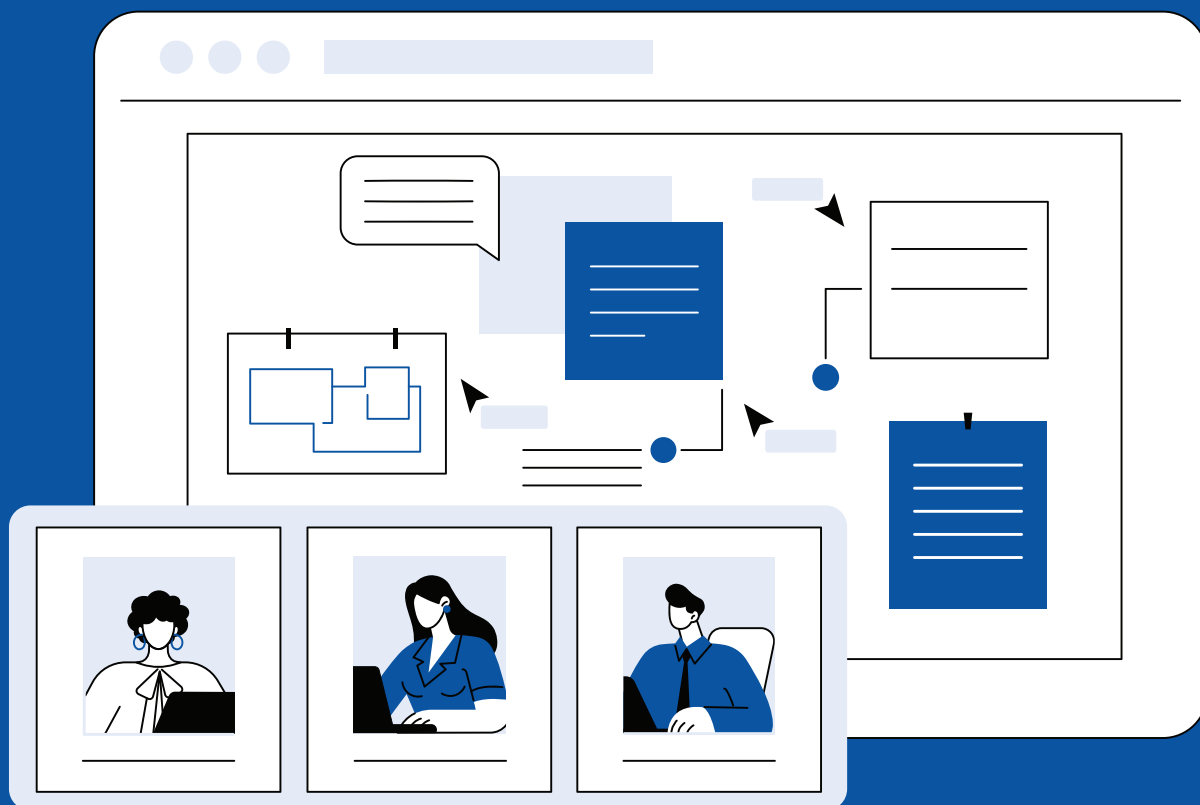




EBOOK

La sous-traitance dans les marchés publics

Mettre toutes les chances de votre côté
pour remporter des appels d'offres !



INTRODUCTION

La sous-traitance, une porte d'entrée stratégique vers les marchés publics

Le secteur de la construction en Belgique connaît une dynamique particulière : d'un côté, les pouvoirs publics investissent massivement dans des projets d'infrastructures, de rénovation énergétique et d'équipements collectifs ; de l'autre, les petites et moyennes entreprises peinent parfois à accéder directement à ces marchés, souvent taillés pour de grandes structures.

C'est ici qu'intervient la sous-traitance. Trop souvent perçue comme un rôle secondaire, elle constitue en réalité un levier stratégique pour les indépendants et les PME : elle permet de participer à des projets publics d'envergure, de diversifier son portefeuille de clients et de se faire un nom dans un secteur exigeant mais porteur.

Devenir sous-traitant, c'est s'intégrer dans la chaîne de valeur des marchés publics sans devoir assumer toute la charge administrative et financière qu'implique le rôle de titulaire. C'est aussi une opportunité d'apprendre, de se structurer et de bâtir progressivement une crédibilité qui pourra, un jour, permettre de franchir le pas vers un marché en direct.

Mais attention : la sous-traitance ne s'improvise pas. Elle est encadrée par un cadre légal strict, précisé par la loi belge du 17 juin 2016 relative aux marchés publics et par l'arrêté royal du 18 avril 2017. Elle exige également une bonne compréhension des règles sociales et fiscales, des obligations contractuelles et des droits dont bénéficient les sous-traitants.

Ce document vous propose de poser les bases : comprendre ce qu'est réellement la sous-traitance dans les marchés publics, identifier vos droits et obligations, et découvrir les bénéfices concrets de ce statut.



Sommaire

- 04** PARTIE 1
Comprendre la sous-traitance dans les marchés publics
- La sous-traitance, qu'est-ce que c'est ?
 - Le cadre légal en Belgique
 - Les avantages concrets pour les sous-traitants
- 09** PARTIE 2
Se positionner comme sous-traitant dans les projets de construction
- Identifier les bonnes opportunités
 - Contacter les titulaires de marché
 - Présenter son entreprise et convaincre
 - Bien formaliser la relation avec le donneur d'ordre
- 14** PARTIE 3
Maximiser ses chances de succès comme sous-traitant
- Construire sa crédibilité
 - Être visible et proactif
 - Se faire accompagner
- 18** PARTIE 4
Outils et ressources pour passer à l'action
- Utiliser la plateforme EBP pour trouver des opportunités
 - Ressources pour suivre les attributions de marchés
 - Outils pour améliorer sa visibilité
 - Se former et s'informer
- 22** **Conclusion**
- La sous-traitance : un tremplin stratégique vers la commande publique
- 23** **Annexes**
- Lexique des termes juridiques et techniques
 - Modèles types : déclaration et contrat de sous-traitance
 - Liens et ressources utiles

PARTIE 1

Comprendre la sous-traitance dans les marchés publics

La sous-traitance se définit comme le fait, pour une entreprise titulaire d'un marché public, de confier à une autre entreprise – le sous-traitant – l'exécution d'une partie des prestations. Contrairement au titulaire, le sous-traitant n'a aucun lien contractuel direct avec le pouvoir adjudicateur (commune, région, État fédéral...). Son seul interlocuteur est l'adjudicataire, c'est-à-dire l'entreprise générale qui a remporté le marché.

Il est essentiel de distinguer la sous-traitance d'autres formes de collaboration :

- Le titulaire du marché est l'entreprise qui a remporté l'appel d'offres et assume la responsabilité principale vis-à-vis du pouvoir adjudicateur.
- Le cotraitant est un partenaire dans le cadre d'un groupement momentané d'entreprises (GME), où chaque société est liée directement au pouvoir adjudicateur.
- Le sous-traitant, lui, intervient "en cascade", et sa relation contractuelle est uniquement avec le titulaire.

Dans le secteur de la construction, les sous-traitants interviennent dans des spécialités variées : électricité, plomberie, menuiserie, gros œuvre, travaux de finition, voirie, etc. Leur rôle est souvent indispensable pour mener à bien des projets complexes.



TITULAIRE =
responsabilité principale
vis-à-vis du pouvoir adjudicateur



COTRAITANT =
partenaire dans le cadre
d'un (GME)



SOUS-TRAITANT =
relation contractuelle
uniquement avec le titulaire

Le cadre légal en Belgique

La sous-traitance dans les marchés publics ne se limite pas à une pratique contractuelle courante : elle est encadrée par une législation précise, destinée à garantir la transparence, la concurrence loyale et la protection des entreprises impliquées.

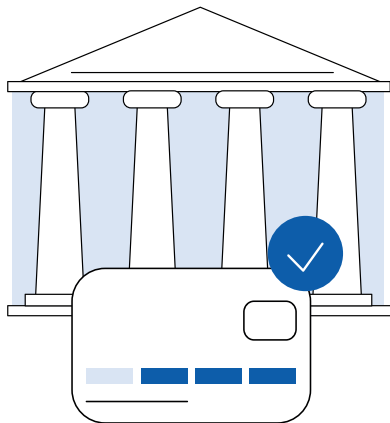
Les textes de référence sont principalement la loi du 17 juin 2016 relative aux marchés publics et l'arrêté royal du 18 avril 2017 relatif à la passation des marchés publics dans les secteurs classiques. Ces deux textes définissent les droits et obligations de chacun des acteurs.

1

Déclaration et autorisation obligatoire

Tout sous-traitant doit être déclaré par le titulaire du marché. Cette déclaration permet au pouvoir adjudicateur (la commune, la région, l'État fédéral, etc.) de vérifier que l'entreprise sollicitée présente les garanties nécessaires. Dans certains cas, une autorisation explicite est requise avant que le sous-traitant puisse intervenir.

Concrètement, cela signifie que si vous êtes sollicité par un adjudicataire, il doit vous mentionner dans son offre ou vous déclarer en cours d'exécution du marché.



2

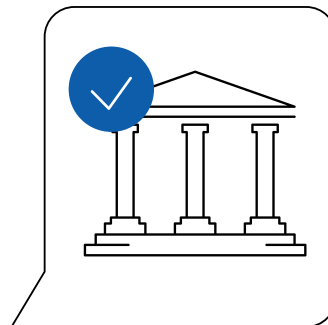
Paiement direct

La législation prévoit, dans certaines conditions, la possibilité pour un sous-traitant d'être payé directement par le pouvoir adjudicateur. Ce mécanisme sécurise la relation financière et évite au sous-traitant de subir une éventuelle défaillance du titulaire. Cependant, le paiement direct n'est pas automatique : il doit être prévu dans le marché ou accepté par l'administration.

3

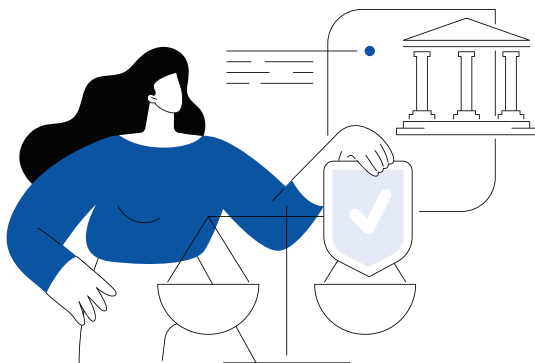
Respect des obligations sociales et fiscales

Un principe fondamental régit les marchés publics : seuls les opérateurs économiques en règle peuvent y participer, directement ou indirectement. Les sous-traitants doivent donc prouver qu'ils n'ont pas de dettes sociales (ONSS) ou fiscales (SPF Finances). Cette exigence vise à éviter le recours à des sociétés peu fiables et à lutter contre la concurrence déloyale.



4 Responsabilités croisées

Le titulaire reste le seul responsable vis-à-vis du pouvoir adjudicateur de la bonne exécution du marché. Cela signifie que si le sous-traitant ne respecte pas ses engagements, c'est le titulaire qui sera sanctionné. Pour autant, le sous-traitant engage aussi sa responsabilité contractuelle vis-à-vis du titulaire. La relation doit donc être encadrée par un contrat solide et équilibré.



5 Nouvelles obligations

Au-delà de ces principes, de nouvelles règles se sont imposées :

- La facturation électronique devient obligatoire dans la plupart des marchés publics.
- Les marchés intègrent de plus en plus de clauses sociales (emploi local, insertion professionnelle, égalité de traitement).
- Les clauses environnementales se multiplient : gestion des déchets, efficacité énergétique, recours à des matériaux durables.
- Le législateur a également renforcé la lutte contre le dumping social, en sanctionnant les pratiques de sous-traitance abusive qui tirent les prix vers le bas au détriment des conditions de travail.

Ces obligations créent un environnement plus strict, mais aussi plus protecteur pour les entreprises sérieuses et fiables.

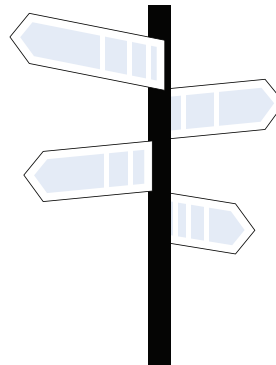
Les avantages concrets pour les sous-traitants

Si la sous-traitance implique de respecter un cadre légal exigeant, elle offre en contrepartie de nombreux bénéfices stratégiques pour les entreprises du secteur.

1

Un accès simplifié aux marchés publics

Devenir titulaire d'un marché public demande des ressources considérables : montage de dossiers, gestion de la procédure, garanties financières... La sous-traitance contourne ces barrières en permettant aux PME de contribuer à des projets publics sans en porter toute la responsabilité.



2

Un tremplin commercial

La sous-traitance ouvre la porte à des partenariats durables avec de grandes entreprises. En collaborant régulièrement avec des adjudicataires, vous vous positionnez comme un partenaire de confiance, ce qui augmente vos chances d'être sollicité pour d'autres projets.

3

Une vitrine pour votre savoir-faire

Participer à un projet public, c'est bénéficier d'une visibilité particulière. Qu'il s'agisse de la rénovation d'un bâtiment scolaire, de la construction d'un hôpital ou de la modernisation d'une route, ces chantiers sont des références fortes qui valorisent votre expertise auprès d'autres clients, publics ou privés.



4

Des références valorisables

Même si vous n'êtes pas titulaire du marché, vos réalisations en sous-traitance constituent des références officielles. Ces références pourront être intégrées dans vos futurs dossiers de candidature, renforçant ainsi votre crédibilité lors d'appels d'offres ultérieurs.

5

Une stabilité financière accrue

Les marchés publics offrent une garantie de paiement solide, surtout lorsqu'un mécanisme de paiement direct est prévu. Cette sécurité financière permet de lisser les risques et d'apporter une meilleure visibilité sur votre trésorerie.



6

Une montée en compétence

Enfin, travailler en sous-traitance permet d'acquérir de l'expérience sur des projets plus complexes et plus exigeants que vos chantiers habituels. C'est une véritable école pratique, qui peut préparer votre entreprise à franchir un jour le pas de la candidature directe à un marché public.

**Exemples concrets de sous-traitance dans les marchés publics belges**

La sous-traitance est omniprésente dans les projets publics, qu'il s'agisse de chantiers de grande ampleur ou de travaux plus locaux.

- Dans le Bulletin der Aanbestedingen publié par Bouwkroniek, on retrouve par exemple une Onderhandelingsprocedure zonder voorafgaande oproep tot mededinging (procédure négociée sans publication préalable) pour l'Université catholique de Louvain, relative à la rénovation acoustique du bâtiment STEPS BD2 – plafonds abaissés (Bestek TD/113951).

Ce type de marché illustre parfaitement les possibilités de sous-traitance : un titulaire principal peut déléguer à des entreprises spécialisées les lots techniques tels que l'isolation acoustique, la pose de plafonds suspendus ou encore les finitions intérieures.

- Toujours dans le même bulletin, un marché communal intitulé "Stenenmuurstraat: optimaliseren bermen en rijweg" à Sint-Niklaas montre qu'il existe également des opportunités pour des PME dans les travaux publics locaux. Des tâches comme le terrassement, le pavage ou la pose de bordures peuvent être confiées à des sous-traitants régionaux, souvent mieux implantés localement et plus réactifs.
- De même, un projet de rénovation de bâtiments avec réfection de toitures et toitures plates à Sint-Niklaas démontre que les lots de couverture, zinguerie ou étanchéité sont fréquemment sous-traités à des artisans spécialisés.

Ces exemples concrets illustrent à quel point la sous-traitance est un levier d'accès à des projets variés — des bâtiments universitaires aux infrastructures de voirie — pour des entreprises de toutes tailles.

PARTIE 2

Se positionner comme sous-traitant dans les projets de construction

Entrer dans le monde des marchés publics en tant que sous-traitant ne se limite pas à attendre qu'un titulaire vous contacte. Pour tirer parti de cette opportunité, il est essentiel de savoir où trouver les projets pertinents, comment approcher les bonnes entreprises et de quelle manière présenter votre valeur ajoutée. Cette étape stratégique détermine en grande partie vos chances de réussite. Il s'agit de construire une démarche proactive, structurée et professionnelle, qui inspire confiance aux adjudicataires.

Identifier les bonnes opportunités

La première étape pour tout sous-traitant est de savoir où trouver les projets pertinents. Contrairement au titulaire, qui répond directement à un appel d'offres, le sous-traitant doit être attentif aux marchés déjà attribués ou en phase d'exécution.

Les plateformes officielles, comme e-Notification, constituent une ressource incontournable : elles publient non seulement les avis de marché mais aussi les avis d'attribution. Ces derniers indiquent quelle entreprise a remporté le marché, pour quel montant et pour quel type de travaux. C'est une véritable mine d'informations pour cibler vos futures démarches.

Exemple : si vous êtes spécialisé dans l'électricité et que vous voyez qu'un marché pour la rénovation d'une école a été attribué à une grande entreprise de construction générale, vous pouvez raisonnablement supposer qu'elle aura besoin de sous-traitants pour les installations électriques.

En complément, les sites web des pouvoirs adjudicateurs (communes, intercommunales, régions) ou leurs bulletins officiels donnent souvent des informations sur les projets en préparation. Être attentif à ces annonces vous permet d'approcher les titulaires potentiels en amont, avant même que les lots de sous-traitance ne soient attribués.

Enfin, le réseau professionnel joue un rôle majeur. Les relations établies lors de salons, d'événements sectoriels ou de collaborations précédentes sont souvent le canal le plus direct pour être intégré à de nouveaux projets.



Astuce pratique

Mettez en place une veille régulière : consacrez chaque semaine un temps pour consulter les plateformes officielles, suivre les publications locales et tenir à jour une liste d'entreprises adjudicataires dans votre secteur.



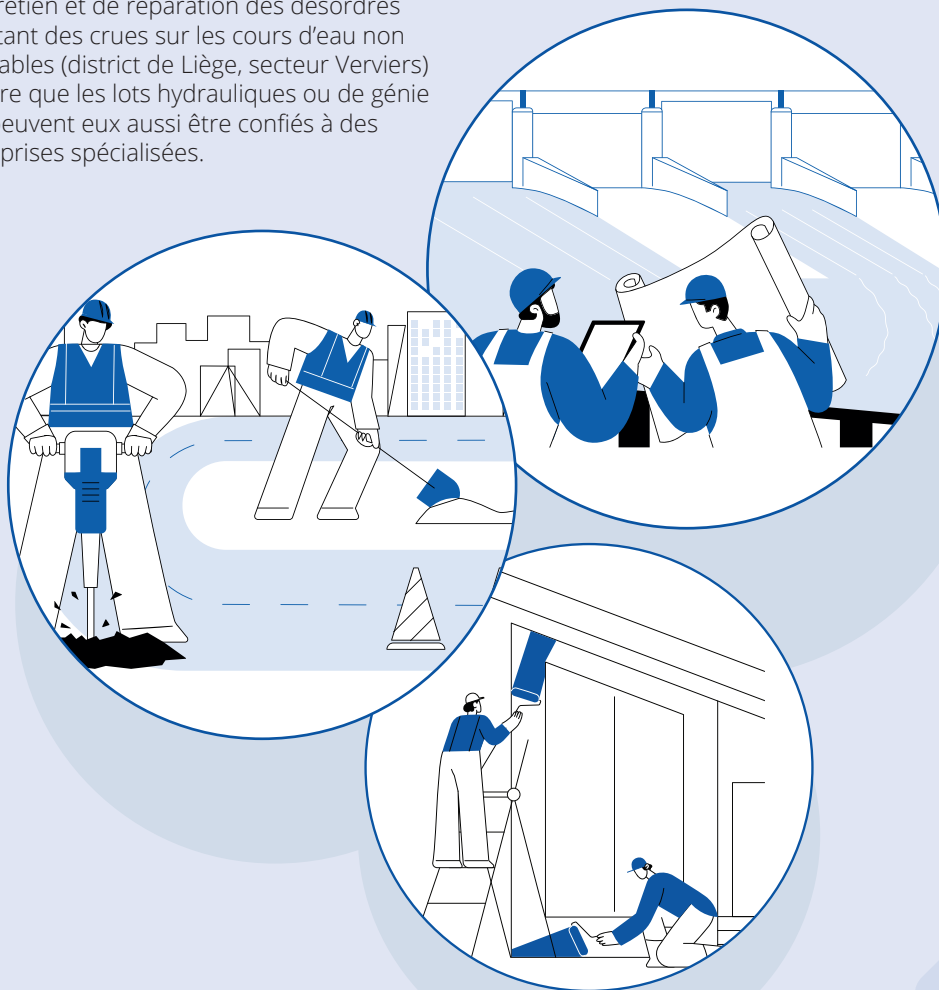


Exemples concrets : où trouver les opportunités

Les annonces publiées sur [Aanbestedingen.bouwkronek.be](https://aanbestedingen.bouwkronek.be) regorgent de projets potentiellement ouverts à la sous-traitance.

- Par exemple, la ville de Sint-Niklaas a récemment lancé un marché intitulé "Stenenmuurstraat: optimaliseren bermen en rijweg", comprenant des travaux de réaménagement de voirie et d'optimisation des accotements. Ce type de projet fait souvent appel à plusieurs sous-traitants pour le terrassement, le nivellement, la pose de bordures ou encore le marquage au sol.
- À un autre niveau, un marché du Service public de Wallonie (SPW) pour des travaux d'entretien et de réparation des désordres résultant des crues sur les cours d'eau non navigables (district de Liège, secteur Verviers) montre que les lots hydrauliques ou de génie civil peuvent eux aussi être confiés à des entreprises spécialisées.

Enfin, des accords-cadres pluriannuels tels que celui publié par Bouwkronek — "Raamovereenkomst – Schilderwerken en revêtements souples (2026-2030)" — ouvrent également des perspectives à moyen terme : le titulaire principal peut s'appuyer sur des sous-traitants pour exécuter des lots de peinture ou de revêtements tout au long de la période couverte par le contrat.



Contacteur les titulaires de marché

Identifier un marché intéressant est une première étape, mais c'est votre capacité à entrer en relation avec le titulaire qui fera la différence.

Les grandes entreprises générales reçoivent de nombreuses sollicitations. Pour vous démarquer, il est essentiel de proposer un message clair, court et percutant. Dans un premier contact, que ce soit par email ou par téléphone, concentrez-vous sur l'essentiel :

- Qui vous êtes (présentation en une phrase).
- Votre spécialité et pourquoi elle est pertinente pour ce projet.
- Une référence concrète qui démontre votre expérience.
- Votre disponibilité pour un échange rapide.

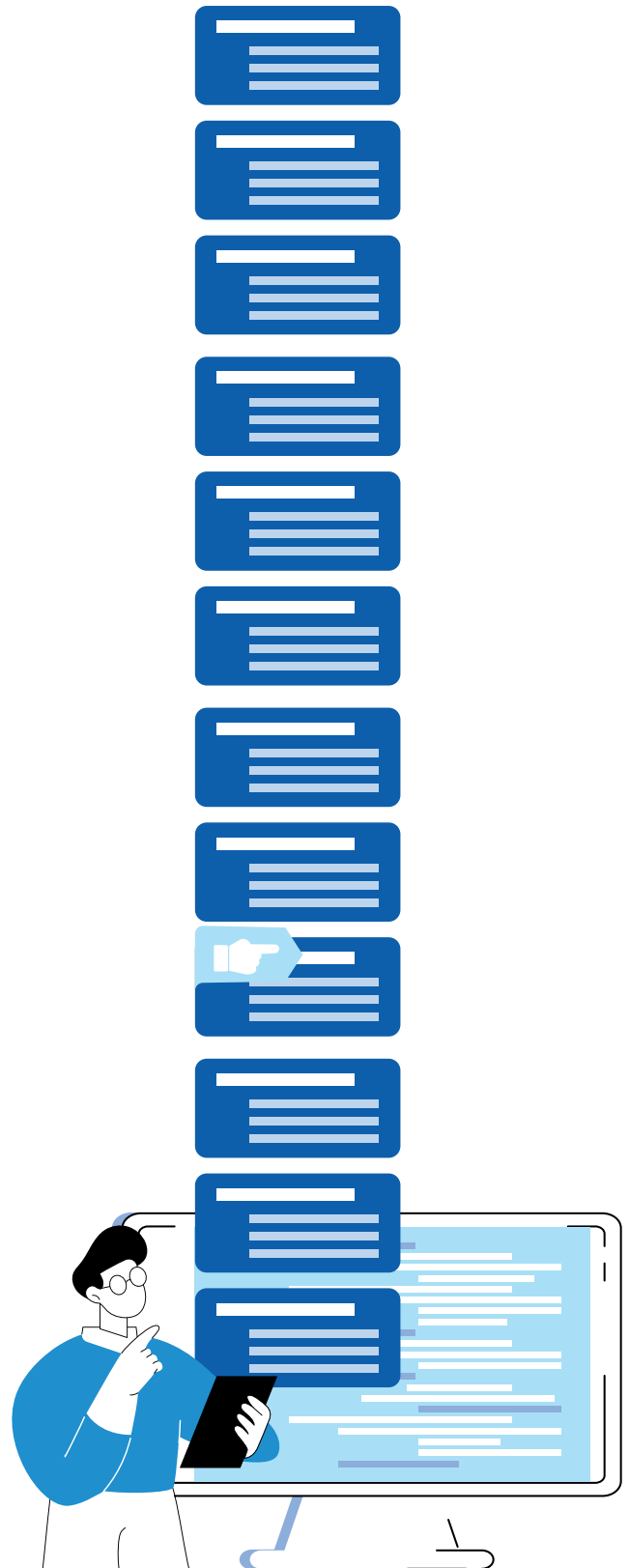
Par exemple :

« Bonjour, je suis [Nom], responsable de [Entreprise]. Nous sommes spécialisés dans les installations HVAC et avons récemment travaillé sur la rénovation énergétique de deux bâtiments scolaires. Nous avons vu que vous êtes adjudicataire du marché X et aimerions discuter de la manière dont nous pourrions vous accompagner. Seriez-vous disponible pour un court échange cette semaine ? »

L'utilisation de LinkedIn peut compléter cette approche. En suivant l'actualité des adjudicataires, vous pouvez interagir avec leurs publications, identifier les responsables de projet et entretenir votre visibilité professionnelle.

À éviter

Ne vous contentez pas d'envoyer un catalogue générique ou une présentation trop longue. Les adjudicataires recherchent des partenaires capables de répondre à un besoin précis, pas des prestataires anonymes.



Présenter son entreprise et convaincre

Une fois le contact établi, vous devez montrer que vous êtes un partenaire fiable et compétent. Pour cela, préparez un dossier de présentation clair, professionnel et bien structuré. Celui-ci peut prendre la forme d'un document PDF que vous envoyez après un premier échange.

Un bon dossier de présentation doit inclure :

- Un résumé de votre entreprise (taille, année de création, équipe)
- Vos spécialités techniques et vos domaines d'intervention
- Des références sélectionnées et illustrées (photos de chantiers, témoignages clients)
- Vos certifications et labels (Qualibat, ISO, sécurité, durabilité)
- Vos moyens matériels et humains
- Les attestations de conformité sociale et fiscale (à jour)

Ce document est votre carte de visite : il doit inspirer confiance et donner envie au titulaire de collaborer avec vous.



Astuce

N'hésitez pas à personnaliser votre présentation en fonction du projet identifié. Si vous contactez un adjudicataire pour un marché de rénovation d'école, mettez en avant vos références similaires.

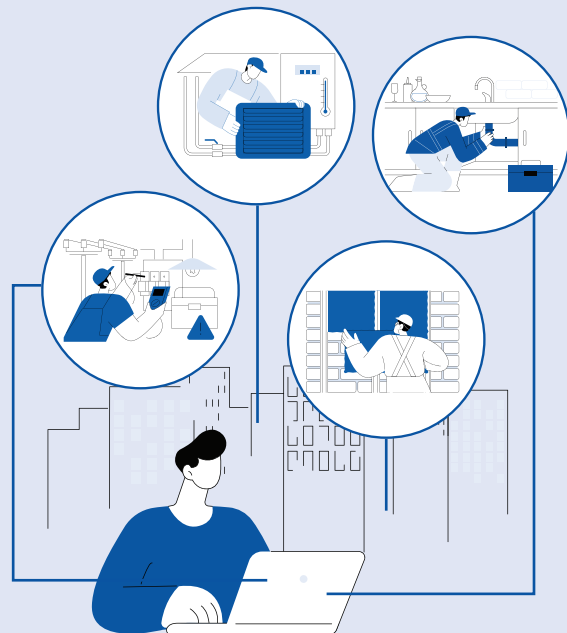


Exemple inspiré de la pratique

Lors d'un marché de rénovation énergétique d'un bâtiment scolaire lancé par une commune wallonne, une grande entreprise générale a remporté le marché global, mais a fait appel à plusieurs sous-traitants :

- une PME locale pour les installations plomberie et chauffage,
- une entreprise spécialisée pour les travaux électriques,
- un artisan isolateur pour la pose de l'isolant thermique.

Ce type d'organisation illustre parfaitement comment des sous-traitants de tailles différentes peuvent collaborer au sein d'un même projet public. Chacun y trouve son intérêt : le titulaire gagne en flexibilité et en expertise technique, tandis que les sous-traitants enrichissent leur portefeuille de références publiques.



Bien formaliser la relation avec le donneur d'ordre

Si votre candidature en tant que sous-traitant est acceptée, l'étape suivante consiste à sécuriser la relation par un contrat clair et équilibré. Trop d'entreprises se contentent d'accords verbaux ou de simples échanges d'emails : c'est une erreur à éviter absolument.

Un contrat de sous-traitance doit préciser :

- La nature exacte des prestations confiées.
- Les délais à respecter et les modalités de coordination avec les autres intervenants.
- Les conditions de paiement, avec mention d'un éventuel paiement direct.
- Les responsabilités et assurances en cas de problème.
- Les clauses de confidentialité, notamment si le projet comporte des informations sensibles.

Ce document protège les deux parties. Il fixe un cadre clair qui évite les malentendus et réduit les risques de litige. De plus, il vous permet de démontrer votre professionnalisme et votre sérieux.



Exemple concret

Une entreprise de menuiserie a accepté de travailler en sous-traitance sans contrat écrit. Le chantier a pris du retard et le titulaire a refusé de payer les pénalités réclamées. Sans document formel, l'entreprise n'a pas pu faire valoir ses droits. Leçon : un contrat est indispensable, même si vous connaissez bien votre partenaire.



PARTIE 3

Maximiser ses chances de succès comme sous-traitant

Devenir sous-traitant dans les marchés publics est une première étape importante. Mais pour pérenniser cette position et multiplier les collaborations, il faut aller plus loin. La réussite repose sur trois piliers essentiels : la crédibilité, la visibilité et la proactivité.

Les entreprises qui investissent dans leur réputation, dans la qualité de leur communication et dans leurs relations professionnelles se distinguent rapidement dans un marché compétitif. Cette partie vous aide à construire une image solide et à mettre en place les bonnes pratiques pour devenir un partenaire incontournable.

Construire sa crédibilité

Dans le secteur de la construction, la confiance est le moteur de toute collaboration. Un adjudicataire confiera difficilement une partie de son marché à une entreprise dont il ne connaît ni le sérieux ni la fiabilité.

Votre objectif, en tant que sous-traitant, est donc de rassurer et de convaincre. Pour cela, vous devez démontrer trois qualités : la compétence, la conformité et la stabilité.

1 Valoriser son expertise

Vos références sont votre meilleure carte de visite. Sélectionnez soigneusement quelques chantiers représentatifs de votre savoir-faire. Mettez en avant les projets réussis, les particularités techniques que vous avez gérées et les contraintes que vous avez surmonté. Même si vos réalisations ne concernent pas encore des marchés publics, elles sont tout à fait légitimes si elles illustrent la qualité de votre travail.

Exemple : Une PME spécialisée dans la ventilation a mis en avant ses réalisations dans des bâtiments scolaires privés pour décrocher un premier chantier public en sous-traitance. Les adjudicataires ont reconnu la pertinence de cette expérience.

2 Obtenir des certifications et labels

Les labels sont des gages de qualité et de fiabilité. Des certifications comme ISO 9001, Qualibat ou des labels de sécurité sont souvent exigés par les adjudicataires. Si vous n'en disposez pas encore, entamez les démarches : elles montrent que votre entreprise est structurée et conforme aux normes du secteur.

Certaines certifications environnementales (par exemple, pour l'utilisation de matériaux durables ou la gestion des déchets) peuvent également renforcer votre attractivité, dans un contexte où les marchés publics intègrent de plus en plus de clauses écologiques.

3 Soigner sa réputation

La réputation se construit au fil des projets, mais aussi par la manière dont vous communiquez. Respecter les délais, maintenir une communication claire, livrer un travail soigné : ces comportements simples mais constants inspirent confiance.

N'hésitez pas à demander à vos partenaires ou clients satisfaits des témoignages écrits ou recommandations. Ces preuves sociales rassurent les futurs adjudicataires.

Le saviez-vous ?

Une entreprise sur trois obtient un nouveau contrat grâce au bouche-à-oreille. Dans le BTP, la réputation circule vite : une collaboration réussie peut ouvrir la porte à plusieurs autres.



Être visible et proactif

La visibilité est un élément clé pour exister dans un marché aussi dense que celui de la commande publique. Même les entreprises les plus compétentes passent à côté d'opportunités simplement parce qu'elles ne sont pas connues.

1

Construire une présence en ligne professionnelle

Votre site internet et vos profils sur les réseaux professionnels (LinkedIn notamment) sont souvent la première vitrine de votre activité. Mettez-les à jour régulièrement :

- Présentez clairement vos services et spécialités.
- Montrez vos réalisations (avec photos et brèves descriptions).
- Publiez occasionnellement des nouvelles ou des témoignages clients.
- Ces éléments vous positionnent comme un acteur sérieux et actif du secteur.

2

Participer aux événements du secteur

Les salons professionnels, les foires du bâtiment et les événements liés à la commande publique (comme les conférences d'Embuild) sont d'excellentes occasions de rencontrer des partenaires potentiels.

Astuce : préparez quelques supports de communication simples (cartes de visite, mini-dossier ou QR code vers votre portfolio en ligne) pour laisser une trace lors de vos rencontres.

3

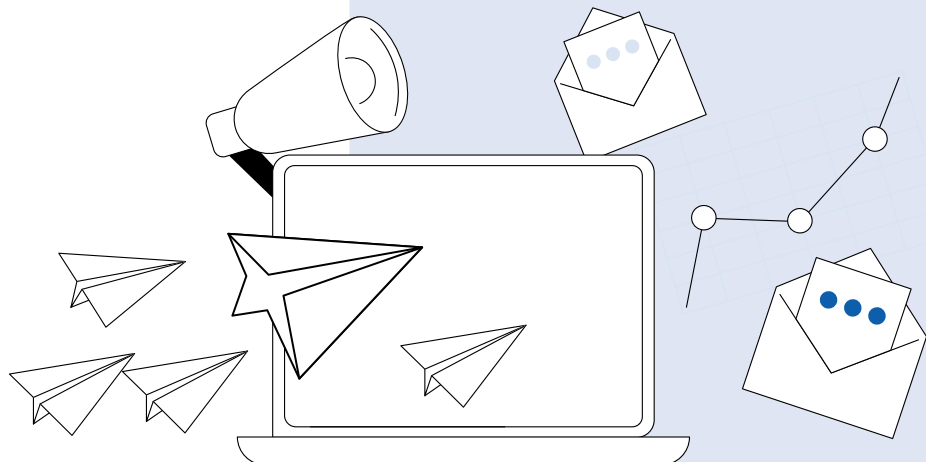
Créer et entretenir son réseau

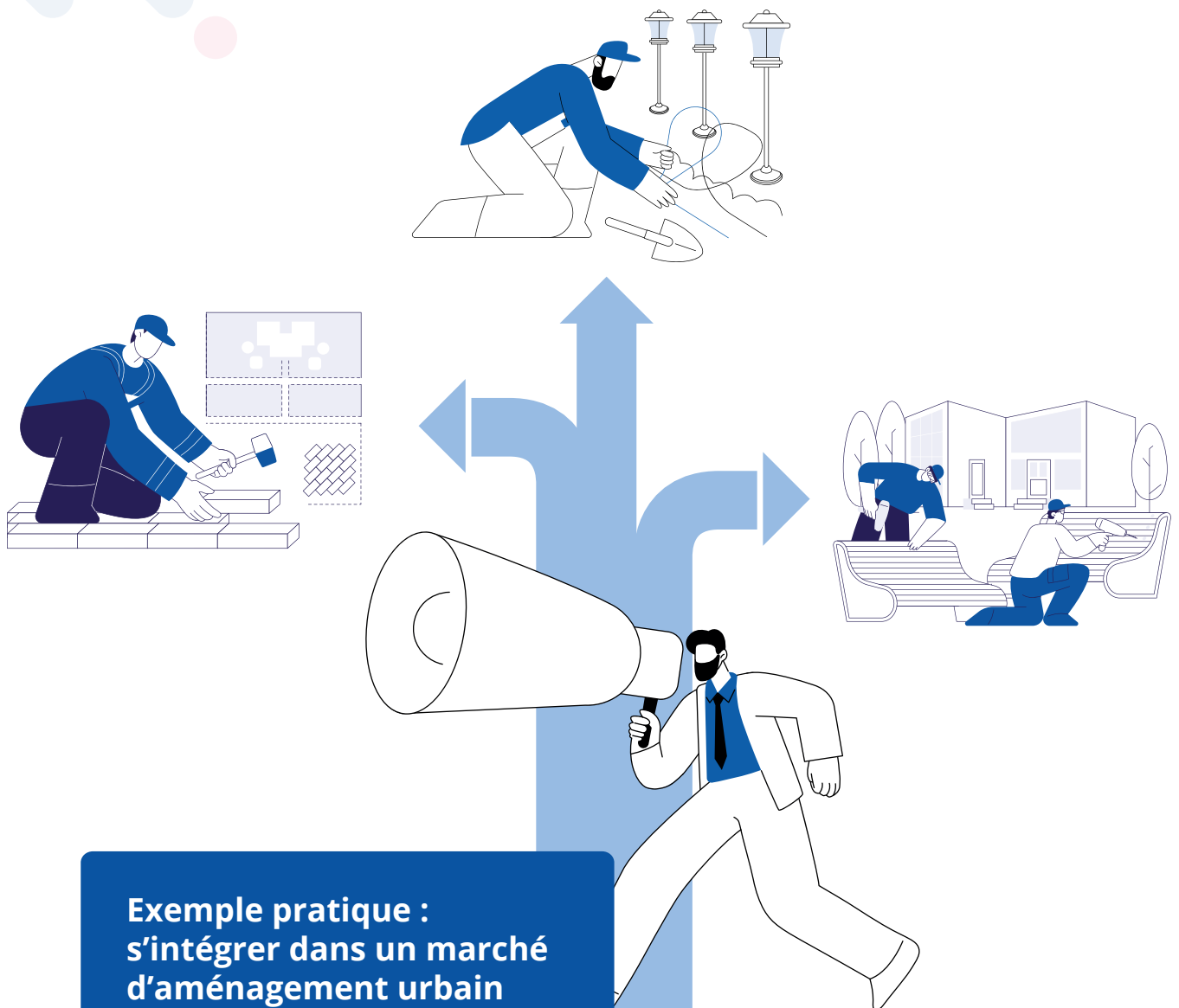
Être sous-traitant, c'est avant tout une histoire de relations humaines. Contactez régulièrement les entreprises générales avec lesquelles vous souhaitez collaborer, sans être intrusif. Une relance polie ou un simple message pour signaler votre disponibilité peut suffire à rester dans leur esprit.



Exemple concret

Une entreprise de peinture basée à Liège a créé une newsletter trimestrielle présentant ses derniers chantiers et innovations produits. Grâce à cet outil, elle a renforcé son image de professionnalisme et décroché plusieurs collaborations avec des adjudicataires qu'elle n'avait jamais rencontrés auparavant.





Exemple pratique : s'intégrer dans un marché d'aménagement urbain

Une intercommunale a récemment lancé un projet d'aménagement d'un parc public comprenant la voirie, l'éclairage extérieur et la pose de mobilier urbain.

L'entreprise titulaire, spécialisée en génie civil, a confié :

- les travaux de voirie à une société locale de travaux publics,
- l'installation des éclairages à un électricien indépendant,
- et la fourniture du mobilier (bancs, pergolas, terrasses) à un menuisier urbain.

Ce type de projet montre l'importance d'être visible localement et de maintenir une veille active sur les attributions. En se positionnant auprès d'un adjudicataire dès la signature du marché, un sous-traitant peut sécuriser un volume de travail stable tout en développant des partenariats à long terme.

Se faire accompagner

Entrer dans le monde des marchés publics en tant que sous-traitant peut sembler complexe, surtout au début. Heureusement, de nombreuses structures sont là pour vous guider. Se faire accompagner est une stratégie gagnante : cela vous permet d'éviter les erreurs, de mieux comprendre la réglementation et d'identifier plus rapidement les opportunités pertinentes.

1 Les guichets d'entreprise

Ils sont un premier point de contact pour toute question administrative : immatriculation, documents légaux, attestations ONSS, etc. Certains guichets proposent même des conseils personnalisés pour les entreprises souhaitant travailler avec le secteur public.



2 Les fédérations professionnelles

Des organisations comme Embuild ou Bouwunie offrent un accompagnement spécifique : formations sur la commande publique, webinaires, services juridiques et conseils sectoriels. Ces structures représentent également une excellente porte d'entrée pour développer votre réseau.



À retenir

Être bien entouré, c'est gagner du temps et éviter les faux pas. Les entreprises qui s'appuient sur des partenaires institutionnels ou privés pour se former et se structurer progressent plus vite et avec plus de sérénité.

3 Les organismes publics de formation

Des entités comme le SPF BOSA (Service public fédéral Stratégie et Appui) ou l'IFAPME (Institut wallon de formation en alternance) proposent des sessions de formation sur les marchés publics. Ces formations permettent de mieux comprendre les procédures, les obligations légales et les bonnes pratiques à adopter.

4 Les plateformes spécialisées

Enfin, des plateformes comme EBP facilitent la recherche d'opportunités en centralisant les marchés publics et leurs attributions. Grâce à un système d'alertes personnalisées, vous pouvez repérer rapidement les adjudicataires qui travaillent dans votre domaine et leur proposer vos services.



Exemple réel : suivi de marchés attribués

Sur la plateforme Batichronique / La Chronique, un marché du Service public de Wallonie (SPW) pour la réparation des désordres liés aux crues (secteur de Verviers) a permis à plusieurs sous-traitants spécialisés dans le curage de rivières, la stabilisation de berges ou la pose d'enrochements de collaborer avec le titulaire principal.

Un suivi régulier des marchés attribués via ces plateformes permet d'identifier rapidement les entreprises actives dans un domaine et d'anticiper leurs besoins en sous-traitance.

PARTIE 4

Outils et ressources pour passer à l'action

Comprendre le fonctionnement de la sous-traitance et savoir se positionner ne suffit pas. Pour transformer ces connaissances en résultats concrets, il est essentiel de s'équiper des bons outils et de s'appuyer sur les ressources disponibles.

Cette dernière étape est celle du passage à l'action : trouver les bons projets, suivre les marchés attribués, développer sa visibilité et continuer à se former.

De nombreuses solutions existent pour accompagner les sous-traitants dans cette démarche, à commencer par la plateforme EBP, un allié de référence dans le domaine des marchés publics.

Utiliser la plateforme EBP pour trouver des opportunités

Trouver le bon projet au bon moment, c'est souvent ce qui fait la différence entre une entreprise qui reste spectatrice et une autre qui décroche des collaborations régulières.

C'est précisément ce qu'offre EBP, la plateforme spécialisée dans les marchés publics.

EBP centralise l'ensemble des avis de marchés publics européens : qu'il s'agisse de projets en cours, attribués ou à venir, la plateforme met à disposition une base de données complète et constamment mise à jour.

Mais au-delà d'un simple outil de veille, EBP est un véritable levier commercial pour les sous-traitants.

Grâce à EBP, vous pouvez :

- Repérer les marchés attribués dans votre région ou votre secteur d'activité.
- Identifier les titulaires (entreprises adjudicataires) pour les contacter et leur proposer vos services.
- Filtrer les projets selon des critères précis : type de travaux, localisation, montant, pouvoir adjudicateur, date de publication...
- Créer des alertes personnalisées, afin d'être informé dès qu'un projet pertinent correspond à votre profil.



Exemple concret

Vous êtes une entreprise spécialisée dans la plomberie et le chauffage.

Grâce à EBP, vous repérez qu'une société de construction générale a remporté un marché pour la rénovation d'un complexe sportif dans votre province. Vous consultez sa fiche entreprise, accédez à ses coordonnées, et lui proposez vos services pour les installations sanitaires. En une seule recherche, vous avez identifié une opportunité et trouvé un nouveau client potentiel.

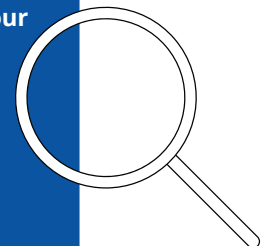
EBP ne se contente pas de diffuser des données : la plateforme fournit une analyse du marché, des outils de suivi, et des fiches entreprises détaillées, permettant de comprendre qui sont les acteurs les plus actifs dans votre domaine.

En d'autres termes, c'est bien plus qu'un outil d'information : c'est une solution pour bâtir une stratégie commerciale ciblée et efficace dans l'univers des marchés publics.



À retenir

- **EBP est une porte d'entrée vers les marchés publics pour les sous-traitants.**
- **La plateforme facilite l'identification des bons partenaires et des projets pertinents.**
- **Elle permet de gagner du temps, de mieux cibler vos démarches et d'élargir votre réseau professionnel.**



Ressources pour suivre les attributions de marchés

L'un des réflexes essentiels à adopter lorsqu'on veut se positionner comme sous-traitant est de suivre de près les marchés publics attribués.

En analysant régulièrement les projets remportés, vous identifiez les entreprises les plus actives, les adjudicataires les plus récurrents et les tendances du secteur.

Plusieurs sources vous permettent de rester informé :

- EBP, bien sûr, avec sa base d'avis d'attribution exhaustive et filtrable.
- e-Notification, la plateforme officielle du SPF BOSA, où sont publiés les appels d'offres et leurs résultats.
- Les sites web des pouvoirs adjudicateurs (communes, provinces, intercommunales, etc.), qui publient souvent les décisions d'attribution.
- Les bulletins communaux et provinciaux, notamment pour les marchés locaux.



Bon à savoir

Toutes les informations citées ci-dessus concernant les marchés publics attribués sont recensées dans la plateforme d'EBP. C'est d'ailleurs l'un de ses atouts principaux : plus besoin de perdre du temps à rechercher les informations sur les différents sites web et bulletins. Les utilisateurs de la plateforme reçoivent directement les avis d'attribution provenant de toutes ces sources.

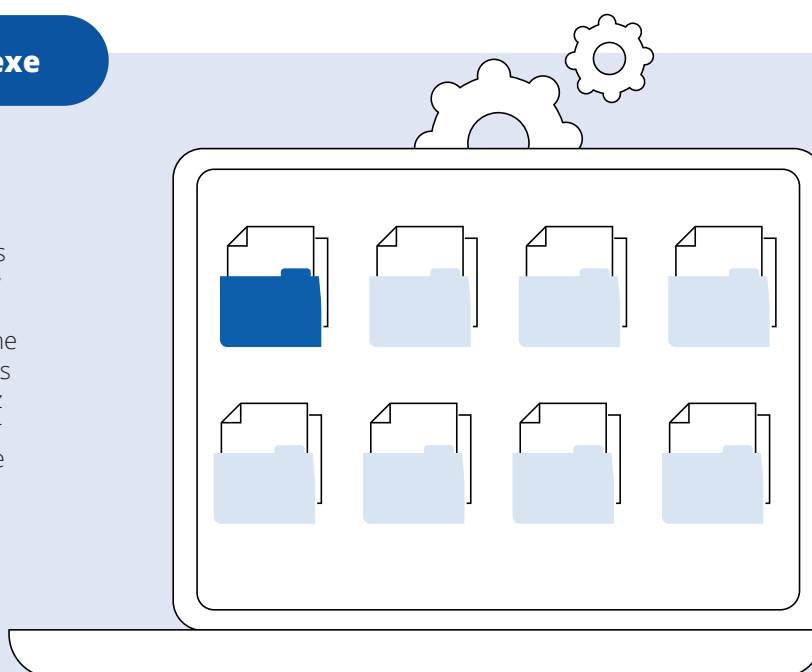
En maintenant cette veille active, vous développez progressivement une connaissance fine de votre marché :

- Vous savez quelles entreprises remportent régulièrement des appels d'offres.
- Vous repérez les types de projets qui reviennent le plus souvent.
- Vous anticipez les besoins de vos futurs partenaires.



Le bon réflexe

Créez un fichier Excel ou un tableau de suivi avec les marchés attribués dans votre spécialité. Indiquez-y le nom du titulaire, la date, le type de travaux et la zone géographique. En quelques semaines, vous disposerez d'une base précieuse pour cibler vos futures prises de contact.



Outils pour améliorer sa visibilité

Même la meilleure expertise ne sert à rien si personne ne la connaît.

Pour être sollicité comme sous-traitant, il faut que les adjudicataires vous trouvent facilement et perçoivent votre sérieux au premier regard.

Voici quelques leviers simples mais efficaces pour renforcer votre visibilité :

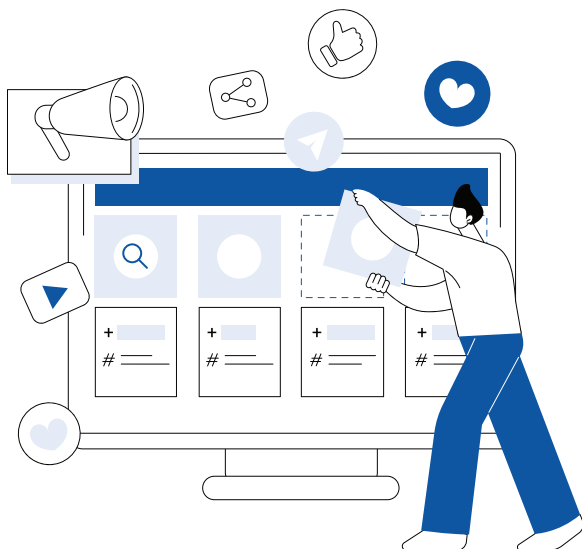
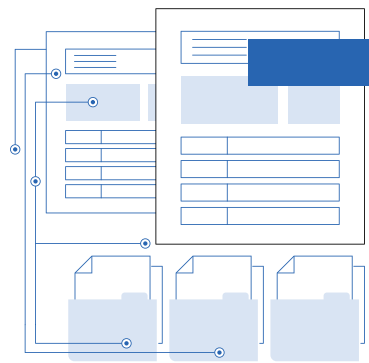
1

Créer un dossier de présentation numérique

Un document clair, professionnel et facilement partageable (PDF ou lien web) qui regroupe :

- Vos services et domaines de spécialisation.
- Vos réalisations les plus pertinentes.
- Vos certifications et agréments.
- Vos coordonnées et liens vers votre site ou vos réseaux.

Ce dossier peut être envoyé après une prise de contact ou intégré à votre profil EBP.



2

Être actif sur les plateformes professionnelles et les réseaux sociaux

LinkedIn est aujourd'hui un canal incontournable dans le BTP. En publiant régulièrement du contenu sur vos réalisations, vos innovations ou vos partenariats, vous renforcez votre crédibilité.

Exemple : un électricien qui partage ses chantiers terminés et remercie les entreprises avec lesquelles il collabore améliore sa visibilité et son image de sérieux.

3

Soigner votre présence sur Internet

Un site web clair, à jour, avec des photos de chantiers, une description précise de vos activités et un formulaire de contact fonctionnel est un atout majeur. Même un site simple peut faire une grande différence face à un adjudicataire qui hésite entre deux prestataires.

Se former et s'informer

La réglementation des marchés publics évolue constamment : nouvelles procédures, obligations administratives renforcées, digitalisation, intégration de clauses sociales et environnementales...

Pour rester compétitif, il est essentiel de continuer à se former. Plusieurs organismes proposent des formations et des ressources adaptées aux besoins des sous-traitants :

- Le SPF BOSA, qui organise régulièrement des webinaires et met à disposition des guides pratiques sur les marchés publics.
- L'IFAPME, qui offre des formations continues sur la gestion d'entreprise et les marchés publics.
- Les fédérations professionnelles, telles qu'Embuild ou Bouwunie, qui proposent des cycles de formation et des événements sectoriels.
- Les guichets d'entreprise, qui accompagnent les entrepreneurs dans leurs démarches administratives et peuvent orienter vers les bons dispositifs d'aide.
- Bon à savoir : certaines formations sont subventionnées ou gratuites pour les PME, notamment celles liées à la digitalisation ou à la conformité légale.



Conseil final

- Considérez la formation non comme une contrainte, mais comme un investissement.
- Mieux comprendre les marchés publics, c'est mieux négocier, mieux collaborer et mieux se protéger.



CONCLUSION

La sous-traitance : un tremplin stratégique vers la commande publique

Se positionner comme sous-traitant dans les marchés publics, c'est bien plus qu'une simple opportunité ponctuelle : c'est un véritable choix stratégique pour toute entreprise du secteur de la construction qui souhaite grandir, se structurer et s'inscrire durablement dans la commande publique.

En Belgique, les marchés publics représentent chaque année des milliers de projets : rénovation d'écoles, création d'infrastructures sportives, construction d'hôpitaux, modernisation de bâtiments administratifs... Autant d'occasions pour les PME, artisans et indépendants d'apporter leur savoir-faire et de participer à des chantiers d'envergure.

La sous-traitance constitue une porte d'entrée accessible et pragmatique. Elle permet de collaborer avec des acteurs expérimentés, de développer des compétences sur des projets complexes et de bâtir des références solides — autant d'atouts pour se forger une réputation dans le domaine public.

Mais réussir dans la sous-traitance, c'est avant tout adopter la bonne approche :

- Se former et se renseigner pour comprendre les règles et obligations légales.
- Être proactif dans la recherche d'opportunités et la prise de contact avec les titulaires.
- Soigner sa présentation et sa communication pour inspirer confiance.
- Entretenir son réseau et valoriser ses collaborations réussies.

Les entreprises qui appliquent ces principes construisent pas à pas leur succès dans les marchés publics. Certaines deviennent même, avec le temps, des adjudicataires à part entière.

La clé de la réussite tient en quatre mots : visibilité, fiabilité, conformité et réactivité

Les sous-traitants qui incarnent ces valeurs sont ceux que les titulaires recherchent et avec lesquels les pouvoirs publics aiment travailler.

Enfin, n'oubliez pas que vous n'êtes pas seul dans cette démarche. Des outils comme EBP sont là pour vous accompagner, vous aider à repérer les projets pertinents, à cibler les bons partenaires et à maximiser vos chances de succès.

Chaque chantier, chaque collaboration, chaque contact peut devenir une porte ouverte vers un avenir professionnel plus solide et plus ambitieux.



Envie d'aller plus loin ?

Retrouvez dans les annexes :

- un lexique des principaux termes juridiques et administratifs utilisés dans les marchés publics,
- des modèles types pour vos démarches (déclaration et contrat de sous-traitance),
- et une liste de ressources utiles pour continuer à progresser et développer votre activité dans la commande publique.

ANNEXES

Lexique des termes juridiques et techniques

Adjudicataire

Entreprise ayant remporté un marché public. Elle est titulaire du contrat passé avec le pouvoir adjudicateur.

Appel d'offres

Procédure de mise en concurrence dans laquelle les entreprises soumettent une offre pour exécuter un marché public.

Avis de marché

Publication officielle annonçant la mise en concurrence pour un projet public. Il décrit les travaux à réaliser, les critères de sélection et les modalités de participation.

Avis d'attribution

Publication indiquant quelle entreprise a remporté le marché public et pour quel montant. C'est une information précieuse pour les sous-traitants cherchant à identifier les titulaires.

Pouvoir adjudicateur

Organisme public qui passe le marché (commune, région, intercommunale, université, hôpital, etc.).

Titulaire du marché

L'entreprise ou le groupement d'entreprises qui signe le contrat avec le pouvoir adjudicateur et qui reste responsable de son exécution.

Sous-traitant

L'entreprise qui exécute une partie du marché pour le compte du titulaire, sans lien contractuel direct avec le pouvoir adjudicateur.

Cotraitant

Membre d'un groupement temporaire d'entreprises (GME) qui partage la responsabilité du marché avec d'autres entreprises partenaires.

Paieement direct

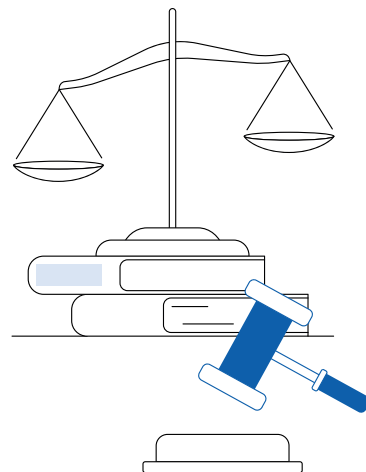
Mécanisme légal permettant, sous certaines conditions, au pouvoir adjudicateur de payer directement le sous-traitant, notamment en cas de défaillance du titulaire.

Clauses sociales et environnementales

Exigences incluses dans certains marchés publics pour promouvoir l'emploi local, l'insertion professionnelle, l'égalité des chances ou encore la durabilité environnementale.

Dumping social

Pratique illégale consistant à proposer des prix anormalement bas en ne respectant pas les règles sociales, fiscales ou salariales en vigueur.



ANNEXES

Modèles types

Modèle de déclaration de sous-traitance

(À adapter selon les exigences du marché concerné)

Objet : Déclaration de sous-traitance

Je soussigné(e), [Nom, prénom], représentant légal de la société [Nom de l'entreprise titulaire], déclare avoir recours à la société [Nom du sous-traitant], dont le siège social est situé à [Adresse complète], pour l'exécution d'une partie du marché public intitulé [Nom du marché / Référence du dossier], attribué par [Nom du pouvoir adjudicateur].

Le montant estimé de la sous-traitance est de [Montant en euros HTVA].

Le sous-traitant s'engage à :

- exécuter les prestations conformément au cahier des charges,
- respecter l'ensemble des obligations légales, sociales et fiscales en vigueur,
- maintenir la régularité de sa situation vis-à-vis de l'ONSS et du SPF Finances pendant toute la durée du marché.

Fait à [Lieu], le [Date].

Signatures :

- Le titulaire : _____
- Le sous-traitant : _____

Modèle simplifié de contrat de sous-traitance

(Exemple à titre indicatif – à faire valider juridiquement selon le projet)

Entre les soussignés :

La société [Nom du titulaire], dont le siège est situé à [Adresse complète], ci-après dénommée *le Titulaire*, et

La société [Nom du sous-traitant], dont le siège est situé à [Adresse complète], ci-après dénommée *le Sous-traitant*,

Il est convenu ce qui suit :

Article 1 – Objet du contrat

Le présent contrat a pour objet de définir les modalités selon lesquelles le Sous-traitant exécutera les prestations suivantes : [Description précise des travaux ou services confiés].

Article 2 – Montant et paiement

Le montant global de la sous-traitance est fixé à [Montant en euros HTVA].

Le paiement interviendra [décrire les conditions – ex. : à la réception des travaux, sur présentation de facture, après validation par le Titulaire].

Article 3 – Délais d'exécution

Le Sous-traitant s'engage à réaliser les prestations dans un délai de [Nombre de jours / semaines] à compter de la notification du présent contrat.

Article 4 – Responsabilités et assurances

Le Sous-traitant est responsable de la bonne exécution des prestations qui lui sont confiées et s'engage à souscrire les assurances nécessaires (responsabilité civile, accidents du travail, etc.).

Article 5 – Confidentialité

Le Sous-traitant s'engage à garder strictement confidentielles toutes les informations relatives au marché et au pouvoir adjudicateur.

Article 6 – Résiliation

En cas de manquement grave ou de non-respect des obligations contractuelles, le présent contrat pourra être résilié de plein droit par le Titulaire, après mise en demeure restée sans effet.

Fait à [Lieu], le [Date].

Signatures :

- Le titulaire : _____
- Le sous-traitant : _____

ANNEXES

Liens et ressources utiles

Plateformes et outils officiels

 **EBP Marchés Publics :**
<https://www.ebp.be/>

Plateforme belge de référence pour la recherche et le suivi des marchés publics.

 **e-Procurement :**
<https://www.publicprocurement.be/>

Portail officiel de publication des marchés publics en Belgique.

 **SPF BOSA :**
<https://bosa.belgium.be/>

Service public fédéral Stratégie et Appui : ressources, guides et formations sur les marchés publics.

Informations pratiques

 **SPF Finances :**
<https://finances.belgium.be/>

Pour vérifier votre situation fiscale et obtenir vos attestations.

 **ONSS :**
<https://www.onss.be/>

Pour les démarches relatives à vos obligations sociales.

 **Portail des marchés publics européens :**
<https://ted.europa.eu/>

Pour consulter les appels d'offres et attributions publiés au niveau européen.

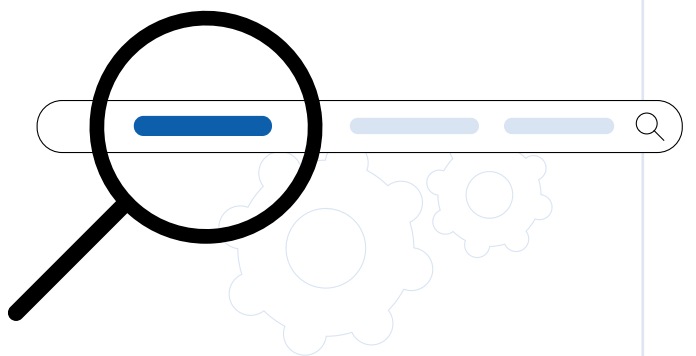
Formations et accompagnement

 **IFAPME :**
<https://www.ifapme.be/>

Formations pour entrepreneurs, indépendants et artisans, dont des modules dédiés aux marchés publics.

 **Embuild Belgique :**
<https://www.embuild.be/>

Fédération de la construction belge : accompagnement, conseils et formations sectorielles.





Malgré le soin et l'attention consacrés par EBP à la rédaction de cet e-book, il est possible que l'information qui y est publiée soit incomplète, inexacte ou dépassée.

Aucun droit ne peut être tiré du contenu de cet e-book.

EBP décline toute responsabilité pour tout dommage direct ou indirect, quelle qu'en soit la nature, résultant de ou lié, de quelque manière que ce soit, à l'utilisation de cet e-book.

Aucune partie de cet e-book ne peut être reproduite, en tout ou en partie, de quelque manière que ce soit, sans l'autorisation écrite préalable d'EBP et de ses éventuels ayants droit.

EBP peut, à sa discrétion et à tout moment, modifier ou supprimer l'e-book et ne peut être tenu pour responsable des conséquences découlant de cette décision.

Le lecteur déclare accepter le disclaimer et protéger et garantir EBP de toute mesure (extra)judiciaire ou autre, y compris des frais qui en découlent, résultant de ou lié à l'utilisation de cet e-book.



Vous cherchez le meilleur moyen de gérer efficacement vos marchés publics ?

Découvrez dès à présent.

Réservez votre démo