



Notice

Analyse de marché

État: 02.02.2022

Les adjudicateurs sont tenus d'utiliser les deniers publics de manière durable et de sélectionner l'offre la plus avantageuse pour couvrir leurs besoins dans le cadre d'une concurrence efficace et loyale. Afin de garantir un approvisionnement optimal et de pouvoir déterminer la procédure d'adjudication correcte, il est essentiel de connaître l'état actuel du marché et son évolution. Les adjudicateurs peuvent donc être amenés à procéder à une étude de marché ou à confier cette tâche à un tiers indépendant. Une étude de marché réalisée correctement n'entraîne pas en soi la préimplification du soumissionnaire consulté.

A. But d'une étude de marché

Une étude de marché ciblée permet de récolter et de traiter des informations sur le marché actuel et potentiel. L'étude vise à identifier et à comprendre les structures du marché, notamment en ce qui concerne les caractéristiques pertinentes relatives aux fournisseurs: situation des prix (élevés, bas, fluctuations), taille du marché, répartition géographique des fournisseurs potentiels et des acteurs clés, etc.

Elle doit permettre de prendre des décisions sur la stratégie en matière d'acquisition et répondre, entre autres, à des questions telles que:

- Les solutions et les prestations offertes sur le marché permettent-elles de satisfaire les besoins?
- Comment se présente le marché du côté des soumissionnaires (par ex. le nombre de soumissionnaires potentiels, un seul fournisseur ou plusieurs regroupés, pratique habituelle dans la branche, etc.)?
- Comment doit-être structurée la procédure d'acquisition afin de la mener à bien?
- Comment choisir et formuler au mieux les critères (CP, CAp, ST et CAAd)?

B. Approches possibles

Réalisée dans le cadre de l'analyse préliminaire de la procédure d'acquisition, l'étude de marché intervient après l'évaluation des besoins. Elle peut être conçue comme une analyse interne ou externe et reposer sur différentes méthodes (liste non exhaustive):

- bases de données en ligne ou autres sources publiques (revues spécialisées, etc.);
- échange d'expériences avec d'autres adjudicateurs, autorités, associations de branches ou groupes d'intérêt;
- études de marché de tiers (éventuellement accompagnées d'une demande d'informations [RFI, cf. chap. D ci-après]);
- demande d'informations (RFI) de la part de l'adjudicateur en interrogeant directement les soumissionnaires potentiels ou en publiant la demande sur simap;
- analyses existantes auprès d'entreprises spécialisées dans l'analyse de marché.

C. Défis

Égalité de traitement et préimplification

La loi ne précise pas comment réaliser correctement une étude de marché du point de vue du droit des marchés publics. De manière générale, il faut respecter les principes du droit des marchés publics, notamment les principes de transparence et d'égalité de traitement (voir l'art. 2, let. b et c, LMP¹). Lorsque l'on procède à une étude de marché, il faut veiller à ce que les soumissionnaires consultés n'obtiennent aucun avantage dans la procédure d'adjudication. Il n'est pas permis de concevoir l'appel d'offres en fonction de certains soumissionnaires sur la base des résultats obtenus dans l'étude de marché. Il convient d'éviter une préimplification ou, le cas échéant, de prévoir une compensation (voir l'art. 14, al. 1 et 2, LMP).

¹ Loi fédérale sur les marchés publics (LMP; RS 172.056.1)

Il y a préimplication lorsqu'un soumissionnaire a participé à la préparation d'une procédure d'adjudication. Une telle participation place le soumissionnaire dans une position concurrentielle avantageuse, car il a une longueur d'avance sur ses concurrents en termes de connaissances. Toutefois, en vertu de l'art. 14, al. 3, LMP, une étude de marché réalisée correctement en amont de la procédure d'adjudication n'entraîne pas en soi la préimplication du soumissionnaire consulté, pour autant que les résultats de l'étude de marché soient publiés dans les documents d'appel d'offres (voir l'art. 14, al. 3, LMP).

Protection du secret d'affaires

Afin d'assurer l'égalité de traitement, l'avantage doit être compensé par la publication des résultats de l'étude de marché, mais cette obligation est contrebalancée par le secret d'affaires du soumissionnaire. Il convient de veiller à protéger le secret d'affaires dans la procédure qui suit (voir l'art. 11, let. e, LMP).

Coûts d'une étude de marché

Les études de marché approfondies dans un domaine complexe peuvent engendrer des coûts élevés, ce qui peut avoir pour conséquence de soumettre l'étude de marché elle-même à une procédure sur invitation ou à une procédure de niveau supérieur. L'étude de marché doit être réalisée par des soumissionnaires indépendants du marché potentiel.

D. RFI: points à considérer en particulier

Une RFI permet de demander à des soumissionnaires potentiels si le marché existant peut répondre à un besoin prévu. Comme il s'agit de consulter directement des soumissionnaires potentiels, il convient d'accorder la plus grande attention aux défis susmentionnés (égalité de traitement, question de la préimplication et protection du secret d'affaires des participants à la RFI).

Une simple RFI ou les résultats qui en découlent ne constituent pas une base suffisante pour une adjudication de gré à gré. En effet, la participation à une RFI est facultative pour les soumissionnaires. Il n'est donc pas possible de déterminer de manière fiable la taille réelle du marché des prestations. En règle générale, d'autres éclaircissements sont nécessaires (cf. chap. B).

Publication de la RFI sur simap.ch

Publier une RFI sur le site simap.ch permet de la rendre accessible à un large cercle de destinataires. Les réactions d'un grand nombre de soumissionnaires potentiels doivent permettre de déterminer de manière fiable comment concevoir la procédure d'adjudication. Cependant, même si la demande d'informations est

publiée, sa conception et l'utilisation des informations qui y sont fournies sont d'une importance cruciale. Par conséquent, les compétences spécialisées du service demandeur sont une condition préalable à une RFI efficace sur simap.ch.

Il faut noter qu'une RFI publiée sur simap.ch doit être conçue selon les mêmes principes qu'une RFI non publiée.

E. Renseignements

Centre de compétence des marchés publics de la Confédération: rechtsdienst.kbb@bbl.admin.ch