

Qu'est ce qu'un « profil d'acheteur » ?

1. D'où vient l'expression ?

L'expression « *profil d'acheteur* » a été adoptée par les directives 2004/17/CE¹ et 2004/18/CE² et transcrites aux articles 39 I et 149 I du code des marchés publics.

Le profil d'acheteur est **le site dématérialisé auquel le pouvoir adjudicateur ou l'entité adjudicatrice a recours pour ses achats.**

Le recours à un profil d'acheteur est obligatoire pour les marchés publics d'un montant supérieur à 90.000 euros HT³.

2. Comment définir le profil d'acheteur ?

Le profil d'acheteur est le nom donné à un ensemble de moyens informatiques comprenant le portail⁴ et l'application logicielle de gestion des procédures de passation dématérialisées des marchés publics d'un acheteur public. C'est une « salle des marchés » ou une « place de marchés » virtuelles.

En pratique, il s'agit d'un site, communément appelé « plate-forme », mis en ligne à une adresse Web, qui centralise les outils nécessaires à la dématérialisation des procédures de passation et les met à disposition, via Internet, des acheteurs et des opérateurs économiques.

Ce site doit obligatoirement permettre de :

- mettre en ligne les avis ;
- mettre en ligne les DCE ;
- recevoir des candidatures et des offres électroniques de manière sécurisée et confidentielle.

Cette énumération n'est pas limitative. Par exemple, l'acheteur peut mettre en place :

- une passerelle permettant de publier les avis au BOAMP ou au JOUE ;
- un suivi de l'activité des entreprises : par exemple, un registre de retraits des DCE ;
- un système de messagerie : par exemple, pour notifier le marché ;
- un système d'alerte électronique pour avertir automatiquement les entreprises de l'ouverture de nouvelles procédures de passation ;
- un module d'auto-formation ou un guide pour les entreprises ;
- un espace d'entraînement pour permettre aux entreprises de simuler des réponses en ligne ;
- une application logicielle de signature pour signer des fichiers hors connexion ;
- un module permettant un archivage pérenne des procédures ;
- un module permettant de mettre en œuvre un système d'acquisition dynamique ou des enchères.

¹ Articles 41 et 44, annexe XIII, XVA, XVB, XX

² Articles 35 et 36, annexe VIIA, VIII

³ Voir fiche ici http://www.economie.gouv.fr/directions_services/daj/dematérialisation/4-nvles-mesures-achats-plus-90000-euros-ht.pdf

⁴ Un portail est un site qui offre une porte d'entrée unique sur un large éventail de ressources et de services centrés sur un domaine ou une communauté particulière

3. Quelle solution mettre en œuvre pour avoir un profil d'acheteur ?

Le pouvoir adjudicateur peut :

- soit développer en interne, avec ses propres moyens, une plate-forme « maison ». En aucun cas il n'est obligé de faire appel à un tiers pour créer ou gérer son espace achats.
- soit acquérir ou louer une plate-forme ou une prestation (jetons à l'unité ou par lots de procédures) de dématérialisation de procédures de passation à la suite d'une procédure de marché auprès d'un prestataire⁵.

4. Quelle forme peut prendre le profil d'acheteur ?

Une plate-forme peut :

- soit être utilisée par un seul pouvoir adjudicateur ;
- soit être utilisée par plusieurs pouvoirs adjudicateurs, on parle alors de plate-forme mutualisée.

Par exemple :

- Les services de l'Etat ont une plate-forme unique : la Place de Marché Interministérielle.
- Un syndicat mixte ou un GIP peut être créé pour mettre en place une plate-forme mutualisée à la disposition des collectivités locales y adhérant.

5. Conclusion :

Le site internet d'une autorité administrative constitue un profil d'acheteur s'il offre l'accès aux fonctionnalités traduisant les obligations posées par le CMP (voir point 2).

- Pour l'Etat

Le profil d'acheteur de l'Etat est la Place de Marché Interministérielle (PMI) dont l'adresse URL est <https://www.marches-publics.gouv.fr>. Le site du BOAMP, les sites Internet des ministères ne sont donc pas des profils d'acheteur.

- Pour les collectivités locales

Il s'agit de la plate-forme de dématérialisation qui offre, au moins, les moyens de répondre aux exigences fixées par le CMP. Le site institutionnel de la collectivité comprend en général une rubrique intitulée « salle des marchés », « portail d'achat » ou « place de marché » ... Il n'y a pas d'obligation d'avoir un site indépendant du site web de la collectivité si celui-ci contient un espace propre pour l'achat offrant au moins les fonctionnalités requises.

Mis en ligne : 04 février 2010

⁵ Pour aider les petites collectivités : Le groupe d'étude des marchés Dématérialisation (GEM Démat) a pour mission de produire un guide d'achat des services permettant la dématérialisation des marchés publics.
http://www.economie.gouv.fr/directions_services/daj/oeap/concertation/gem/gme_demmat.html