

La trousse

élan

Conseils d'experts pour  
favoriser l'accompagnement



Présenté par



Avec la participation financière de



Rédigé par

Ministère de l'Économie, de l'Innovation et de l'Énergie

Propulsé par



# Contrats publics : sensibiliser et accompagner

## GUIDE 2 - ACCOMPAGNER POUR LE DÉPÔT D'UNE SOUMISSION

Ce guide vous accompagne dans la préparation et le dépôt de votre première soumission, en détaillant les étapes clés et les prérequis nécessaires. Il est recommandé de d'abord consulter le **Guide 1 - Un premier pas vers les marchés publics**, car il vous offre une introduction aux marchés publics : leur structure, les implications pour votre entreprise et les occasions qu'ils représentent. Il constitue une première étape essentielle avant d'aborder le processus de soumission.

### 1. CONTEXTE DE L'OUTIL

- Ce guide s'adresse plus particulièrement aux conseillers en développement économique qui ont à intervenir auprès de dirigeants de petites et moyennes entreprises.
- Dans ce guide de référence, vous trouverez les questions clés à poser aux entrepreneurs, dirigeants ou actionnaires qui désirent soumissionner sur les marchés publics.
- L'objectif est d'outiller des intervenants de première ligne sans en faire des experts.

Le but de ce guide est de permettre d'acquérir des connaissances sur les marchés publics; de développer l'expertise du conseiller au regard des différentes composantes des marchés publics et ainsi qu'il soit en mesure d'établir une démarche d'accompagnement d'une entreprise vers les marchés publics.

## 2. INTRODUCTION

Les marchés publics ont des besoins d'approvisionnement dans tous les secteurs de l'économie, tant pour les biens que pour les services. Ils représentent chaque année plusieurs milliards de dollars en contrats. Les marchés publics sont composés de l'ensemble des contrats publics octroyés par l'État pour répondre à sa mission.

Le processus d'approvisionnement des marchés publics vise, notamment, la transparence et l'équité, ce qui amène une réglementation qui peut sembler complexe et tatillonne. Ces règles s'appliquent à tous : il est nécessaire pour le conseiller de se les approprier afin d'accompagner les entreprises vers ces nouveaux marchés.

## 3. QUESTIONS À POSER POUR DÉTERMINER SI L'ENTREPRISE A LA CAPACITÉ À SOUMISSIONNER

### 1. Les délais moyens de production et de livraison de votre entreprise permettent-ils de répondre à de nouvelles commandes (liées aux marchés publics ou non)?

- Votre entreprise est-elle en mesure de respecter les délais de livraison d'une nouvelle commande provenant des marchés publics?
- Est-ce que cette nouvelle commande risque d'avoir des répercussions sur la livraison des commandes actuelles?

### 2. Les principales gammes de biens ou de services vendues par votre entreprise démontrent-elles clairement leur rentabilité?

Cette question sert :

- à préciser les produits et services;
- à vérifier si l'ensemble des produits et services génèrent des profits.

### 3. Votre entreprise entretient-elle un lien de dépendance avec un ou des clients en particulier?

Les marchés publics peuvent présenter une occasion de diversification.

### 4. Votre entreprise connaît-elle en détail ses principaux concurrents?

- Définir les principaux concurrents.
- Considérer les plus gros concurrents ou regroupements de concurrents.
- Évaluer le degré de connaissance du contexte concurrentiel des marchés publics.

#### **Conseil d'expert:**

Les concurrents de l'entreprise pourraient devenir des partenaires de soumission en sous-traitant ou en formant un consortium.

### 5. Votre entreprise a-t-elle une bonne connaissance de ses avantages concurrentiels?

La connaissance des avantages concurrentiels de votre entreprise est utile pour bien présenter une soumission.

### 6. Le développement durable est-il intégré à la vision stratégique et aux façons de faire de votre entreprise?

- Le développement durable constitue une préoccupation importante pour les marchés publics.
- Une entreprise qui pose des actions en faveur du développement durable peut acquérir un avantage concurrentiel. Gérer ses pratiques de façon écoresponsable peut être un avantage intéressant.

**Conseil d'expert:**

Si l'entreprise a déjà mis en place des pratiques de développement durable, il est important de cocher les cases associées lors de son inscription au répertoire des fournisseurs dans le Système électronique d'appel d'offres, le SEAO.

Les donneurs d'ouvrage incluent parfois des avantages pour l'entreprise qui est en mesure de répondre à un indicateur mentionné dans un appel d'offres. On nomme ces avantages les marges préférentielles.

Les marges préférentielles en matière de développement sont réparties en trois catégories : les indicateurs environnementaux, sociaux et économiques.

## 4. QUESTIONS À POSER POUR DÉTERMINER SI L'ENTREPRISE PEUT SOUMISSIONNER

Après que l'entreprise a pris connaissance d'un appel d'offres, voici quelques questions pour l'aider à prendre la décision de soumissionner ou non.

### 1. Votre entreprise peut-elle se permettre de soumissionner?

**Conseil d'expert:**

Il faut que l'entreprise, lors du dépôt d'une première soumission, soit consciente des efforts à déployer et des courts délais pour répondre. Une entreprise sera bien préparée si son dossier de préalables est à jour.

### 2. Votre entreprise peut-elle se permettre de gagner?

**Conseil d'expert:**

Une entreprise qui remporte un appel d'offres doit s'assurer d'être en mesure de livrer la totalité du contrat. Le fait de ne pas remplir ses obligations contractuelles mènera à une évaluation négative du donneur d'ouvrage, minant ainsi les chances de l'entreprise d'obtenir un nouveau contrat.

### 3. Les exigences préalables sont-elles à jour?

Votre entreprise doit satisfaire sept exigences avant de déposer une soumission sur un appel d'offres public. Trois de ces exigences sont obligatoires tandis que les quatre autres dépendent de la taille de l'entreprise ou du montant de la soumission.

### 4. Votre entreprise est-elle en mesure de satisfaire aux conditions de conformité?

On nomme « conditions de conformité » l'ensemble des conditions que la soumission doit remplir pour être conforme. Le non-respect de certaines de ces conditions entraîne un rejet automatique de la soumission.

### 5. Quelles sont les principales gammes de biens ou de services que votre entreprise peut offrir aux marchés publics?

- Préciser les produits et services.
- Vérifier si l'ensemble de ces biens et services génèrent des profits.
- Évaluer le potentiel des produits actuels et les ajustements nécessaires pour les marchés publics ainsi que les modifications et les accréditations requises.

### 6. Les produits visés sont-ils conformes aux exigences des marchés publics?

- Valider le niveau de connaissance de la réglementation, de la certification et de l'homologation requis par les marchés publics (certification Greenguard, certification de la Food and Drug Administration, autres).
- Au besoin, consulter des organismes d'audit (le CRIQ, BASF, le Groupe CSA, etc.).

### 7. Votre entreprise est-elle en mesure de proposer un prix compétitif et suffisamment rentable pour ce contrat?

### 8. Le calcul du coût de revient utilisé tient-il compte des éléments inhérents à la vente aux marchés publics?

- Votre entreprise connaît-elle bien sa marge nette?
- Quelle approche doit être retenue pour établir le prix de vente aux marchés publics?

### 9. Est-ce que la ou les personnes responsables des marchés publics dans votre entreprise sont expérimentées?

- Le recrutement d'une personne-ressource expérimentée peut être nécessaire.
- Des ressources d'accompagnement externes peuvent être requises.

## 5. LES MEILLEURES PRATIQUES POUR LES ENTREPRISES

### **Rester alerte**

- Mettre en place un processus de veille automatisé quotidien sur le SEO.

### **Rester concentré**

- Prendre la bonne décision « go/no-go ».
- Analyser le mode de sélection.
- Choisir les batailles.

### **S'organiser comme dans un projet important**

- Planifier le travail dès le début.
- Assigner des tâches, des responsables et des délais.
- Gérer la bibliothèque de contenu et documents administratifs.

### **Agir stratégiquement**

- Communiquer intelligemment avec le donneur d'ouvrage.
- Faire changer les requis, le cas échéant.
- S'adjoindre un partenaire meilleur que l'entreprise.

### **Être précis et concis**

- Quand la demande est « A », ne pas donner « B », ni « A + ».
- Les lecteurs lisent de moins en moins.
- Une image vaut mille mots.

### **Utiliser l'intelligence d'affaires**

- Meilleure connaissance du secteur d'activité.
- Identifier les occasions d'affaires cachées.
- Prendre l'avantage sur les concurrents.

### **Persévérer**

- Plus l'entreprise soumissionne, plus elle maîtrise le processus.
- Viser un taux de succès de 15 à 30 %.
- Aiguiser les outils.

### **Collaborer**

- La collaboration avec les donneurs d'ouvrage est avantageuse.

## 6. TABLEAU FFOM

### Conseil d'expert:

Un tableau des forces, faiblesses, opportunités (occasions d'affaires), menaces (FFOM) permettra à l'entreprise de synthétiser les éléments clés de sa réflexion stratégique. Voir l'exemple de tableau FFOM avec une proposition de questions dans chacune des cases qui aideront l'entreprise dans son analyse.

Analyse des forces, des faiblesses, des opportunités (occasions d'affaires) et des menaces	
Positif (Pour l'atteinte les objectifs)	Négatif (Pour l'atteinte les objectifs)
<b>Environnement interne (l'entreprise)</b>	
<b>Forces</b>	<b>Faiblesses</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Quels sont les avantages concurrentiels de mon entreprise?</li> <li>• Quelles sont les bonnes pratiques qui contribuent à son succès?</li> <li>• Quelles sont les ressources en place qui lui confèrent un avantage concurrentiel?</li> <li>• Quelles sont ses forces telles que perçues par son environnement?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Que puis-je améliorer dans mon entreprise?</li> <li>• Quels processus y sont inefficaces?</li> <li>• Que devrai-je éviter? Quelles sont les faiblesses de mon entreprise telles que perçues par son environnement?</li> <li>• Quelles entreprises performant mieux que la mienne?</li> </ul>
<b>Environnement externe (Concurrence, réglementation, contexte)</b>	
<b>Opportunités (Occasions d'affaires)</b>	<b>Menaces</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Le marché progresse-t-il bien?</li> <li>• Y a-t-il des possibilités de partenariat avec d'autres acteurs du marché?</li> <li>• Puis-je profiter de l'ouverture de nouveaux marchés grâce à la mondialisation?</li> <li>• Y a-t-il un changement de comportement favorable chez les consommateurs?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Quel est le niveau de concurrence?</li> <li>• Y a-t-il de nouveaux acteurs potentiels sur le marché?</li> <li>• La conjoncture économique est-elle favorable?</li> <li>• Le marché est-il mature ou en décroissance?</li> </ul>

## 6. CONCLUSION

En conclusion, nous vous encourageons à inviter les entreprises que vous accompagnez à consulter le [\*guide Accéder aux marchés publics pour la première fois\*](#), à s'inscrire à la formation suivie d'un atelier [\*Maîtriser les bases du dépôt d'une soumission et augmenter vos ventes à l'aide du SEAQ\*](#), ainsi qu'à visionner la série de capsules du ministère de l'Économie, de l'Innovation et de l'Énergie [\*Démystifier les contrats publics\*](#).

Ces ressources leur offriront des outils concrets pour mieux comprendre et naviguer dans l'univers des marchés publics.

La trousse

# élian

Conseils d'experts pour  
favoriser l'accompagnement

