décomposition du prix global et forfaitaire (DPGF), Cahier des charges administratives générales (CCAG), Cahier des charges administratives particulières (CCAP), Cahier des clauses particulières (CCP), Cahier des clauses techniques particulières (CCTP).

## ÉTAPE 2 : CONSULTER LES PROFESSIONNELS

### 2.1 – Concevoir l'appel d'offres

#### → Rédiger un Avis d'appel public à la concurrence (AAPC)

L'AAPC doit comporter les éléments essentiels de l'appel d'offres: la liste des documents à fournir pour étayer la candidature, les critères de sélection, le nombre de candidats retenus, les niveaux d'indemnisation si des études d'ESQ ou d'APS doivent être présentées, les exigences concernant les fichiers sources (lire Annexe I).

#### → Prévoir un délai adapté

Outre les délais indiqués à l'article 57 du CMP permettant aux candidats de réunir et d'adresser leurs documents administratifs nécessaires pour répondre à l'appel d'offres, le délai doit être adapté à la nature du marché, afin de laisser le temps de réflexion nécessaire au designer ou à l'équipe de designers pour réaliser une étude d'ESQ ou d'APS pertinente, en adéquation avec les attentes de la commande (lire Annexe I).

#### → Remettre le Cahier des charges

Adresser le Cahier des charges, la Lettre de consultation ou le DCE à chaque compétiteur ou le mettre à disposition par téléchargement. Adresser la liste des compétiteurs sélectionnés à chaque compétiteur. Privilégier l'expertise, l'expérience professionnelle et la capacité technique, notamment, pour élire le designer retenu.

**À savoir:** le montant des droits d'auteur doit être séparé du montant des honoraires de création, y compris lorsque la rémunération se veut forfaitaire et globale. La cession des droits d'auteur doit être détaillée ainsi que les rémunérations correspondantes dans les documents contractuels, conformément aux dispositions du code de la propriété intellectuelle, notamment à celles de son article L 131-3.

À souligner que les règles du marché supplantent toujours les conditions générales de ventes. L'objet du marché est d'autoriser la personne publique à exploiter la création. Par le seul marché, le designer cède ses droits patrimoniaux, mais en limitant la portée de cette cession: ce qui a été prévu, la destination primaire du marché et la durée.

Dès l'instant où il est question de propriété intellectuelle, les tribunaux de grande instance sont aujourd'hui exclusivement compétents, même si l'une des parties au procès est une personne publique.

**À noter:** établir la cession des droits d'auteur en prenant en compte les différents cas de figure d'exploitation: exclusivité (les fichiers sources sont en principe incessibles, mais peuvent faire l'objet d'une négociation si leur transmission se justifie), espace d'utilisation (région, pays, international), durée et étendue d'utilisation.

Il convient de définir une exploitation réaliste par rapport à l'objectif du marché. Il est inutile, par exemple, de demander une cession des droits pour la durée maximum prévue par la loi (soit 70 ans après la mort de l'auteur). Cela aurait pour effet de surévaluer le montant des droits: dans la majorité des cas, les œuvres de design ne sont pas exploitées aussi longtemps. Pour évaluer le montant des droits d'auteur, lire Annexe I.

### → Prévoir l'audition des compétiteurs

Dès la rédaction du Cahier des charges, mentionner dans le règlement de la consultation, la semaine ou le jour où cette audition peut se dérouler. Adresser la liste des compétiteurs sélectionnés à chaque compétiteur.

## 2.2 – Prévoir une Étude d'esquisse (ESQ) ou d'Avant-projet sommaire (APS)

### → Évaluer le degré de recherche nécessaire

Une étude d'ESQ ou d'APS représente une étape d'avancement importante sur la réalisation des travaux. Tout visuel doit être accompagné d'une note méthodologique pour vérifier la pertinence de la réponse au Cahier des charges. Son rôle est aussi de valider ou d'infirmer tout ou partie du contenu du Cahier des charges par rapport aux attentes de résultat. Lire Annexe I.

Cette demande préalable au choix du designer ou de l'équipe de designers, entraîne l'attribution d'une indemnisation convenable, en cohérence avec le coût de l'exercice professionnel du design.

**À savoir:** l'article 49 du Code des marchés publics prévoit que: « Quel que soit le montant du marché, le pouvoir adjudicateur peut exiger que les offres soient accompagnées d'échantillons, de maquettes ou de prototypes concernant l'objet du marché [...]. Lorsque ces demandes impliquent un investissement significatif pour les candidats, elles donnent lieu au versement d'une prime.»

### → Évaluer le montant de l'indemnisation

S'appuyer sur le tableau des indemnisations de l'Annexe I, en pondérant le montant selon le degré de recherche nécessaire. Le montant et les délais de versement de l'indemnisation doivent être précisés.

**À savoir:** une étude d'ESQ ou d'APS formalisée est une création et doit, à ce titre, être rémunéré. Le Code de la propriété intellectuelle est garant des droits tant moraux que patrimoniaux de l'auteur. La directive européenne de mai 2001 a introduit dans notre législation le droit à une compensation équitable pour les exceptions au droit d'auteur.

**À noter:** l'indemnité peut être annulée par le commanditaire pour un compétiteur qui n'aurait manifestement pas répondu au Cahier des charges. Cependant la notion de hors sujet est à manier avec prudence, car il peut s'agir d'une extrapolation ou d'une voie créative, ressenties comme prématurées, mais qui peuvent constituer une réelle contribution aux développements futurs ou à la réflexion qui s'y rattache. Toute annulation d'indemnité doit être argumentée et justifiée.

### → Formaliser la présentation

Afin de donner une chance égale aux compétiteurs quels que soient leurs statuts (indépendant, collectif ou société), la présentation de l'étude d'ESQ ou d'APS doit respecter des critères communs. Lire Annexe I.

## 2.3 – Publier l'appel d'offres au BOAMP ou au JAL

Procéder à la publication de l'AAPC soit au Bulletin officiel des annonces des marchés publics (BOAMP), soit dans un journal habilité à recevoir des annonces légales (JAL), ainsi que sur le profil d'acheteur.

**À noter:** les seules notifications au BOAMP ou au JAL peuvent se révéler insuffisantes pour favoriser l'accès à l'information auprès des designers. L'AFD encourage une publication aussi dans les journaux professionnels, dont une liste d'exemples est disponible sur [www.afd.eu.com/chartes.html](http://www.afd.eu.com/chartes.html)

## ÉTAPE 3 : ATTRIBUER LE MARCHÉ

### 3.1 – Choisir avec présentation d'une étude d'ESQ ou d'APS

#### → Analyser les offres

Passer au crible les offres selon les critères annoncés dans le Règlement de consultation ou la Lettre de consultation et dresser un rapport d'analyse des offres reçues. Ce rapport sert de base à l'évaluation et à la négociation.

#### → Prévoir l'audition devant le commanditaire décisionnaire

Le designer ou l'équipe de designers sont les mieux placés pour présenter leur étude d'ESQ ou d'APS, argumenter sur les partis pris et répondre professionnellement aux questions soulevées. Mentionner dans le règlement de la consultation, la semaine ou le jour où elle peut se dérouler. Des traces écrites de l'audition doivent être conservées pour justifier le choix du compétiteur retenu.

**À noter:** la Charte AFD des marchés publics de design encourage les pouvoirs adjudicateurs à désigner au moins un designer professionnel au sein de la Commission d'appel d'offres ou du jury de concours, justifiant d'une qualification professionnelle au moins équivalente à celle exigée des candidats dans le cadre du marché.

**À savoir:** préciser aux compétiteurs les fonctions des membres de la Commission technique qui va examiner les offres. Respecter l'égalité de traitement des compétiteurs : temps imparti d'audition, type de présentation, composition de la commission technique...

#### → Choisir le designer et établir le contrat

Notifier le marché en adressant un courrier de notification avec accusé de réception. Le contrat est l'acte d'engagement signé par la personne publique. D'autres documents visés par le règlement de consultation ont aussi une valeur contractuelle.

**À savoir:** entre l'information des candidats et la signature du contrat, il faut respecter un délai de 10 jours pour permettre aux candidats évincés de contester éventuellement l'attribution du marché. Si l'un des candidats évincés demande les motifs du rejet de sa candidature, un délai de 15 jours doit être observé.

### → **Avertir les concurrents non retenus et les indemniser**

Avertir les concurrents non retenus dès que le choix est intervenu. À partir du rapport d'analyse (sous forme de tableau ou de synthèse) être en capacité de ressortir les points qui ont entraîné le rejet. Les collectivités territoriales signataires de la Charte AFD des marchés publics de design s'engagent à publier des avis d'attribution pour les procédures ayant bénéficié d'annonces dans la presse et/ou sur un site Internet. L'intérêt de cette démarche qui donne à connaître le nom du concurrent retenu est un gage de transparence et de respect des designers.

**À savoir:** d'après la jurisprudence de la Commission pour l'accès aux documents administratifs (CADA), les éléments à communiquer au concurrent non retenu sont ceux relatifs à sa candidature et à celle du designer choisi. Il convient de restituer à chaque concurrent non retenu le travail qu'il a soumis. Les études d'ESQ ou d'APS demeurent propriété des concurrents qui en sont auteurs.

Indemniser les concurrents non retenus selon les règles fixées dans les documents de la consultation. ✖



# Marché supérieur à 207 000 €<sup>8</sup> HT: procédure «*Projet tremplin*»

## ÉTAPE 1 : PRÉPARER L'OFFRE DE MARCHÉ

### 1.1 – Répertorier les besoins

Déterminer la nature et l'étendue des besoins de la collectivité. Définir les objectifs de développement durable et sélectionner une nomenclature de spécifications techniques (normes, performances, caractéristiques environnementales<sup>9</sup>...). C'est une étape fondamentale de la commande publique pour éviter de modifier ou compléter les prestations en cours de réalisation du marché et éviter des difficultés par la suite.

À l'aide des différentes pièces<sup>10</sup> à produire dans le dossier d'appel d'offres, procéder au recensement exhaustif de tous les éléments discriminants (validation des objectifs, repérage systématique des besoins, modalités d'exécution...).

**À savoir:** pour vous assister dans la formulation de vos besoins et dans le choix du designer (Étape 3), il est possible de faire appel à un expert en design auprès de designers et de design managers qualifiés. Lire Annexe I.

### 1.2 – Rédiger le Cahier des charges

L'exhaustivité de l'étape précédente est fondamentale pour construire le Cahier des charges, la Lettre de consultation ou le Dossier de consultation des entreprises (DCE) et déterminer le profil des candidatures recherchées (compétences, expérience, composition de l'équipe, moyens humains, techniques...). Lister les renseignements à fournir, fixer les critères d'évaluation et d'attribution du marché. Communiquer sur ces critères d'attribution, établir des bordereaux de prix cohérents.

**À savoir:** joindre au Cahier des charges, à l'attention des designers, un lexique des termes administratifs (lire Annexe III) pour favoriser une prise en compte correcte du contenu de l'appel d'offres.

8. Pour les entités adjudicatrices, le seuil de 207 000 € HT est remplacé par 387 000 € HT.

9. Articles 5 et 6 du Code des marchés publics.

10. Bordereau des prix unitaires (BPU), Détail estimatif (DE), Décomposition du prix global et forfaitaire (DPGF), Cahier des charges administratives générales (CCAG), Cahier des charges administratives particulières (CCAP), Cahier des clauses particulières (CCP), Cahier des clauses techniques particulières (CCTP).

## ÉTAPE 2 : CONSULTER LES PROFESSIONNELS

### 2.1 – Concevoir l'appel d'offres

#### → Rédiger un Avis d'appel public à la concurrence (AAPC)

L'AAPC doit comporter les éléments essentiels de l'appel d'offres: la liste des documents à fournir pour étayer la candidature, les critères de sélection, le nombre de candidats retenus, les niveaux d'indemnisation si des études d'ESQ ou d'APS doivent être présentées, les exigences concernant les fichiers sources (lire Annexe I).

#### → Prévoir un délai adapté

Outre les délais indiqués à l'article 57 du CMP permettant aux candidats de réunir et d'adresser leurs documents administratifs nécessaires pour répondre à l'appel d'offres, le délai doit être adapté à la nature du marché, afin de laisser le temps de réflexion nécessaire au designer ou à l'équipe de designers pour réaliser une étude d'ESQ ou d'APS pertinente, en adéquation avec les attentes de la commande (lire Annexe I).

#### → Remettre le Cahier des charges

Adresser le Cahier des charges, la Lettre de consultation ou le DCE à chaque compétiteur ou le mettre à disposition par téléchargement. Adresser la liste des compétiteurs sélectionnés à chaque compétiteur. Privilégier l'expertise, l'expérience professionnelle et la capacité technique, notamment, pour élire le designer retenu.

**À savoir:** le montant des droits d'auteur doit être séparé du montant des honoraires de création, y compris lorsque la rémunération se veut forfaitaire et globale. La cession des droits d'auteur doit être détaillée ainsi que les rémunérations correspondantes dans les documents contractuels, conformément aux dispositions du code de la propriété intellectuelle, notamment à celles de son article L 131-3.

À souligner que les règles du marché supplantent toujours les conditions générales de ventes. L'objet du marché est d'autoriser la personne publique à exploiter la création. Par le seul marché, le designer cède ses droits patrimoniaux, mais en limitant la portée de cette cession: ce qui a été prévu, la destination primaire du marché et la durée.

Dès l'instant où il est question de propriété intellectuelle, les tribunaux de grande instance sont aujourd'hui exclusivement compétents, même si l'une des parties au procès est une personne publique.

**À noter:** établir la cession des droits d'auteur en prenant en compte les différents cas de figure d'exploitation: exclusivité (les fichiers sources sont en principe incessibles, mais peuvent faire l'objet d'une négociation si leur transmission se justifie), espace d'utilisation (région, pays, international), durée et étendue d'utilisation.

Il convient de définir une exploitation réaliste par rapport à l'objectif du marché. Il est inutile, par exemple, de demander une cession des droits pour la durée maximum prévue par la loi (soit 70 ans après la mort de l'auteur). Cela aurait pour effet de surévaluer le montant des droits: dans la majorité des cas, les œuvres de design ne sont pas exploitées aussi longtemps. Pour évaluer le montant des droits d'auteur, lire Annexe I.



### → **Prévoir l'audition des compétiteurs**

Dès la rédaction du Cahier des charges, mentionner dans le règlement de la consultation, la semaine ou le jour où cette audition peut se dérouler. Adresser la liste des compétiteurs sélectionnés à chaque compétiteur.

## 2.2 – Prévoir une Étude d'esquisse (ESQ) ou d'Avant-projet sommaire (APS)

### → **Évaluer le degré de recherche nécessaire**

Une étude d'ESQ ou d'APS représente une étape d'avancement importante sur la réalisation des travaux. Tout visuel doit être accompagné d'une note méthodologique pour vérifier la pertinence de la réponse au Cahier des charges. Son rôle est aussi de valider ou d'infirmer tout ou partie du contenu du Cahier des charges par rapport aux attentes de résultat. Lire Annexe I.

Cette demande préalable au choix du designer ou de l'équipe de designers, entraîne l'attribution d'une indemnisation convenable, en cohérence avec le coût de l'exercice professionnel du design.

**À savoir:** l'article 49 du Code des marchés publics prévoit que: «Quel que soit le montant du marché, le pouvoir adjudicateur peut exiger que les offres soient accompagnées d'échantillons, de maquettes ou de prototypes concernant l'objet du marché [...]. Lorsque ces demandes impliquent un investissement significatif pour les candidats, elles donnent lieu au versement d'une prime.»

### → **Évaluer le montant de l'indemnisation**

S'appuyer sur le tableau des indemnisations de l'Annexe I, en pondérant le montant selon le degré de recherche nécessaire. Le montant et les délais de versement de l'indemnisation doivent être précisés.

**À savoir:** une étude d'ESQ ou d'APS formalisée est une création et doit, à ce titre, être rémunéré. Le Code de la propriété intellectuelle est garant des droits tant moraux que patrimoniaux de l'auteur. La directive européenne de mai 2001 a introduit dans notre législation le droit à une compensation équitable pour les exceptions au droit d'auteur.

**À noter:** l'indemnité peut être annulée par le commanditaire pour un compétiteur qui n'aurait manifestement pas répondu au Cahier des charges. Cependant la notion de hors sujet est à manier avec prudence, car il peut s'agir d'une extrapolation ou d'une voie créative, ressenties comme prématurées, mais qui peuvent constituer une réelle contribution aux développements futurs ou à la réflexion qui s'y rattache. Toute annulation d'indemnité doit être argumentée et justifiée.

### → **Formaliser la présentation**

Afin de donner une chance égale aux compétiteurs quels que soient leurs statuts (indépendant, collectif ou société), la présentation de l'étude d'ESQ ou d'APS doit respecter des critères communs. Lire Annexe I.

## 2.3 – Publier l'appel d'offres au BOAMP ou au JAL et au JOUE

Procéder à la publication de l'AAPC au Bulletin officiel des annonces des marchés publics (BOAMP) ou dans un journal habilité à recevoir des annonces légales (JAL), au Journal officiel de l'Union européenne (JOUE), ainsi que sur le profil d'acheteur.

**À noter:** les seules notifications au BOAMP ou au JAL peuvent se révéler insuffisantes pour favoriser l'accès à l'information auprès des designers. L'AFD encourage une publication aussi dans les journaux professionnels, dont une liste d'exemples est disponible sur [www.afd.eu.com/chartes.html](http://www.afd.eu.com/chartes.html)

## ÉTAPE 3 : ATTRIBUER LE MARCHÉ

### 3.1 – Choisir avec présentation d'une étude d'ESQ ou d'APS

#### → Analyser les offres

Passer au crible les offres selon les critères annoncés dans le Règlement de consultation ou la Lettre de consultation et dresser un rapport d'analyse des offres reçues. Ce rapport sert de base à l'évaluation et à la négociation.

#### → Prévoir l'audition devant le commanditaire décisionnaire

Le designer ou l'équipe de designers sont les mieux placés pour présenter leur étude d'ESQ ou d'APS, argumenter sur les partis pris et répondre professionnellement aux questions soulevées. Mentionner dans le règlement de la consultation, la semaine ou le jour où elle peut se dérouler. Des traces écrites de l'audition doivent être conservées pour justifier le choix du compétiteur retenu.

**À noter:** la Charte AFD des marchés publics de design encourage les pouvoirs adjudicateurs à désigner au moins un designer professionnel au sein de la Commission d'appel d'offres ou du jury de concours, justifiant d'une qualification professionnelle au moins équivalente à celle exigée des candidats dans le cadre du marché.

**À savoir:** préciser aux compétiteurs les fonctions des membres de la Commission technique qui va examiner les offres. Respecter l'égalité de traitement des compétiteurs : temps imparti d'audition, type de présentation, composition de la commission technique...

#### → Choisir le designer et établir le contrat

Notifier le marché en adressant un courrier de notification avec accusé de réception. Le contrat est l'acte d'engagement signé par la personne publique. D'autres documents visés par le règlement de consultation ont aussi une valeur contractuelle.

**À savoir:** entre l'information des candidats et la signature du contrat, il faut respecter un délai de 10 jours pour permettre aux candidats évincés de contester éventuellement l'attribution du marché. Si l'un des candidats évincés demande les motifs du rejet de sa candidature, un délai de 15 jours doit être observé.

### → Avertir les concurrents non retenus et les indemniser

Avertir les concurrents non retenus dès que le choix est intervenu. À partir du rapport d'analyse (sous forme de tableau ou de synthèse) être en capacité de ressortir les points qui ont entraîné le rejet. Les collectivités territoriales signataires de la Charte AFD des marchés publics de design s'engagent à publier des avis d'attribution pour les procédures ayant bénéficié d'annonces dans la presse et/ou sur un site Internet. L'intérêt de cette démarche qui donne à connaître le nom du concurrent retenu est un gage de transparence et de respect des designers.

**À savoir:** d'après la jurisprudence de la Commission pour l'accès aux documents administratifs (CADA), les éléments à communiquer au concurrent non retenu sont ceux relatifs à sa candidature et à celle du designer choisi. Il convient de restituer à chaque concurrent non retenu le travail qu'il a soumis. Les études d'ESQ ou d'APS demeurent propriété des concurrents qui en sont auteurs.

Indemniser les concurrents non retenus selon les règles fixées dans les documents de la consultation. ✖



# Annexe I – Définitions

## Les activités du design concernées par la Charte AFD

Les offres de marchés publics de design sont des marchés de prestations intellectuelles et artistiques, ils font référence à la production de matière grise, de la réflexion pure et la création d'œuvres de design destinées à être reproduites ou présentées à un public.

Les offres de marchés publics de design sont adressées aux professionnels dont l'activité principale est celle des designers des espaces, des messages, des produits, dont la nomenclature des activités françaises (NAF) et européenne (NACE) sont spécifiés ci-dessous.

France: NAF rév. 2, groupe 74.1 et sous-groupes 74.1 intitulés *Activités spécialisées de design*  
Europe: NACE rev. 2, 74.1 et sous-groupes 74.1 intitulés *Specialised design activities*

## Les formes d'exercices des designers

Il n'existe pas de statut spécifique à l'exercice du design. Les designers peuvent exercer sous plusieurs formes juridiques, pouvant être cumulées et dépendre de plusieurs statuts sociaux: société, profession libérale au RSI, indépendant affilié à la sécurité sociale des auteurs (Agessa-Maison des artistes), auto-entrepreneur, portage salarial.

La forme d'exercice est déterminée par les champs d'activités et les choix de développement du designer, elle ne reflète en aucun cas son niveau de qualification ou de compétence en matière de design. Aucune forme d'exercice ne doit être privilégiée ou ne doit présider aux critères d'attribution d'un marché de design.

## Candidat(s) et compétiteur(s)

**Candidat** désigne le designer ou l'équipe de designers sur les rangs d'un appel d'offres.

**Compétiteur** désigne le ou les candidat(s) sélectionné(s) pour soumettre une Lettre de motivation, une Étude d'esquisse (ESQ) ou un Avant-projet sommaire (APS) dans le cadre d'un appel d'offres.

## Fichiers sources

Une œuvre originale créée en utilisant l'outil informatique ou numérisée est techniquement copiable à volonté. Cela ne signifie pas qu'elle est librement utilisable. Les fichiers sources restent la propriété des designers. Leur livraison doit être justifiée et accompagnée d'une note de cession de droits d'auteur définissant précisément leurs conditions d'utilisation.

## Portfolio

Dossier de présentation des créations en général sous forme papier, numérique ou vidéo. Le portfolio est un moyen de montrer le savoir-faire d'un designer ou d'une équipe de designers.

## Qualifications

Un designer professionnel possède un haut degré de formation artistique et technique, voire scientifique, ainsi qu'une éthique professionnelle. Il dessine à dessein avec une capacité d'analyse et de conseil auprès de ses commanditaires. Bien qu'il n'ait pas à résoudre des problèmes techniques purs, le designer peut suivre le bon déroulement technique d'un projet.

Les qualifications doivent correspondre aux métiers répertoriés par l'Organisation internationale du travail (OIT) dans la Classification internationale type des professions, 2008 (CITP-08), classe n° 216 « Architectes, urbanistes, géomètres et *concepteurs* » (termes choisis pour traduire en français la classification en anglais ISCO), disponible sur [www.ilo.org](http://www.ilo.org) ou sur [www.afd.eu.com](http://www.afd.eu.com).

## Références

Étudier les références les plus significatives: la problématique à résoudre, le rôle du designer, son suivi des opérations, sa démarche environnementale, ses procédures expérimentales, ses récompenses... **Important:** le rôle et la vision du designer ou d'une équipe de designers sont par essence généraliste et pluridisciplinaire. Il n'est pas nécessaire d'exiger des références correspondant strictement à l'objet du marché. Il est préférable d'en demander de complexité équivalente.

## Éléments pouvant être demandés aux concurrents pour l'attribution de marchés supérieurs à 25 000 € HT

Pour faciliter la compréhension du processus d'attribution des marchés auprès des designers, la Charte AFD reprend la terminologie "Étude d'esquisses" (ESQ) et "Avant-projet sommaire" (APS) de la loi MOP relative à la maîtrise d'ouvrage publique, qui définit les éléments de mission de maîtrise d'œuvre pour les opérations de construction. Toutefois, la Charte AFD ne concernant que les marchés de prestations intellectuelles et artistiques, l'objet des prestations est adapté aux spécificités des activités des designers.

### → La Lettre de motivation

Une Lettre de motivation est un texte préliminaire dans lequel le ou les candidats exposent leur perception des enjeux du projet et motivent leur capacité à s'en saisir. Cette lettre peut être demandée afin de sélectionner une *short-list* de concurrents.

Y sont exprimés les moyens dont ils disposent pour investir le sujet et ce qui peut les distinguer dans leur démarche. Aucune étude, expertise, conseil ou recommandation, ni maquette, ne figurent dans une Lettre de motivation.

**Présentation:** un texte de 500 mots maximum sur un recto A4.

### → L'Étude d'esquisse (ESQ)

Elle a pour objet de proposer une ou plusieurs solutions d'ensemble, traduisant les éléments majeurs du programme, d'en indiquer les délais de réalisation et d'examiner leur compatibilité avec la partie de l'enveloppe financière prévisionnelle retenue par le maître de l'ouvrage et affectée aux travaux; de vérifier la faisabilité de l'opération au regard des différentes contraintes du programme.

**Présentation:** les visuels et tous les éléments nécessaires à la bonne compréhension du projet sont remis sous format numérique afin d'être étudiés par le commanditaire dans un souci d'égalité et de prise en compte des enjeux environnementaux (lire la Charte AFD des éco-designers). Le ou les designers font leur affaire de la protection de leur support numérique.

### → L'Avant-projet sommaire (APS)

Il a pour objet de préciser la ligne directrice du projet et son esprit. Il devra permettre selon les thématiques englobées, d'apprécier les volumes, les formes et l'axe stratégique général. Il abordera le cas échéant les dispositions techniques, les processus de fabrication. Il précisera le calendrier de réalisation ainsi qu'une estimation provisoire du montant des travaux.

Fruit d'une étude approfondie du sujet, l'APS constitue la réponse apportée par le ou les designers à la problématique du commanditaire, il montre de manière tangible et explicite les idées et les solutions du ou des designers.

Les écrits indiquent notamment le caractère unique, complexe, et interdisciplinaire, les tâches à réaliser, l'organisation, la gestion dans le temps, les compétences requises, la communication, la coordination, la part de nouveauté et d'innovation...

**Présentation:** les visuels et tous les éléments nécessaires à la bonne compréhension du projet sont remis sous format numérique afin d'être étudiés par le commanditaire dans un souci d'égalité et de prise en compte des enjeux environnementaux (lire la Charte AFD des écodesigners). Le ou les designers font leur affaire de la protection de leur support numérique.

## Estimer le délai de création, le montant des honoraires de création et les droits d'auteur d'un projet de design

Les délais, les montants d'honoraires et de droits d'auteur peuvent être estimés à l'aide des devis demandés aux candidats.



Il existe le site [www.CalKulator.com](http://www.CalKulator.com), un guide de tarification qui aide les collectivités à évaluer le montant d'un marché de design et facilite le calcul des droits d'exploitation des créations. Édité par l'association Moneydesign, cet outil provient d'une coopération entre organismes professionnels.

Les coûts sont indicatifs, ils n'entravent pas la libre concurrence, les pouvoirs adjudicataires et les candidats aux marchés publics n'ayant pas l'obligation de rester dans le cadre des montants estimés par ce guide.

## Estimer le délai d'un appel d'offres de design

Outre le délai légal permettant aux candidats de réunir et d'adresser leurs documents administratifs nécessaires à l'appel d'offres (article 57 du CMP), toute demande d'ESQ ou d'APS (Étape 2) implique de prendre en compte un délai supplémentaire, défini en fonction des seuils de marchés ci-dessous.

SEUILS DU CMP	SEUILS DE LA CHARTE AFD	DÉLAIS MINIMUM
1	Inférieur à 25 000 € HT	<i>Sur devis</i>
2	De 25 000 € à 50 000 € HT	Minimum 15 jours ouvrés (ou 3 semaines)
	De 50 000 € à 90 000 € HT	Minimum 25 jours ouvrés (ou 5 semaines)
3	De 90 000 € à 207 000 € HT	Minimum 35 jours ouvrés (ou 7 semaines)
4	Supérieur à 207 000 € HT	Minimum 45 jours ouvrés (ou 9 semaines)

## Estimer le montant de l'indemnisation de l'appel d'offres

Le seuil du marché induit le montant global de l'indemnisation. Le principe préconisé par l'AFD, à l'exemple de plusieurs pays européens, est d'allouer:

- 20 % du budget global d'un appel d'offres de seuil 1 ou 2 à l'indemnisation, à partager entre les compétiteurs non retenus (le candidat retenu étant rémunéré par le marché) ;
- 10 % du budget global d'un appel d'offres de seuil 3 ou 4 à l'indemnisation, à partager entre les compétiteurs non retenus (le candidat retenu étant rémunéré par le marché).

L'indemnisation d'une lettre de motivation est conseillée. L'indemnisation d'une étude d'esquisse (visuels et note méthodologique) ou d'un Avant-projet sommaire est obligatoire.

**Il convient d'ajuster le nombre de compétiteurs au montant global alloué à l'indemnisation :** un budget d'indemnisation réduit implique de faire appel à un nombre de compétiteurs réduit.

**La nature des éléments demandés doit être proportionnelle à la capacité d'indemnisation.**

Le montant d'indemnisation est calculé sur la base de la moyenne nationale des prix professionnels constatés au 1<sup>er</sup> janvier 2015, soit 680€ HT par jour/homme ouvré, ou 85€ de l'heure en cas de corrections demandées par le client lors de la compétition (source [www.calculator.com](http://www.calculator.com)).

SEUILS DU CODE DES MARCHÉS PUBLICS	BUDGET GLOBAL D'INDEMNISATION PRÉCONISÉ	ÉLÉMENTS DEMANDÉS AUX COMPÉTITEURS	INDEMNISATION PAR JOUR/HOMME OUVRÉ	NOMBRE DE COMPÉTITEURS PRÉCONISÉ	INDEMNISATION
1 Inférieur à 25000€ HT	Poste de recherche du premier projet sur devis	Sur devis	Sur devis	Aucun	—
2 De 25000€ HT à moins de 90000€ HT	5000€ HT à 18000€ HT	Lettre de motivation	1/2 à 1 jour/homme, soit 340€ à 680€ HT	2 à 8	Conseillée
		Études d'esquisse (ESQ)	2 à 3 jours/homme, soit 1360€ à 2040€ HT	2 à 4	Oui
		Avant-projet sommaire (APS)	4 à 5 jours/homme, soit 2720€ à 3400€ HT	2 à 4	Oui
3 Entre 90000€ HT et 207000€ HT	9000€ HT à 20700€ HT	Lettre de motivation	1/2 à 1 jour/homme, soit 340€ à 680€ HT	3 à 5	Conseillée
		Études d'esquisse (ESQ)	4 à 5 jours/homme, soit 2720€ à 3400€ HT	3 à 5	Oui
		Avant-projet sommaire (APS)	6 à 7 jours/homme, soit 4080€ à 4760€ HT	3 à 5	Oui
4 Supérieur à 207000€ HT	20700€ HT minimum	Lettre de motivation	1/2 à 1 jour/homme, soit 340€ à 680€ HT	3 à 5	Conseillée
		Études d'esquisse (ESQ)	6 à 7 jours/homme, soit 4080€ à 4760€ HT	3 à 5	Oui
		Avant-projet sommaire (APS)	8 à 9 jours/homme, soit 5440€ à 6120€ HT	3 à 5	Oui



## Demander l'assistance d'un expert

Il existe des organismes, comme l'**Agence pour la promotion de la création industrielle (APCI)** pour vous renseigner et vous assister dans l'analyse de vos besoins, la rédaction du Cahier des charges et le choix des designers.

L'APCI ([www.apci.asso.fr](http://www.apci.asso.fr)) s'inscrit dans le mouvement international de reconnaissance du design comme facteur clé de la compétitivité des entreprises et de l'innovation économique, sociale et culturelle. Ses objectifs généraux sont :

- sensibiliser les entreprises au rôle du design dans le processus d'innovation, particulièrement dans les secteurs où le design est encore peu développé ;
- informer le grand public et le former à une demande de produits bien conçus ;
- développer l'utilisation du design par les pouvoirs publics pour améliorer la qualité de la vie ;
- améliorer la connaissance de l'offre de design en France et soutenir son développement ;
- assurer la promotion du design en France et du design français à l'étranger.

La Cité du design de Saint-Étienne ([www.citedudesign.com](http://www.citedudesign.com)) accompagne notamment les collectivités du territoire Rhône-Alpes pour :

- des sensibilisations au design (invitations à des séminaires, conférences, expositions etc.);
- des prédiagnostics de la commande publique de design en amont du cahier des charges et d'une consultation);
- une assistance à maîtrise d'ouvrage (aide à la rédaction du Cahier des charges, consultation et suivi de projet);
- la diffusion de tous appels d'offres des collectivités sur le site de la Cité du design. ✖

# Annexe II – *Label de la Charte AFD des marchés publics de design*

## Objectifs du label

Le label AFD de la Charte AFD des marchés publics de design peut être attribué aux personnes publiques en France et dans la Communauté européenne. Il a pour but de :

- promouvoir les personnes publiques ayant un impact positif dans la commande aux designers;
- faciliter le dialogue entre l'État, les collectivités et les professionnels du design;
- valoriser une attitude citoyenne au bénéfice de tous, publics et professionnels;
- favoriser l'investissement public de qualité pour produire un design public de qualité.

## Philosophie du label

Les critères du label sont définis dans l'esprit de la présente Charte AFD des marchés publics de design. Pour obtenir le label, la personne publique doit respecter toutes les valeurs suivantes :

- encourager les bonnes pratiques des métiers du design;
- s'inscrire dans une démarche socialement responsable;
- s'inscrire dans une démarche écologiquement responsable.

Ces critères établis, évalués et révisés par l'Alliance française des designers, sont publiés sur le site de l'AFD. L'AFD souhaite équilibrer le respect de ses critères et s'adapter aux particularités de chaque marché, c'est pourquoi ils doivent être souples et suivre l'évolution du Code des marchés publics.

## Comité du label

Le Comité du label AFD est composé de membres du conseil d'administration de l'AFD, d'experts en droit public et en propriété intellectuelle, réunis selon les spécificités de chaque demande d'attribution.

Le Comité du label AFD se réunit pour statuer sur les demandes et les confirmations de labellisation. Les membres du comité prennent leurs décisions à l'unanimité.

## Demande d'attribution

La personne publique soumise au droit français et européen enregistre une demande d'attribution à l'AFD pour valoriser sa démarche qualitative en matière d'appels d'offres de design.

Le Comité du label AFD contrôle si la démarche est conforme aux critères du label et décide de son attribution. En cas de décision favorable, il conclut un contrat type avec la personne publique, portant sur les conditions d'utilisation du label.



Les demandes d'attribution du label AFD sont soumises au paiement d'une redevance. L'utilisation du label est également soumise au paiement d'une redevance annuelle par l'utilisateur. Le montant des redevances est défini sur devis au regard des utilisations prévues.

Tout AAPC auquel est attribué le label AFD est reconnaissable par un pictogramme représentant le logo AFD entouré d'une couronne de laurier et du titre du label précisé, tel que décrit ci-contre.

La personne publique et l'AFD encouragent l'utilisation du label AFD en organisant des campagnes de sensibilisation et d'information.

## Attribution du label AFD

### Introduction de la demande

Le représentant de la personne publique enregistre une demande de labellisation via le site de l'AFD, à l'adresse [WWW.AFD.EU.COM/CHARTES.HTML](http://WWW.AFD.EU.COM/CHARTES.HTML)

### Examen de la demande

La demande est analysée en tenant compte des engagements ci-dessous :

- de la motivation de la personne publique quant au partenariat avec l'AFD que sa demande de labellisation implique;
- de la traçabilité de la démarche de la personne publique;
- des règles internes de la personne publique qui énoncent ses valeurs et sa façon de travailler;
- de la qualité, la clarté et l'exhaustivité de l'information diffusée par la personne publique;
- respecter la propriété intellectuelle des designers en prévoyant des cessions de droits d'auteur rémunérées à la mesure des exploitations réelles des œuvres produites;
- ne pas produire du dumping ou une paupérisation par des rémunérations inférieures aux bonnes pratiques professionnelles;
- en cas de demande de recommandation, d'une Étude d'esquisse ou d'avant-projet sommaire, indemniser sur les bases du tarif minimum homme/jour défini de la présente charte (lire page 45) le travail accompli par le designer.

### Labellisation

Le Comité du label AFD statue sur la demande de labellisation et prévient la personne publique. En cas de refus de labellisation, la personne publique peut présenter des éléments nouveaux de nature à réintroduire sa demande.

### Contrôle

Un contrôle peut être opéré dès la labellisation. Il est basé sur les éléments fournis lors de la demande de labellisation et sur un entretien avec la personne publique. Toute démarche faisant l'objet d'une sanction de la part du Comité du label AFD ne peut pas être labellisée.

En cas de révision des critères de labellisation, le Comité du label AFD informe la personne publique et vérifie que sa démarche reste en conformité. S'ils ne répondent plus aux nouveaux critères, le Comité du label AFD prévient la personne publique, qui dispose d'un délai pour se mettre en conformité. Passé le délai, le label est retiré. ✘

## Annexe III – Lexique

Dossier rédigé par le groupe de travail initié à Angers (voir les contributions dans Crédits, page 56).

### Dix points incontournables d'un Avis d'appel public à la concurrence (AAPC)

La rédaction d'un AAPC exige une attention particulière pour obtenir des propositions en adéquation avec les caractéristiques et les besoins de l'appel d'offres.

1. Présenter clairement la collectivité ou l'administration qui émet l'appel d'offres, le mène à bonne fin, contrôle la réalisation du projet et assure le règlement financier.
2. Communiquer les coordonnées du site de la collectivité ou de l'administration, pour consultation, téléchargement de documents (RC, CCTP...) et proposer le dépôt d'une offre dématérialisée sur une plate-forme dédiée.
3. Préciser le département de publication afin de classer les annonces selon leur provenance géographique.
4. Définir exactement le type de marché, bien repérer les détails essentiels de la commande: quels travaux, quelles fournitures, quels services... Présenter éventuellement les lots.
5. Fixer la durée du marché, les délais d'exécution, le lieu de livraison du travail. Annoncer le mode de financement: délais de paiement, prix fixes ou évolutifs, pourcentage de l'avance à la commande...
6. Réunir les pièces nécessaires pour décliner les exigences professionnelles, techniques et financières de l'appel d'offres. Télécharger les modèles de ces pièces DC1, DC2... sur le site [www.minefi.gouv.fr](http://www.minefi.gouv.fr) À partir de ces documents, le commanditaire peut mesurer si le candidat est en capacité de répondre à l'appel d'offres (évolution du chiffre d'affaires, équipes, compétences, références...)
7. Lister les critères d'attribution du marché, ce qui est faire preuve de transparence et de respect des designers. Annoncer le nombre de candidats qui recevront le Cahier des charges.
8. Préciser le type de procédure selon le seuil financier: MAPA (marché à procédure adaptée), pour un montant inférieur à 207 000 € HT; AOO (appel d'offres ouvert); AOR (appel d'offres restreint); marché négocié, accord-cadre et marchés subséquents...
9. Notifier la date et l'heure butoirs de remise des offres, informer sur le type de support exigé pour la remise de l'offre (papier, informatique, dans ce dernier cas donner les coordonnées de la plate-forme de dématérialisation), préciser la durée d'engagement des candidats sur le prix proposé, les prestations fournies, et plus généralement, sur la teneur complète de son offre.
10. Diffuser les coordonnées des services à contacter pour obtenir des compléments d'information administrative ou technique. Donner la marche à suivre pour poser des questions, hors domaines administratif ou technique, et citer les coordonnées de l'interlocuteur référent.

### Termes administratifs

1. **AAPC: Avis d'appel public à la concurrence = Avis de publicité, annonce du marché**  
Il recense tous les éléments de la consultation dans ses grandes lignes. Y sont présentés: le type de marché, l'objet du marché, l'identification du pouvoir adjudicateur, le type de procédure, les caractéristiques principales du marché (quantité, option, durée du marché), les critères d'attribution (facultatif, sauf en procédure restreinte où les critères de jugement des candidatures doivent être indiqués), les différents éléments à remettre, la date et l'heure limite de remise des offres, les modalités d'envoi des propositions.  
**À noter:** en procédure restreinte, c'est l'AAPC qui sert de « règle du jeu » pour l'étape candidature; en procédure ouverte, c'est le Règlement de consultation. Les candidats peuvent déterminer

s'il s'agit d'une procédure restreinte en repérant:

- éventuellement le nombre minimal et/ou maximal de candidats qui seront sélectionnés pour présenter une offre à l'issue de la 1<sup>re</sup> étape;
- les critères de jugement des candidatures, (souvent: capacités et garanties techniques, professionnelles et financières et les références);
- les modalités d'envoi des candidatures (dépôt, offre électronique via la plateforme de dématérialisation...) dans la rubrique «autres renseignements».

## 2. **BPU, DE, DPGF: Bordereau des prix unitaires, Détail estimatif, Décomposition du prix global et forfaitaire**

**= Pièces financières détaillées d'une offre**

**Bordereau des Prix Unitaires:** Dans un marché, les prix peuvent être unitaires ou forfaitaires. S'ils sont unitaires, ils sont le plus souvent déclenchés par des bons de commandes.

**Détail Estimatif:** précise les quantités qu'il est envisagé de commander. Sert aux candidats à établir le « bon » prix en fonction des quantités à livrer (mais attention cette pièce n'est pas contractuelle, elle doit être sincère mais n'engage pas la personne publique). Elle sert également à la personne publique au moment du jugement du critère prix: il suffit de faire le total, et il n'y a plus qu'un seul prix à comparer au lieu de tous les prix du bordereau.

**Décomposition du Prix Global et Forfaitaire:** En cas de prestation traitée à prix forfaitaire, le prix indiqué dans l'acte d'engagement doit couvrir l'intégralité de la prestation aux risques et périls de l'entreprise. Si celle-ci a mal évalué les quantités à fournir pour arriver au résultat demandé, c'est à ses risques; elle ne pourra demander de «rallonge» à la personne publique. Mais pour comparer les offres et vérifier la structure du prix, la personne publique demande très souvent la décomposition de ce prix global. Cela lui permet de détecter les offres anormalement basses ou encore les erreurs d'appréciation. Cette décomposition est en principe non contractuelle mais elle peut servir de base à la négociation éventuelle d'avenant en cas d'évolution du programme ou du périmètre de la prestation.

## 3. **CCAG: Cahier des clauses administratives générales = Quatre cahiers de clauses types, approuvés par décret, servant très souvent de base contractuelle**

Ces cahiers peuvent également servir de base à la rédaction des contrats. Le pouvoir adjudicateur est libre d'y faire référence ou non:

- s'il ne s'y réfère pas, le CCAG ne s'applique pas et les clauses applicables seront celles du CCAP;

- s'il s'y réfère, le CCAP comporte alors l'indication des articles des documents généraux auxquels il déroge (car il est possible de déroger à un article du CCAG). Un marché ne peut viser qu'un seul CCAG. Les clauses d'un CCAG ne seront applicables à un marché que si ce dernier s'y réfère expressément.

**À noter:** Les CCAG ne sont pas délivrés dans le dossier de consultation, mais ils sont disponibles sur le site du ministère [www.minefe.gouv.fr](http://www.minefe.gouv.fr).

Aujourd'hui, il existe 4 types de CCAG:

- le CCAG – PI (Prestations Intellectuelles) arrêté du 16 septembre 2009;
- le CCAG – FCS (Fournitures courantes et services) arrêté du 19 janvier 2009;
- le CCAG – Travaux arrêté du 8 septembre 2009;
- le CCAG – MI (Marchés Industriels) arrêté du 16 septembre 2009;
- le CCAG – TIC (Techniques de l'information et de la communication) arrêté du 16 septembre 2009.

## 4. **CCAP: Cahier des clauses administratives particulières**

**= Dispositions administratives propres au marché et à son exécution**

Le CCAP est plus ou moins complet et détermine toute la vie administrative du contrat. C'est souvent une déclinaison particulière du CCAG de référence. Les clauses du CCAG s'appliquent sur les éléments non prévus par le CCAP à condition que ce dernier s'y réfère et n'y déroge pas.

Y sont présentés: L'objet du marché, le lieu d'exécution, le découpage éventuel du marché, la durée du marché, les pièces contractuelles du marché avec éventuellement le CCAG auquel le marché se réfère, les modalités de livraison, les modalités de vérifications de bonnes réalisations des prestations, les calculs de variations des prix au cours du marché, les conditions de règlements financiers (révision de prix, versement d'avance, d'acompte et de soldes), les pénalités applicables, les conditions de résiliation du marché et les dérogations faites au document général qu'est le CCAG.

## 5. **CCP: Cahier des clauses particulières**

**= Le CCAP + le CCTP**

C'est le document qui réunit à la fois les clauses administratives et techniques du marché.

## 6. **CCTP: Cahier des clauses techniques particulières**

**= Cahier des charges techniques**

Ce document présente les besoins du pouvoir adjudicateur. Il rassemble les clauses techniques d'un marché déterminé. Ce sont les stipulations

qui donnent une description précise des prestations à réaliser et qui permettent à la personne responsable de suivre le déroulement du marché et la bonne exécution de ces prestations.

## 7. Critères de jugement des candidatures

Les critères de jugement des candidatures sont utilisés pour sélectionner ou éliminer un candidat. Ils sont affichés dans l'AAPC ou le règlement de la consultation.

### Capacités techniques

C'est l'ensemble des moyens du candidat. Il peut s'agir des moyens matériels (notamment l'outillage), des moyens humains (effectifs, techniciens disposant de telle ou telle qualification). Pour démontrer sa capacité technique, un candidat peut apporter des certificats attestant la réalisation des prestations effectuées pour un pouvoir adjudicateur ou un acheteur privé, une description de l'équipement technique, les curriculum vitae et attestations de qualification professionnelle de certains agents.

### Les capacités professionnelles

Ce sont les compétences professionnelles. Le pouvoir adjudicateur vérifie que le candidat possède le niveau de compétence professionnelle nécessaire à l'exécution des prestations objet du marché. Pour démontrer son niveau de compétence professionnelle, le candidat peut en apporter la preuve par la présentation de ses références (en rapport et proportionnées avec l'objet du marché), ou des justifications comme les certificats professionnels (établis par des organismes professionnels), les certificats de qualité (certificat attribué par un organisme certificateur ou attestant de l'existence d'un manuel de qualité et de procédures, norme NF-EN-ISO 9001, 9002, 9003). Le candidat peut présenter tout autre moyen de preuves permettant au pouvoir adjudicateur de s'assurer que le candidat dispose effectivement des capacités requises. Le pouvoir adjudicateur peut fixer des niveaux minimaux de capacités (préciser dans l'AAPC ou le RC). Le candidat qui n'atteint pas ce niveau minimal de capacité sera éliminé.

### Capacités financières

Les capacités financières, qui ne peuvent revêtir qu'un caractère général, permettent au pouvoir adjudicateur de déterminer si les moyens financiers du candidat suffisent pour mener à bien le marché. Pour les marchés de petits montants, la plupart du temps ne sera demandé que le chiffre d'affaires. Si l'avis de publicité ou le RC ne demande que le DC2

ou tout renseignement contenu dans ce document sous toute autre forme, seul le chiffre d'affaires est à indiquer. Le pouvoir adjudicateur peut demander en supplément au chiffre d'affaires une déclaration appropriée de banques ou preuve d'assurance pour les risques professionnels et des bilans ou extrait de bilans. Le pouvoir adjudicateur doit indiquer dans l'AAPC ou le RC les éléments demandés. Le candidat peut généralement utiliser le formulaire DC2 de déclaration du candidat pour présenter ses capacités.

## 8. DC1, DC2, NOTI1, NOTI2 et DC13

Formulaires rédigés et proposés par le ministère des Finances, téléchargeables sur le site [www.minefe.gouv.fr](http://www.minefe.gouv.fr)

### DC1 – Lettre de candidature et habilitation du mandataire par ses cotraitants (ancien DC4)

Ce formulaire permet à un candidat de faire acte de candidature à une procédure de marché public engagée par l'acheteur.

Il permet notamment:

- d'identifier le candidat qui déclare à l'aide du formulaire faire acte de candidature à la procédure de marché public engagée par l'acheteur désigné dans le formulaire;
- de savoir si la candidature est présentée pour un lot ou plusieurs lots de la procédure de passation de marché ou de l'accord-cadre et si oui lesquels;
- de savoir si le candidat se présente seul ou en groupement d'entreprises et dans ce cas, de connaître les membres du groupement ainsi que les lots dans lesquels ils interviennent, de savoir si le groupement est conjoint ou solidaire, de connaître le mandataire et ses habilitations.

### DC2 – Déclaration du candidat individuel ou du membre du groupement (ancien DC5)

Ce formulaire permet à l'acheteur de s'assurer que le candidat remplit les conditions nécessaires pour accéder aux marchés publics et présente les capacités suffisantes. Les capacités examinées au niveau de la sélection des candidatures sont les capacités techniques, les capacités financières, les capacités professionnelles.

### NOTI1 – Information au candidat retenu (ancien formulaire DC6 Déclaration relative à la lutte contre le travail dissimulé)

Il peut être utilisé par les candidats à qui il est envisagé d'attribuer un marché public. Il fait également le point sur les obligations renforcées en matière fiscale et sociale qui incombent aux

cocontractants. Il appartient à l'acheteur d'exiger de son cocontractant, avant la signature du marché (entre la date du jour d'information d'attribution du marché par le pouvoir adjudicateur, et la date de la signature du marché par le pouvoir adjudicateur) et tous les six mois jusqu'à la fin de l'exécution du marché, certains documents en plus, listés dans le NOT11.

#### **NOT12 – État annuel des certificats reçus, certificats fiscaux et sociaux, (ancien DC7)**

Ce formulaire permet de présenter l'état annuel des certificats reçus. Le formalisme n'a pas à être exigé. Il peut être remplacé par des attestations émanant des organismes fiscaux et sociaux. Ces éléments sont indispensables pour pouvoir procéder à la notification du marché.

#### **DC13 – Annexe à l'acte d'engagement relative à la présentation d'un sous-traitant ou Acte spécial**

Cette annexe à l'acte d'engagement est présentée avec l'offre ou en cours d'un marché. Il permet à un candidat de présenter à l'acheteur public un sous-traitant afin d'obtenir son accord et l'agrément de ses conditions de paiement. Un marché peut avoir recours à un ou plusieurs sous-traitants. Un formulaire DC13 doit être rempli pour chacun des sous-traitants. Ce formulaire peut être proposé vierge en annexe à l'acte d'engagement (des rubriques pourront être préalablement complétées). Le DC13 précise l'identification de l'acheteur public, l'objet du marché, le lot concerné par la sous-traitance, l'identification du candidat qui propose la sous-traitance, la nature des prestations confiées au sous-traitant et le montant maximum des prestations à traiter, la forme du prix (prévue dans le CCAP: ferme, révisable ou actualisable), mois d'établissement des prix (correspond au mois appelé "mois m0" fixé dans le CCAP), l'identification du sous-traitant, la précision permettant de savoir s'il s'agit d'un agrément initial ou modificatif, le droit au paiement direct ou pas, les conditions et modalités de paiement, les capacités professionnelles et financières (qui peuvent également être précisées par l'utilisation d'un formulaire DC2), l'exemplaire unique (le maître d'ouvrage ne peut accepter un sous-traitant si l'entreprise principale n'a pas apporté la preuve que le paiement direct de ce sous-traitant est possible parce qu'elle n'a pas déjà cédé ou nanti la part sous-traitée. Le titulaire du marché indique dans quelle situation il se trouve au regard des trois cas énumérés, faute de quoi la sous-traitance est impossible), les date et signature du candidat futur titulaire du marché. Après la notification du marché, la signature du DC13 par l'acheteur vaut acceptation du sous-traitant et

agrément des conditions de paiement. Le silence de l'acheteur gardé pendant 21 jours à compter de la réception de la demande, vaut acceptation du sous-traitant et agrément des conditions de paiement.

**À noter:** seul les sous-traitants du premier rang peuvent bénéficier du paiement direct pour les contrats de sous-traitance d'un montant supérieur ou égal à 600 € TTC. Un sous-traitant de second rang est un sous-traitant du sous-traitant.

**À noter:** ces formulaires n'ont pas de caractère obligatoire mais sont très pratiques et permettent d'éviter les oublis (notamment des attestations sur l'honneur demandées). Leur utilisation peut toutefois être imposée si l'AAPC ou le RC l'indiquent. Veillez à toujours prendre les formulaires dans leur dernière version.

#### **9. DC3 – Acte d'engagement (AE), formulaire pour répondre aux marchés publics (Ancien DC8)**

##### **= Contrat**

L'acte d'engagement est la pièce signée par un candidat dans laquelle:

- il présente son offre chiffrée (il peut arriver qu'il n'y ait pas véritablement de prix à indiquer dans ce document, notamment s'il y a un bordereau de prix, mais dans ce cas, il faudra quand même remettre ce document signé);
- et s'engage pour toute la durée du délai de validité des offres indiqué dans ce document et dans le RC.

Cela signifie que même en cas d'erreur, le candidat sera engagé par son offre. En cas d'erreur de calcul ou de report, le candidat sera interrogé et pourra, selon la procédure: soit rectifier l'erreur, soit maintenir son offre malgré l'erreur, soit ne pas la maintenir. Cet acte d'engagement est ensuite signé par le pouvoir adjudicateur.

Y sont présentés: l'objet du marché la procédure utilisée, les contractants, le délai de validité de l'offre, l'offre, le délai d'exécution, le compte sur lequel les paiements des prestations seront versés, l'acceptation ou le refus du versement d'une avance (pour les marchés > 20 000 € HT, il peut être prévu d'accorder une avance; celle-ci sera obligatoirement prévue dans les marchés > 50 000 € HT), la signature des cotraitants, un cadre pour demander une éventuelle cession de créance (généralement au profit d'une banque), une annexe servant à déclarer un sous-traitant.

C'est la pièce contractuelle la plus importante; sa valeur prédomine sur celle des autres pièces du marché. Il ne faut pas oublier de signer cette pièce et de l'envoyer. Sinon la personne publique devra considérer qu'elle n'a pas reçu d'offre du tout.

**À noter:** dans les procédures adaptées simples, l'acte d'engagement peut être très allégé et ne contenir que l'identification des contractants, les délais d'exécution, l'offre, le délai de validité de l'offre.

#### 10. DCE: Dossier de consultation des entreprises = Ensemble des documents du marché

C'est un dossier transmis sur demande au candidat par le pouvoir adjudicateur (ou de plus en plus souvent téléchargeable sur une plateforme de dématérialisation dont l'adresse est obligatoirement indiquée dans l'AAPC). Il comporte les pièces nécessaires à la consultation des candidats à un marché (Règlement de la consultation, acte d'engagement, CCAP, CCTP, BPU... et toute autre pièce permettant au candidat de rédiger une proposition).

#### 11. JAL, BOAMP, JOUE: Journal d'annonces légales, Bulletin officiel des annonces de marchés publics, Journal officiel de l'Union européenne = Journaux officiels de publication des annonces de marchés publics

JAL: Journal d'annonces légales (ex.: Ouest France, Courrier de l'Ouest...)

BOAMP: Bulletin Officiel des Annonces de Marchés Publics (à noter: la publication au BOAMP est un bon indicateur sur le montant du marché car il existe trois types distincts d'avis en fonction du montant: < 90 000 € HT, < 207 000 € HT et > 207 000 € HT)

JOUE: Journal Officiel de l'Union Européenne.

**À noter:** Les annonces sont maintenant très souvent publiées également sur le site Internet des collectivités et autres pouvoirs adjudicateurs et sur leur plateforme de dématérialisation.

#### 12. Offre économiquement la plus avantageuse = Le mieux disant signifie le meilleur rapport qualité/prix et non le moins cher

C'est l'offre qui présente le meilleur rapport qualité/prix au regard des critères de jugement des offres indiqués dans les pièces de la consultation (RC). La détermination de l'offre économiquement la plus avantageuse résulte de l'analyse et de l'application des critères de jugement des offres. Ainsi, l'offre présentant le coût le moins élevé n'est pas systématiquement l'offre économiquement la plus avantageuse (c'est alors la moins disante et non la mieux disante).

#### 13. Options et Variantes

**Option:** la demande émane du pouvoir adjudicateur.

**Variante:** la proposition est émise par le candidat

**Les options:** c'est une variante dont l'initiative émane de la personne publique et non de l'entreprise.

La décision de prendre ou non l'option intervient avant la notification du marché. Si un candidat ne répond pas à une option, son offre est rejetée automatiquement.

**Les variantes:** ce sont des modifications, proposées à l'initiative des candidats, de certaines spécifications décrites dans le Cahier des charges et qui sont susceptibles de conduire à des propositions financières plus intéressantes ou à des propositions techniques plus performantes. Les variantes doivent être proposées avec l'offre de base.

**À noter:** le pouvoir adjudicateur indique dans l'AAPC ou dans les documents de la consultation s'il autorise ou non les variantes; à défaut d'indication, les variantes ne sont pas admises. Lorsqu'un pouvoir adjudicateur n'a pas exclu la présentation de variantes, il est tenu de mentionner dans le Cahier des charges les conditions minimales que celles-ci doivent respecter. S'il s'agit d'une entité adjudicatrice, l'absence d'indication relative aux variantes ouvre la possibilité d'en proposer.

#### 14. Plateforme de dématérialisation

= Site internet dédié aux marchés publics

Cette plateforme permet aux candidats de rendre accessible librement et de manière électronique les documents de consultation et de remettre une offre en version électronique.

#### 15. Pouvoir adjudicateur et Entité adjudicatrice

= Type de personne publique qui passe le marché

**Pouvoir adjudicateur:** sont considérés comme tels l'État, les collectivités territoriales, les organismes de droit public et les associations formées par une ou plusieurs de ces collectivités ou par un ou plusieurs de ces organismes de droit public.

**Entité adjudicatrice:** c'est un pouvoir adjudicateur exerçant des activités d'opérateurs de réseau (production, transport ou distribution d'électricité, gaz, chaleur, eau, fourniture d'un service public dans le domaine des transports, etc...). La principale différence avec le pouvoir adjudicateur est que l'entité adjudicatrice peut recourir à la procédure négociée quels que soient le montant et l'objet de son marché.

#### 16. Procédures adaptées ou formalisées

= Possibilité ou non de négocier en fonction de seuils définis

Marché à procédure adaptée (MAPA): marché dont l'estimation globale est inférieure à 207 000 € HT (ou 387 000 € HT si le marché émane d'une entité adjudicatrice). Cette procédure peut être ouverte ou



restreinte. La négociation est possible au cours de l'analyse des offres. La négociation/discussion peut porter aussi bien sur les aspects techniques (le visuel, le calendrier...) que sur les aspects financiers. Elle se déroule avec tous les candidats retenus. Il est possible que les offres soient éliminées au fur et à mesure de la négociation. En général, les modalités de la négociation sont décrites dans le règlement de la consultation ou dans la lettre de consultation.

**Procédure formalisée:** concerne les procédures d'Appel d'offres ouvert (AOO): marché dont l'estimation globale supérieure à 207 000 € HT (ou 387 000 € HT si le marché émane d'une entité adjudicatrice). L'attribution du marché est décidée par la Commission d'Appel d'Offres composée d'élus. Une délibération doit être passée pour délivrer l'autorisation de signature du marché. Cette procédure est soumise au contrôle de légalité effectué par le Préfecture. Aucune négociation n'est possible, cette procédure est exclusivement écrite.

**Appel d'offres restreint (AOR):** la différence avec l'AOO tient dans l'analyse des candidatures qui est effectuée dans une étape distincte. Les candidats remettent d'abord une candidature puis s'ils sont retenus, sont invités à remettre une offre. Le reste de la procédure est la même que pour l'AOO. Le choix entre AOO et AOR est à la discrétion de la personne publique. Aucune négociation n'est possible, cette procédure est exclusivement écrite.

**Marché négocié:** concerne globalement les marchés supérieurs à 207 000 € HT. Toujours possible pour les entités adjudicatrices, cette procédure ne peut par contre être utilisée par les pouvoirs adjudicateurs que pour certains types de marchés (définis à l'article 35 du Code des marchés publics). Par ailleurs, cette procédure peut être utilisée pour certains marchés de communication quel qu'en soit le montant. Le déroulement de la procédure est identique à celui de l'AOR. L'entité adjudicatrice a l'obligation, dans le cadre de cette procédure, d'engager des négociations avec les entreprises ayant remis une offre.

#### **Accord-cadre et marchés subséquents**

C'est un dispositif qui permet de sélectionner un certain nombre de prestataires sur la base d'un Cahier des charges «cadre» et d'une offre «indicative». Ces prestataires titulaires de l'accord-cadre seront ultérieurement remis en concurrence lors de la survenance du besoin ou de manière périodique. Le marché subséquent est passé avec l'un des titulaires de l'accord-cadre: sera choisi celui qui

a remis la meilleure offre (prix, délais en fonction des critères prédéfinis) après mise en concurrence avec les autres titulaires de l'accord-cadre.

**À noter:** L'accord-cadre est passé selon une procédure ouverte ou restreinte. En général les marchés subséquents sont des MAPA et peuvent donc faire l'objet de négociations.

#### **17. Procédures ouvertes et restreintes**

**= Candidature et offre à remettre en même temps, ou à remettre en deux temps distincts**

Procédure ouverte: le candidat remet les éléments de sa candidature (ex: documents administratifs comme les DC1, DC2...) et de son offre (éléments financiers et techniques) au même moment. Cette remise peut être faite dans une ou deux enveloppes.

Procédure restreinte: le candidat remet ses documents en deux phases. Le déroulement est le suivant:

- Phase 1, remise des pièces constituant sa candidature, puis analyse des candidatures, et enfin, choix par la personne publique des candidats sélectionnés pour remettre une offre (le nombre de candidats admis est repris dans l'avis de publicité. Ce nombre est rarement inférieur à 3).
- Phase 2, pour le candidat qui a été retenu, remise de son offre financière et technique.

#### **18. RC: Règlement de la Consultation**

**= Explication de la «règle du jeu»**

Règlement de la Consultation: il présente les règles de la consultation et de la mise en concurrence. Y sont présentés: le type de candidats sélectionnés pour remettre une offre, le délai de validité des offres, le contenu du dossier de consultation, les pièces demandées à l'appui des candidatures et des offres, les critères de jugement des candidatures et de jugement des offres, les moyens de recours, les modalités de transmission des propositions et la date et l'heure limites de remise des offres. Il complète l'AAPC.

Lettre de consultation: Elle peut remplacer le RC en fonction de la taille ou de la complexité du dossier.

**À noter:** dans le cas d'une procédure restreinte, le RC n'est communiqué que dans la phase remise des offres. ✕

# Crédits et remerciements

## Financement

La présente Charte est financée par les membres actifs et les membres associés de l'Alliance française des designers, ainsi que par des dons. *Plus d'info sur [www.afd.eu.com](http://www.afd.eu.com)*

## Conception et rédaction

- Françoise Benassis, conceptrice-rédactrice, Paris, [fbenassis@free.fr](mailto:fbenassis@free.fr)
- François Caspar, designer de messages, cofondateur, président AFD 2003-2005 et 2011-2013, Saint-Mandé

### Avec la contribution de:

- Anne-Marie Boutin, présidente, Agence pour la promotion de la création industrielle, Paris, [www.apci.asso.fr](http://www.apci.asso.fr)
- Nathalie Arnould, Marie-Haude Caraës et Elsa Francès, membres de l'équipe de la Cité du design de Saint-Étienne, [www.citedudesign.com](http://www.citedudesign.com)
- Béatrice Gisclard, designer d'environnement, conseil en éco-conception, présidente AFD 2005-2007, Andernos
- Hugo Roussel, designer graphique, membre du CA de l'AFD, correspondant AFD, Nancy
- L'ensemble des participants au groupe de travail initié à Angers sur la réponse des créatifs aux marchés publics de communication visuelle: designers graphiques, scénographes, agences de communication, membres des services communication et marchés publics de collectivités territoriales. Groupe de travail initié par AnCRE, mission info-ressources dédiée au secteur culturel et créatif en Maine-et-Loire, [www.ancre.wordpress.com](http://www.ancre.wordpress.com)

### Relecteurs membres du conseil d'administration de l'AFD:

- Aurélie Barrier, designer textile, Versailles
- Marie-Noëlle Bayard, designer textile, membre du conseil d'administration de la SAIF, Paris
- Éric Bédiez, designer de messages, correspondant AFD, Marseille
- Stéphanie Dick, designer de produits et conseil en développement produit, Tarascon
- Benoît Drouillat, design interactif, président de l'association Designer Interactif, Paris
- Arnault Garcia, designer multimédia, président 2009-2011, correspondant AFD, Bordeaux
- Brigitte Guillet, designer textile, vice-présidente 2009-2011, Paris
- Bruno Lefebvre, designer de produits, président 2007-2009, correspondant AFD, Grenoble
- Benoît Millet, designer de produits et de communication, correspondant AFD, Villers-sur-Mer
- Bernard Moreau, designer graphique et illustrateur, correspondant AFD, Limoges
- Olaf Mühlmann, designer graphique, Asnières-sur-Seine

### Relecteurs conseillers juridiques:

le cabinet d'Avocats 65, rue Violet 75015 Paris

- Christian Nzaloussou, avocat en droit public, Paris, [christian.nzaloussou@legiweb.com](mailto:christian.nzaloussou@legiweb.com)
- François Lesaffre, avocat spécialiste en droit de la propriété intellectuelle, Paris, [www.lesaffre-avocat.com](http://www.lesaffre-avocat.com)

*Malgré tout le soin apporté à la rédaction des présentes, il n'est pas impossible que les informations juridiques y figurant soient entachées d'une erreur ou ne soient pas à jour. L'AFD décline toute responsabilité à cet égard et vous engage à consulter les sites [Legifrance.gouv.fr](http://Legifrance.gouv.fr) et [Service-Public.fr](http://Service-Public.fr)*

## Un chaleureux merci à nos partenaires

- Agence pour la promotion de la création industrielle
- Cité du design de Saint-Étienne
- L'association Moneydesign



**moneydesign.ORG**



## Colophon

- Design graphique du logotype, des labels et de la Charte AFD:  
© 2003-2015 François Caspar, Saint-Mandé, [www.francoiscaspar.com](http://www.francoiscaspar.com)
- Caractère typographique du logotype et des labels AFD:  
*Sanuk* © 2006 Xavier Dupré, Paris-Bruxelles, [www.xavierdupre.com](http://www.xavierdupre.com)
- Caractère typographique d'accompagnement de l'identité visuelle AFD:  
*Parisine Plus Pro* © 1999 Jean François Porchez, Clamart. Distribué par [www.typofonderie.com](http://www.typofonderie.com)



