

## Marchés publics

# Comment se différencier grâce à son mémoire technique ?

Septembre 2021

Livre blanc Caneva #1



## Préambule

Toutes les entreprises ont leur chance sur les marchés publics... à condition de savoir se démarquer. Répondre à un appel d'offres est souvent un **exercice périlleux**, de **longue haleine**, qui confronte de nombreux concurrents et ne consacre qu'un vainqueur.

Alors que les projets se relancent à la suite de la crise Covid-19, la **concurrence** est d'autant plus **rude** sur les marchés. Dans certains secteurs, jusqu'à quarante candidatures peuvent être déposées pour un même appel d'offres !

Nous assistons à une **forte augmentation de la concurrence** sur les marchés publics, associée à une **hétérogénéité dans la qualité des réponses**. Faire la différence est la stratégie gagnante. Cela passe par un **mémoire technique explicite, pertinent et bien construit en phase avec les attentes** de l'acheteur. Représentant 10% du PIB, la **commande publique** est un **axe de développement important** pour les entreprises, quelle que soit leur taille. En effet, plus de **220 milliards d'euros** sont consacrés chaque année à l'**attribution des marchés** supérieurs à 90 000€.

Mais comment se lancer sur les marchés publics quand on ne sait pas comment présenter son offre ? Comment être présent sur davantage de marchés quand on ne dispose ni du temps ni des ressources nécessaires pour répondre à tous les appels d'offres ? Et comment se différencier de la concurrence en présentant une offre plus dynamique, moderne et digitale ?

Si vous souhaitez vous positionner sur les marchés publics ou optimiser votre mémoire existant, tout en gagnant du temps et en personnalisant vos offres, ce livre blanc vous **prodiguera des conseils et astuces pour construire un mémoire efficace et accroître votre taux de transformation**.

Bonne lecture !



# Table des matières

<b>Préambule</b>	<b>2</b>
<b>Qui sommes-nous ?</b>	<b>4</b>
<b>A quoi sert le mémoire technique ?</b>	<b>5</b>
<b>Comment construire un bon mémoire ?</b>	<b>6</b>
<b>La structure</b>	<b>6</b>
<b>La personnalisation</b>	<b>6</b>
<b>L'importance du fond et de la forme</b>	<b>7</b>
<b>Comment se différencier de la concurrence ?</b>	<b>8</b>
<b>L'automatisation et la digitalisation des offres</b>	<b>8</b>
<b>Pourquoi automatiser ses réponses ?</b>	<b>9</b>
<b>Pourquoi digitaliser ses réponses ?</b>	<b>10</b>
<b>Les résultats</b>	<b>11</b>
<b>Pour aller plus loin</b>	<b>11</b>

## Qui sommes-nous ?

Caneva est la première société de conseil et d'expertise sur les marchés publics, avec plus de 1650 clients et plus de 5000 appels d'offres déposés en 2019.



Caneva accompagne au quotidien ses clients pour optimiser leurs chances de remporter de nouveaux marchés, accroître leurs chiffres d'affaires, développer et renforcer leur positionnement auprès du secteur public.

Créée en 2006, l'entreprise est basée à Paris et Lyon et compte une vingtaine de collaborateurs.

[Caneva](#) est le partenaire historique des entreprises, des CCI & CMA, fédérations et collectivités pour dynamiser le tissu économique par les marchés publics.



Découvrez notre solution d'automatisation et de digitalisation des réponses aux appels d'offres :

**BidForce** – vos mémoires techniques en 2 clics !

[www.bidforce.fr/](http://www.bidforce.fr/)



# A quoi sert le mémoire technique ?

Le mémoire technique est un **élément clef du succès dans la réponse** à un appel d'offres. Il est la juste articulation entre :

- Une **description détaillée** de votre organisation pour assurer la prestation attendue par l'organisme public
- Un **contenu pertinent, structuré et cohérent** avec les critères de notation du dossier de consultation
- Une présentation marketing et commerciale de votre offre

Il doit refléter clairement l'entreprise qu'il représente, sa **stratégie**, son **savoir-faire**, son **expérience**, ses **forces** et adopter le même comportement qu'un commercial, à savoir vendre son produit ou son service aux acheteurs et aux experts de l'organisme public.

Il nécessite donc une **réelle expertise**, basée sur une connaissance approfondie des entreprises et de leurs contraintes, couplée à une **maitrise des attentes du secteur public**.

C'est à partir du mémoire technique que l'acheteur analyse et note les offres. C'est en effet ce document qui lui permet de se projeter sur le mode opératoire (moyens humains, moyens matériels, organisation, etc.), de lui apporter de la réassurance et de juger le candidat le plus à même d'assurer la prestation pour laquelle il lance l'appel d'offres.

Il est à noter que le mémoire technique vaut, dans la plupart des cas et des secteurs d'activités, entre **40% et 60% de la notation** globale. Contrairement aux idées reçues, il est donc autant à prendre en compte que la partie financière.



# Comment construire un bon mémoire ?

## La structure

Qu'il soit imposé ou pas, le **plan du mémoire** doit **respecter une certaine structure**. Nous constatons toutefois de plus en plus, quel que soit le secteur d'activités, que les organismes publics imposent des plans de réponses aux candidats afin de **faciliter l'analyse** des offres par les acheteurs.

Toutes les entreprises sont ainsi mises sur un pied d'égalité et doivent produire leur réponse selon un format similaire.

Dans ce cas, il peut donc s'avérer utile et pertinent de **reprendre les critères de notation** inscrits dans le règlement de consultation pour **construire son plan de réponse** et de s'assurer de répondre à chacun des points.

Dans le cas où le plan n'est pas imposé, il est également envisageable de le **construire à partir de ces mêmes critères**.

## La personnalisation

Le mémoire doit également être le plus personnalisé possible afin d'éviter les généralités. Il est impératif de montrer à l'acheteur que le contexte de son appel d'offres est bien assimilé et que la réponse et l'organisation mises en place par le prestataire répondent à ses besoins. Pour cela, quelques conseils à prendre en compte :

- Rédiger une partie sur la **compréhension des besoins** et les **enjeux de l'appel d'offres**, de façon pertinente
- Construire une **synthèse de son offre** en valorisant ses **avantages compétitifs** pour montrer à l'acheteur en quoi le candidat est un acteur incontournable et différenciant
- S'il s'agit d'un renouvellement de contrat, rédiger un **bilan d'activités** valorisant ce que l'entreprise a mis en place et l'ensemble des points positifs sur lesquels elle est intervenue dans le cadre du marché
- **Reprendre les échanges** qui se sont déroulés en amont avec l'organisme public dans le cadre de la prospection commerciale et les distiller au fil de la réponse, dans les différents chapitres (compréhension des besoins, moyens humains, moyens matériels, RSE...).

Qu'il s'agisse d'un renouvellement ou d'un nouveau marché, il est primordial d'**établir et de maintenir la relation avec les donneurs d'ordres** afin de cerner au plus près leurs attentes. Cette démarche commerciale doit par conséquent s'établir plusieurs mois avant le lancement de l'appel d'offres, sous peine de ne plus pouvoir échanger avec l'organisme public après la sortie du dossier de consultation.

## L'importance du fond et de la forme

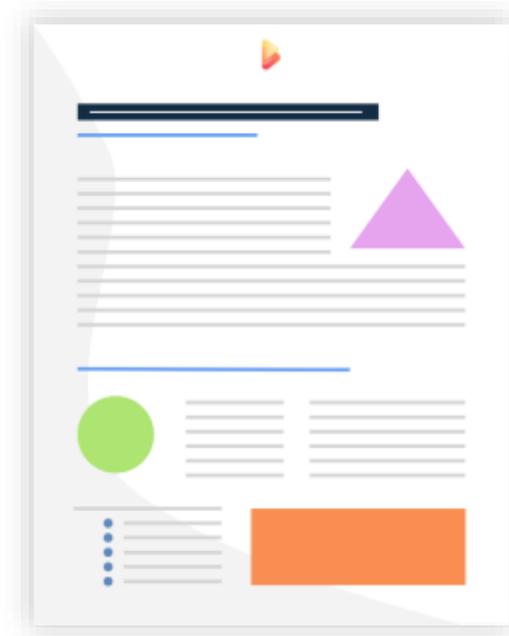
La plupart des offres sont perçues par les acheteurs comme **génériques** et **peu adaptées** aux demandes.

Comme nous venons de l'aborder, il est important d'**adapter le contenu de son offre aux critères de notation** et aux **attentes du donneur d'ordre** en personnalisant sa réponse. Il est également important de détailler sa réponse afin que l'acheteur puisse se projeter un maximum sur la prestation proposée : faciliter son analyse devient un enjeu essentiel de l'offre.

N'oublions pas que l'acheteur est muni d'une **grille d'analyse des offres**, constituée de **plusieurs critères de notation**. Plus l'offre est claire et détaillée, meilleure est la note technique. A contrario, les offres trop "light" sont pénalisées puisqu'elles ne donnent pas suffisamment de matière à l'acheteur pour se projeter dans la prestation proposée.

Au-delà du contenu, il convient également de ne pas négliger la forme de sa réponse à appel d'offres. Un **dossier homogène** dans sa présentation (harmonisation des titres et sous-titres, aération du texte pour faciliter la lecture, ...), **bien illustré** (photos, schémas, cartographies...), sans fautes d'orthographe ni de grammaire est toujours plus apprécié qu'un dossier qui ne tient pas compte de ces éléments. Il s'agit certes d'évidences mais qui sont toujours bonnes à rappeler !

Ces éléments facilitent par ailleurs le marketing des offres, c'est-à-dire la façon dont est valorisé le contenu. A titre d'exemple, des encadrés et des pictogrammes peuvent favoriser la mise en valeur de certains contenus jugés importants et différenciants. Ils attirent l'attention du lecteur en lui donnant un autre niveau de lecture, plus dynamique et visuel.



# Comment se différencier de la concurrence ?

## L'automatisation et la digitalisation des offres

Le contexte de relance économique, couplé au rebond de la commande publique, **favorise la dynamique des marchés publics**, quelle que peu ralentie en 2020. Selon le baromètre de la commande publique, le volume d'achats du premier trimestre 2021 côtoie de très près ceux des premiers trimestres 2018 et 2019<sup>1</sup>.

La reprise des marchés publics a **réveillé la concurrence**. Nous voyons émerger sur le secteur public de nouvelles entreprises qui, avant la pandémie, ne se positionnaient pas sur les appels d'offres. Frappées par la crise, ces entreprises cherchent désormais à diversifier leurs activités, c'est pourquoi elles s'intéressent de plus en plus aux marchés publics.

Face à cette concurrence accrue, les entreprises souhaitent se démarquer et veulent également **répondre à un nombre plus conséquent d'appels d'offres**.

Toutefois, répondre à un appel d'offres prend du temps et rares sont les entreprises qui en ont. C'est donc la **recherche d'efficacité** qui a conduit certains professionnels à imaginer des **solutions efficaces et innovantes** pour **automatiser et digitaliser** leurs réponses. Elles aident à la fois les entreprises à **gagner du temps** sur les parties qui n'ont pas besoin d'être réécrites d'un appel d'offres à l'autre, tout en leur **apportant de la flexibilité** pour ajuster les parties qui nécessitent d'être personnalisées.



<sup>1</sup> Source : AdCF et Banque des territoires

## Pourquoi automatiser ses réponses ?

- Gagner du temps
- Optimiser la qualité et la productivité
- Maîtriser l'homogénéité des contenus, par exemple pour les entreprises décentralisées où chaque région répond en autonomie sur son territoire, à sa façon et avec ses propres moyens, sans unité d'une région à l'autre
- Industrialiser et personnaliser ses offres

Il existe plusieurs outils sur le marché pour accompagner les entreprises dans leur démarche d'automatisation. Ils se structurent selon un quiz à compléter, avec des items préalablement définis et personnalisés en fonction du secteur d'activités et des besoins de l'entreprise. Une fois complétés, ces items viennent automatiquement s'intégrer dans les bonnes parties au sein du mémoire technique.

Une fois le quiz complété, le mémoire technique passe au format Word.

Le + ? modifier, ajouter, supprimer autant que nécessaire les parties que les entreprises souhaitent personnaliser.

## Exemple de questionnaire à compléter

Appels d'offres | Lot 1 - Transport scolaire

### Réponse à l'appel d'offres

Lot 1 - Transport scolaire  
Sûreté par Pierre-Antoine PÉRONNET

Informations générales  
Questionnaire technique  
Table des matières

Intégrer en coùts...

INFORMATIONS RELATIVES AU MARCHÉ

Nom de l'acheteur  
Département de Seine-et-Marne

Objet du marché  
Prestations de transport de voyageurs pour le département de Seine-et-Marne

Région concernée par le marché  
Seine-et-Marne

Numéro du lot concerné  
1

Intitulé du lot  
Transports scolaires

Ville concernée par le marché  
Châlon-sur-Seine

## Pourquoi digitaliser ses réponses ?

- Présenter ses appels d'offres sous un **format moderne et innovant**, similaire à un **site web**, pour une **navigation aisée** et plus **ergonomique**
- **Attacher** aisément ses **annexes** à l'offre et y accéder en un clic
- **Faciliter la lecture** et l'analyse des acheteurs en leur permettant d'aller directement aux parties qu'ils souhaitent lire, de façon interactive
- Se **différencier** de la concurrence

Une fois la réponse à appel d'offres automatisée, la digitalisation se fait en **3 clics**.

### Les plus



- Simple
- Rapide
- Efficace

Les solutions disponibles sur le marché garantissent :

- Sécurité et maîtrise des données
- Praticité d'utilisation
- Facilité de personnalisation

### Exemple de version digitale

**TABLE DES MATIÈRES** Accès en 1 clic au sommaire

**ANNEXES** Accès en 1 clic aux annexes

**IMPRESSION OPTIMISÉE** Impression du document

**VERSION PAGE À PAGE** Version PDF classique (page à âge) disponible en 1 clic

**<<<** **>>>** Navigation des pages

Naviguez le document en cliquant sur les titres dans la bannière :

2. NOTRE ORGANISATION  
(Titre)

2.1. EQUIPES DEDIEES  
(Sous-titre)



## Les résultats

Les outils d'automatisation et de digitalisation des réponses à appels d'offres permettent des **retours sur investissement très intéressants** pour les entreprises qui les utilisent.

- **30%** de temps économisé
- Jusqu'à **1/3 de réponses** à appels d'offres produites **en plus**
- Des offres mieux **personnalisées**
- Une meilleure **efficacité commerciale** au sein de vos équipes
- Des **taux de transformation** optimisés
- Un **parcours acheteur simplifié**

## Pour aller plus loin

Si vous aussi vous souhaitez optimiser votre mémoire technique et améliorer votre taux de transformation, nous proposons un **diagnostic personnalisé et gratuit de vos mémoires sur la base de vos dernières réponses à appels d'offres**.

**Le + pour vous** : identifier vos axes d'amélioration pour développer votre positionnement sur le secteur public.

## Nous contacter

Aurélien Tourret - Président

[a.tourret@caneva.fr](mailto:a.tourret@caneva.fr) - 06 85 61 56 91

[LinkedIn](#)



Claire Séveno – Directrice du développement

[c.seveno@caneva.fr](mailto:c.seveno@caneva.fr) - 06 98 26 89 45

[LinkedIn](#)



Retrouvez-nous sur :

[www.caneva.fr](http://www.caneva.fr)

[www.marchespublicspme.fr](http://www.marchespublicspme.fr)

[LinkedIn](#)

