



FÉDÉRATION
WALLONIE-BRUXELLES

VADE-MECUM DES MARCHÉS PUBLICS DE SERVICES ÉDITORIAUX

Document réalisé par l'ADEB pour le compte du Service Général des Lettres et du Livre de la Fédération Wallonie-Bruxelles, dans le cadre du Contrat pour la filière du livre.

© Janvier 2022 - Tous droits réservés à la Fédération Wallonie-Bruxelles

Table des matières

Chapitre 1 - Questions préliminaires à un projet éditorial	5
1. Définition du (ou des) besoin(s)	5
2. Votre projet en six questions	5
Chapitre 2 - Aspects juridiques relatifs aux appels d'offres de services éditoriaux	9
1. Bases légales et réglementaires	9
2. Les différents types de marchés publics	9
3. Passation du marché public	10
3.1. Étapes de passation d'un marché public	
3.2. Procédures de passation des marchés publics	
3.3. Cahier des charges	
3.4. Délai de réception et date limite du dépôt des offres	
4. Attribution du marché public	16
4.1. Sélection qualitative	
4.2. Régularité des offres	
4.3. Critères d'attribution et évaluation et comparaison des offres	
5. Conclusion du marché	18
6. Exécution du marché	19
Chapitre 3 - Conduite du projet éditorial	21
1. Production de contenus et droits d'auteur	21
2. Réalisation de la publication – Étape par étape	21
2.1. Étape 1 - Manuscrit et mise en pages	22
A1 : Textes et illustrations	
A2 : Mise en pages	
A3 : Relecture et corrections	
2.2. Étape 2 - Prépresse	23
B1 : Prépresse	
B2 : Bon à tirer	
2.3. Étape 3 – Reproduction	
2.3.1. Édition papier : impression	24
C1 : Impression	
C2 : Finition	
2.3.2. Édition numérique : mise en ligne	24
C3 : Métadonnées et hyperliens	
C4 : Conversion en format digital	
C5 : Fonctionnalités techniques	
2.4. Étape 4 - Stockage	24
D1 Distribution	
2.5. Étape 5 - Référencement	25
E1 : Dépôt Légal	
E2 : Référencement commercial, métadonnées	

2.6. Étape 6 - Diffusion-distribution	25
F1 : Marketing	
F2 : Diffusion	
F3 : Distribution	
F4 : Manutention en cas d'expédition	
2.7. Étape 7 - Clauses particulières	26
G1 : Financement et chiffre d'affaires	
G2 : Durée et fin d'exploitation	
<i>3. Tableau synthétique des spécifications techniques en fonction du besoin, du projet et du choix du partenariat éditorial</i>	27
Annexe – Glossaire	29
<i>Les termes définis dans le glossaire sont repérés par un *</i>	

Note préliminaire : les substantifs éditeur, distributeur, diffuseur, conditionneur, opérateur, etc. sont employés sans distinction de genre pour désigner toute personne occupée par l'activité professionnelle concernée.

Chapitre 1 - Questions préliminaires à un projet éditorial

1. Définition du (ou des) besoin(s)

La première question à laquelle doit répondre un pouvoir public qui envisage d'engager un projet éditorial porte sur les enjeux de la publication envisagée par rapport aux besoins de l'institution publique.

La définition précise de ce(s) besoin(s) est donc une étape essentielle du processus de marché : elle est la condition de la bonne compréhension et de la bonne exécution du marché.

Par ailleurs, la détermination des besoins que le **marché public*** envisagé est censé rencontrer est intimement liée au budget disponible.

- *Consultation du marché*

Une consultation préalable par le **pouvoir adjudicateur*** soit auprès d'opérateurs économiques qualifiés, soit auprès d'autres acteurs du marché peut être utile pour s'informer des possibilités technologiques, financières, logistiques, etc. du marché et lui permettre de définir au mieux son besoin afin de recevoir des **offres*** appropriées. Ces consultations préalables peuvent être utilisées à condition qu'elles n'aient pas pour effet de fausser la concurrence et d'entraîner une violation des principes de non-discrimination et de transparence. En pratique, il s'agira donc d'un échange d'informations techniques. Voir aussi [Chapitre 2 – 3.1. « Consultation du marché »](#).

2. Votre projet en six questions

Avant de se lancer dans l'édition d'un ouvrage plus volumineux qu'une simple brochure, il est indispensable de définir le projet le plus précisément possible. Cette définition permettra de fixer les étapes confiées à un **soumissionnaire*** et par conséquent le type de partenaire recherché.

En effet, pour chaque étape de la publication — de la conception éditoriale à la **diffusion*** éventuellement commerciale, en passant par la production technique — le **pouvoir adjudicateur*** devra choisir la meilleure organisation : prise en charge par le pouvoir public lui-même ou recours à un acteur - éditeur privé via un appel d'offres. Dans ce contexte, les critères de l'efficacité et de la qualité permettront le plus souvent d'effectuer le meilleur arbitrage. L'expérience commerciale des éditeurs privés est souvent un facteur d'efficacité de la publication au regard des critères de cible, de support, de composition, de **diffusion*** et de **distribution***, qu'il s'agisse d'ouvrages papier ou numériques.

Pour dessiner au mieux les contours de votre projet, posez-vous six questions :

? Question 1 : Le livre, édité pourquoi ?

- Si votre projet se limite à la commande d'un manuscrit ou à la seule impression d'un document (ou sa publication en ligne), sans relecture ou écriture, sans **mise en pages*** ou respect des formalités de dépôt, on ne parle pas d'édition. Ce vade-mecum ne s'adresse pas à vous.
- En revanche, si votre projet vise un produit qui ressemble à un livre dans sa forme, ses ambitions, son rayonnement, alors poursuivez le travail de préparation...

? Question 2 : Le livre, édité par qui et pour qui ?

- Vous devez déterminer qui sera l'**éditeur** du livre :
 - Un éditeur professionnel ¹?
 - Ou vous-même car l'adjudicateur peut fractionner les étapes de réalisation mais devra alors les coordonner.
- Vous pouvez déterminer qui seront **les intervenants**, de l'auteur au vendeur (voir [Chapitre 3 – Réalisation de la publication – Étape par étape](#)) :
 - Privilégier les acteurs locaux est louable mais doit être mis en balance avec les compétences attendues et les éléments économiques.
 - Les compétences attendues sont fonction de l'ambition du projet, tant d'un point de vue formel - *par exemple, est-ce une **plaquette*** ? ou un **beau livre*** ?*, que commercial - *est-ce vendu localement ? ou internationalement ? dans quels réseaux de vente ?*
 - **L'adjudicateur*** peut remplir certaines fonctions mais il portera une part de responsabilité dans la réussite et la bonne coordination de l'ensemble.
- Vous devez déterminer dès le départ quel est **le public visé** :
 - **Public limité** (et éventuellement identifiable comme, par exemple, les participants à un colloque ou les membres d'une association) ou (très) **grand public** ? Si le périmètre de la cible est large, il peut être plus intéressant d'envisager une publication numérique ; l'aspect coûts devant alors être examiné spécifiquement (coût de maintien, de mise à jour des données et des technologies, d'hébergement sur un serveur etc.).
 - **Public professionnel, communauté scientifique ou culturelle, grand public** : le choix du support (imprimé/papier – numérique – multi-supports), notamment, en dépend largement.
 - **Distribution* gratuite** par le pouvoir adjudicateur lui-même pour ses propres besoins (quelle échelle, fréquence, volumétrie... ?) ou **distribution payante** par l'intermédiaire de l'éditeur **soumissionnaire*** via le réseau de distributeurs (à quelle échelle, qui fixe le prix... ?) ?

¹ Est **éditeur professionnel** toute personne physique ou morale qui, dans le cadre d'une activité professionnelle et via une structure d'entreprise organisée, investit dans des projets, des contenus et des œuvres d'auteurs, rendant ceux-ci prêts à être publiés dans le cadre d'une ligne éditoriale. L'éditeur professionnel assure la production à sa charge en ce compris notamment l'accompagnement des auteurs, la validation, la structuration et la mise en forme de leurs contenus, la mise à disposition de ceux-ci sur tous les supports disponibles, ainsi que leur exploitation, commercialisation et diffusion. L'éditeur professionnel endosse la responsabilité des contenus publiés selon les prescrits légaux en vigueur et conclut avec l'auteur ou les ayants droit un contrat portant sur l'étendue de la cession des droits et leur rémunération. Il dispose d'un catalogue de ses productions, accessible au public et régulièrement mis à jour. Il respecte les prescrits légaux en la matière en vigueur sur le territoire belge et satisfait aux obligations de dépôt légal dont, le cas échéant, l'attribution d'un numéro ISBN et/ou ISSN.

L'éditeur professionnel respecte [la Charte de l'édition professionnelle du Service Général des Lettres et du Livre de la FWB](#) ainsi que le Code de bonne des usages de l'[Association des Éditeurs Belges](#).

- Un **public d'acheteurs sur place** (par exemple à l'office de tourisme, à la boutique d'un musée) ou une présence dans le plus grand nombre possible de librairies (locales ? nationales ? internationales ?)
- Enfin, vous devez déterminer vos attentes quant à la **disponibilité du livre dans le temps**.
 - **Distribution*** unique ?
 - Disponibilité pendant plusieurs années (et combien d'années) ?

? Question 3 : Le livre : présenté comment ?

- L'**adjudicateur*** peut déterminer la forme qu'il veut donner au livre (définition technique) :
 - Nombre de pages ;
 - Format ;
 - Qualité du papier, de la couverture, de la **finition*** ;
 - Quadrichromie ou non.
- L' **adjudicateur*** peut laisser cette responsabilité aux **soumissionnaires*** mais risque de se retrouver avec un produit très (trop) bon marché ou, au contraire, trop luxueux. Notre conseil : choisissez un ouvrage existant qui correspond à vos ambitions et utilisez-le comme référence dans votre appel d'offre. Ceci permettra également d'éviter les formats ou les finitions non-standard qui risquent de freiner l'enthousiasme de candidats soumissionnaires.
- L' **adjudicateur*** peut déterminer le **tirage** qu'il désire ou laisser cette responsabilité au soumissionnaire.

? Question 4 : Le livre : disponible où ?

- De l'autodistribution à la **distribution*** internationale, il y a d'énormes différences.
- L'**adjudicateur*** peut prendre en charge toute la distribution ; il fera alors appel à un **packager***.
 - L'**autodistribution** (par exemple la commune commande un ouvrage qui sera distribué par elle-même auprès de son public) : le **soumissionnaire*** remplira toutes les étapes jusqu'à l'impression.
 - La **distribution locale** (par exemple les points de vente situés dans la commune) : le soumissionnaire remplira toutes les étapes à l'exclusion de la **diffusion***.
- Pour une **distribution* nationale (et internationale)**, les tâches sont tellement spécialisées qu'un soumissionnaire est indispensable.

? Question 5 : Le livre : disponible quand ?

- Créer un livre demande du temps ; **plus les étapes du manuscrit sont nombreuses et importantes, plus long sera le délai de réalisation**. Il est souhaitable de bien peser cette question pour ne pas imposer des conditions irréalistes. Peut-être avez-vous intérêt à faire de ceci un critère de sélection ? Attention : **une réalisation très rapide n'est pas un gage de qualité, mais sans délai, un projet peut s'éterniser**.

? Question 6 : Le livre : avec quel partenaire ?

- Sans entrer dans le détail, l'**adjudicateur*** a le choix entre trois modèles de **soumissionnaire***.
 - L'éditeur peut se charger de tout, de la conception à l'identification des canaux de vente au particulier.
 - Le conditionneur (**packager***) se chargera de tout le processus jusqu'à l'impression.

- Le distributeur (éventuellement lui-même éditeur) prendra le livre dans son catalogue.
- Nous avons retenu ces trois types de partenariats dans notre proposition de cahier des charges ([Chapitre 3 – 3. « Tableau synthétique des spécifications techniques en fonction du besoin, du projet et du choix du partenariat éditorial »](#)).

Chapitre 2 - Aspects juridiques relatifs aux appels d'offres de services éditoriaux

Remarques préliminaires

Dans le cadre du présent vade-mecum, à titre d'hypothèse préalable, les marchés publics considérés sont ceux dont la valeur estimée n'atteint pas les seuils fixés pour une publicité au niveau européen.

Dans le cadre du présent vade-mecum, le commentaire se concentre sur les conditions d'application des dispositions réglementaires relatives aux marchés publics qui peuvent présenter certaines spécificités ou certains développements intéressants dans le contexte précis des appels d'offres de services éditoriaux. Les conditions d'application générales et celles qui ne s'appliquent pas aux marchés publics de services éditoriaux ne sont donc pas traitées.

Ce chapitre contient également quelques recommandations pratiques identifiées par le symbole 

1. Bases légales et réglementaires

La matière des marchés publics est régie au niveau fédéral. C'est la [loi du 17 juin 2016 relative aux marchés publics](#) (publiée au *Moniteur belge* le 14 juillet 2016) qui s'applique en matière d'appels d'offres et de marchés publics.

Les services éditoriaux font partie des « secteurs classiques ». Le titre 2 de la loi marchés publics de 2016 rassemble pour l'essentiel les dispositions applicables aux marchés relevant des secteurs classiques.

La passation des marchés publics dans les secteurs classiques – et dont font partie les services éditoriaux - est, quant à elle, encadrée par l'[arrêté royal du 18 avril 2017 relatif à la passation des marchés publics dans les secteurs classiques](#) (publié au *Moniteur belge* le 9 mai 2017).

L'[arrêté royal du 14 janvier 2013](#) fixe les modalités générales d'exécution des marchés publics.

Enfin, s'agissant des règles, principes et obligations à respecter par les **adjudicateurs*** en ce qui concerne la motivation, l'information et les voies de recours relatives aux décisions prises dans le cadre de la passation et de l'**attribution des marchés*** publics dans les secteurs classiques, c'est la [loi du 17 juin 2013](#) qui s'applique (publiée au *Moniteur belge* le 21 juin 2013).

2. Les différents types de marchés publics

L'[article 2,17° de la loi marchés publics de 2016](#) fournit la définition d'un **marché public*** : il s'agit d'« un contrat à titre onéreux conclu entre un ou plusieurs opérateurs économiques et un ou plusieurs adjudicateurs et ayant pour objet l'exécution de travaux, la fourniture de produits ou la prestation de services (...) ».

Il existe trois types de marchés publics différents :

- des marchés publics de **travaux**, ayant pour objet l'exécution de travaux ;
- des marchés publics de **fournitures**, destinés à acquérir des fournitures
- des marchés publics de **services**, ayant pour objet la prestation de services.

Les marchés publics de services éditoriaux relèvent, comme leur nom l'indique, de cette dernière catégorie et constituent donc des marchés publics de services.

Un même marché public peut comporter plusieurs objets (par exemple des services et des fournitures). C'est l'objet principal du marché en question qui donne à celui-ci sa qualification et qui détermine les dispositions légales applicables.

Ainsi, les marchés publics de services éditoriaux incluent à la fois des prestations de services éditoriaux et la fourniture d'une publication.

3. Passation du marché public

La passation d'un **marché public*** représente la procédure de lancement d'un marché public.

3.1. Étapes de passation d'un marché public

La passation d'un marché public recouvre les aspects suivants :

- Consultation préalable du marché
- Publication de l'avis de marché
- Sélection des candidats et sélection des **offres***
- **Attribution du marché***
- Conclusion du marché

La phase « Consultation du marché » a été abordée dans le Chapitre 1 - Questions préliminaires à un projet éditorial.



Il est important d'insister sur l'intérêt qu'il y a pour le **pouvoir adjudicateur*** non familier avec le domaine de l'édition de procéder avant toute autre démarche de passation d'un **marché public*** à une **consultation préalable du marché**. Ces consultations préalables ne peuvent avoir pour effet de fausser la concurrence. Mais elles ont, en l'occurrence, pour avantage de permettre au pouvoir adjudicateur d'interroger un ou plusieurs acteurs indépendants, notamment, afin de mieux définir le projet, de se fixer des objectifs réalistes et d'élaborer ainsi un cahier des charges qui s'accorde au mieux avec ses objectifs de publication et la réalité du secteur éditorial. En outre, cette consultation préalable peut aussi avoir un intérêt en termes de prospection du marché et d'identification des opérateurs économiques qui peuvent entrer en considération pour l'appel d'offres envisagé.

Les points « [Attribution du marché](#) » et « [Conclusion du marché](#) » font l'objet d'un commentaire spécifique ci-après.

3.2. Procédures de passation des marchés publics

En droit belge, pour les marchés de services dont le montant est inférieur au seuil européen, il existe plusieurs procédures de passation des marchés publics.

Toute procédure de marché public débute en principe par la publication d'un **avis de marché***.

Les procédures de passation des marchés publics possibles en matière de services éditoriaux sont :

- la procédure ouverte ;
- la procédure restreinte ;
- la procédure concurrentielle avec négociation ;
- la procédure négociée directe avec publication préalable ;
- la procédure négociée sans publication préalable ;
- les marchés de faible montant (cas particulier).

Les **procédures ordinaires** sont la procédure ouverte et la procédure restreinte.

La **procédure ouverte** ([article 36 de la loi marchés publics de 2016](#)) :

- se déroule en une phase : après publication d'un avis de marché, l'adjudicateur reçoit les offres et les analyse afin de procéder à l'**attribution du marché*** ; la sélection des candidats et l'attribution du marché à un **soumissionnaire*** se déroulent en même temps puisque l'**avis de marché*** est assorti des critères relatifs à l'attribution ;
- concerne a priori un nombre illimité d'opérateurs économiques possibles : « Tout opérateur économique intéressé peut soumettre une **offre*** en réponse à un **avis de marché*** » à condition de répondre aux exigences et aux critères fixés dans les **documents de marché***.

La **procédure restreinte** ([article 37 de la loi marchés publics de 2016](#)) :

- comporte deux phases distinctes : avant la phase de passation, il y a aussi une phase de sélection des candidatures (demandes de participation) reçues ;
- permet à l'**adjudicateur*** de limiter le nombre de candidats. Dans cette procédure, seuls les candidats sélectionnés seront amenés à soumissionner, c'est-à-dire à remettre une **offre***.

Notons que l'adjudicateur ne doit pas motiver, ni au moment de la passation ni au moment de l'**attribution d'un marché*** public, son choix de recourir à l'une plutôt qu'à l'autre de ces procédures.

À côté des procédures ouverte et restreinte, **d'autres procédures permettent la négociation.**

Ces procédures ne sont possibles qu'à **certaines conditions.**

Les montants mentionnés dans le présent chapitre s'entendent hors TVA.

Ainsi, la **procédure concurrentielle avec négociation** est prévue à [l'article 38 de la loi marchés publics de 2016](#). Elle se déroule en deux phases : sélection des candidats ayant remis une demande de participation d'abord, et passation du marché et donc dépôt des **offres*** par les **soumissionnaires*** ensuite. Après le dépôt des offres initiales, le **pouvoir adjudicateur*** peut négocier les offres et toutes les offres ultérieures que les soumissionnaires ont présentées, à l'exception des offres finales. Un pouvoir adjudicateur qui décide d'entamer des négociations peut limiter le nombre d'offres à négocier pour autant qu'il applique les **critères d'attribution*** énoncés dans les **documents du marché*** et qu'il indique, dans ces documents, s'il fera ou non usage de cette possibilité.

Cette procédure n'est possible, entre autres, que dans les hypothèses suivantes :

- marchés dont le montant estimé, hors TVA, est inférieur à certains montants (actuellement 215 000 euros pour les fournitures et les services) ;
- marchés dans lesquels les besoins du **pouvoir adjudicateur*** ne peuvent être satisfaits sans adapter des solutions immédiatement disponibles ;
- marchés dont l'accès est réservé à des ateliers protégés et à des opérateurs économiques dont l'objectif est l'intégration sociale et professionnelle de personnes handicapées ou défavorisées et dont le montant estimé est inférieur au seuil de publicité européenne.

Autre cas de procédure négociée : la **procédure négociée directe avec publication préalable** est une procédure reprise dans [l'article 41 de la loi marchés publics de 2016](#). Cette procédure n'est possible que pour les marchés de fournitures et de services d'une valeur inférieure à 215.000 euros. Elle permet à tout opérateur intéressé de présenter une offre en réponse à un **avis de marché***. L'**adjudicateur*** peut négocier les conditions du marché avec un ou plusieurs **soumissionnaire*** en vue d'améliorer le contenu des offres. Toutefois, à l'instar de toutes les procédures permettant la négociation, les exigences minimales formulées dans les **documents de marché*** et les **critères d'attribution*** ne peuvent en aucun cas faire l'objet de négociations. Au cours de la négociation, le pouvoir adjudicateur doit veiller à ne pas avantager certains soumissionnaires par rapport à d'autres. Il doit informer par écrit tous les soumissionnaires en lice de tous les changements apportés, et prévoir assez de temps pour leur permettre de modifier leur offre s'il y a lieu. Cette procédure a lieu en une seule phase : la sélection des candidats et la passation se déroulent en même temps.

La **procédure négociée sans publication préalable** est, comme son nom l'indique une procédure sans publication d'un **avis de marché***. Elle est exposée à [l'article 42 de la loi marchés publics de 2016](#). Le **pouvoir adjudicataire*** ne consulte et ne demande une offre qu'aux opérateurs économiques de son choix parce qu'il les estime capables d'exécuter le marché, et ne négocie les conditions du marché qu'avec l'un ou plusieurs d'entre eux (idéalement et si possible au moins trois). Il n'y a donc pas de publication d'un **avis de marché***. Dans cette procédure, le **pouvoir adjudicataire*** définit librement le délai pour la réception des **offres***. Cette procédure peut poser problème en ce qui concerne la mise en concurrence des opérateurs économiques ; elle n'est donc possible que dans les cas énumérés par le législateur. Il s'agit notamment des cas suivants :

- les marchés de fournitures ou de services pour lesquels le montant est inférieur à 140 000 euros HTVA ;
- pour les fournitures et services, en cas d'urgence impérieuse résultant d'événements imprévisibles pour le pouvoir adjudicateur (et qui ne lui sont pas imputables) qui ne permet pas de respecter les délais exigés par la procédure ouverte, restreinte ou concurrentielle avec négociation ;
- les fournitures ou services ne peuvent être fournis que par un opérateur économique déterminé notamment parce qu'il y a un monopole pour des raisons techniques ;
- le marché est en fait une répétition de services similaires attribués à l'**adjudicataire*** du marché initial par le même pouvoir adjudicateur.

Le **pouvoir adjudicateur*** devra justifier via une **décision motivée*** son choix de recourir à cette procédure.



Cette procédure présente des atouts de facilité et de simplicité administratives très intéressants pour un **pouvoir public adjudicateur***. Elle peut également sembler intéressante dans le cadre de marchés publics de services éditoriaux. Toutefois, elle nécessite de pouvoir disposer d'un environnement spécifique permettant au **pouvoir public adjudicateur*** de **sélectionner les candidats soumissionnaires* potentiels compétents et pertinents**. Ces derniers devraient donc pouvoir, hors du contexte d'un marché public spécifique, se manifester ou être repris dans un inventaire général, neutre et précis. L'intervention d'un tiers capable de fédérer ainsi les candidats-éditeurs potentiels et de générer un cadastre grâce auquel un **pouvoir adjudicateur*** pourrait sélectionner, pour tel marché public, les candidats-éditeurs auprès de qui une offre serait sollicitée, est recommandée.

Outre les différences et spécificités évoquées ci-avant, selon le type de procédure, des délais différents s'appliquent pour la remise des candidatures et pour la remise des offres.

Enfin, lorsque les **marchés** sont **de faible montant** (montant estimé inférieur à 30 000 euros HTVA), un régime juridique particulièrement souple s'applique ([article 92 de la loi marchés publics de 2016](#)) Dans ce type de marché, il n'y a pas d'avis de marché. Le pouvoir adjudicateur passe son marché, après consultation, si possible, des conditions de plusieurs opérateurs économiques mais sans devoir demander le dépôt d'offres. La preuve de cette consultation doit cependant pouvoir être fournie par le pouvoir adjudicateur.

Ces marchés peuvent être conclus par facture acceptée. Ils sont uniquement soumis aux dispositions de la loi relatives aux définitions, aux principes généraux, au champ d'application et aux règles d'exécution. Dès lors, pour ce type de marché, la rédaction de **documents du marché*** et d'un cahier des charges en particulier n'est pas obligatoire. De même, déterminer des **critères d'attribution***, procéder à une sélection qualitative, vérifier les causes d'exclusion ne sont pas non plus requis.



Cette procédure simplifiée est très utile pour les **pouvoirs adjudicateurs*** qui ne sont pas très familiers des **marchés publics***. Le relèvement du seuil à 30 000 euros permet de prévoir ce type de marché public plus simple et nettement moins formalisé dans un bon nombre de cas s'agissant de services éditoriaux. Même si elle n'est pas obligatoire, **la remise d'une offre*** par l'opérateur économique choisi est très utile et même recommandée. De même, **une décision d'attribution en bonne et due forme** est fortement préconisée.



En conclusion, pour ce qui concerne les marchés publics de services éditoriaux, étant donné que tout opérateur économique ne dispose pas des compétences spécifiques nécessaires pour pouvoir remettre une offre et exécuter le marché en question, il semble préférable pour le pouvoir adjudicateur de **limiter le nombre de prestataires invités à remettre une offre*** et de limiter la concurrence à ces opérateurs sélectionnés. Par ailleurs, la spécificité du métier éditorial plaide en faveur d'une procédure offrant la possibilité de négocier, permettant ainsi aux **adjudicateurs*** et aux **soumissionnaires*** de mieux élaborer les conditions du marché.

TABLEAU SYNOPTIQUE
Choix d'une procédure
Marchés publics de services de valeur inférieure aux seuils européens

Procédure	Montant	Nombre de phases	Mise en concurrence des opérateurs économiques	Négociation
<i>Ordinaire</i>				
Pr. ouverte	Peu importe	Sélection et passation en 1 phase	Totale	Non
Pr. restreinte	Peu importe	Sélection et passation en 2 phases	Limitée	Non
<i>Particulière</i>				
Pr. concurrentielle avec négociation	< 215 000 euros HTVA	Sélection et passation en 2 phases	Limitée	Obligatoire
Pr. négociée directe avec publication préalable	< 215 000 euros HTVA	Sélection et passation en 1 phase	Totale	Possible
Pr. négociée sans publication préalable	< 140 000 euros HTVA	Passation après consultation de plusieurs prestataires de services	Limitée	Possible
Pr. de faible montant	< 30 000 euros HTVA	Passation après, si possible, consultation de plusieurs prestataires de services	Limitée	Possible



Parmi les six procédures figurant dans ce tableau, quatre sont utiles dans le cadre de marchés publics de services éditoriaux initiés par des pouvoirs adjudicateurs relevant des pouvoirs publics : la procédure restreinte, la procédure négociée directe avec publication préalable, la procédure négociée sans publication préalable et la procédure pour marchés de faible montant. Parmi celles-ci, les deux dernières (**procédure négociée sans publication préalable** et **procédure pour marchés de faible montant**) semblent **les plus appropriées pour les marchés publics de services éditoriaux**.

3.3. Cahier des charges

Le **cahier des charges*** est un document contractuel important que doit, en principe, rédiger le pouvoir public qui souhaite passer un marché public avec un opérateur économique.

Ce document contient la description des besoins que le pouvoir public cherche à satisfaire via ce marché public, les critères techniques et de sélection qualitative des soumissionnaires, les **critères d'attribution du marché***. Il est important que ce document soit compréhensible par les candidats qui seraient intéressés à soumissionner afin qu'ils sachent exactement comment ils doivent établir leur offre (contenu – documents à joindre – délais de remise des offres etc.). Le cahier des charges doit par ailleurs, établir les règles et modalités d'exécution du marché public.



À cet égard, il est important que le cahier des charges contienne des **exigences réalistes, conformes aux réalités, contraintes, possibilités du secteur éditorial** en l'occurrence. À ce sujet, nous renvoyons au chapitre 3 « Conduite du projet de publication – Réalisation de la publication ». Rappelons aussi l'intérêt de la consultation préalable permettant au **pouvoir adjudicateur*** qui n'est pas familier avec le monde de l'édition, d'interroger certains acteurs de ce marché afin de mieux définir le projet, de se fixer des objectifs réalistes et d'élaborer ainsi un cahier des charges qui s'accorde au mieux avec la réalité du secteur éditorial (chapitre 2 – 3.1).



Parmi les **critères d'attribution*** fixés dans le cahier des charges, on trouvera des **spécifications techniques**. Si la description technique est trop détaillée et trop stricte, l'opérateur économique pourra difficilement laisser libre cours à son potentiel créatif particulièrement important s'agissant de services éditoriaux. Le risque, dans le cas de critères trop contraignants, est que finalement, ce ne soit que le prix qui permettra de sélectionner l'« offre économiquement la plus avantageuse ». Or, « **offre économiquement la plus avantageuse** » ne signifie pas « **offre la moins chère** ». Un **pouvoir adjudicateur*** a la possibilité d'utiliser une multitude de **critères d'attribution*** (délai d'exécution – délai de livraison – capacité du soumissionnaire à améliorer le projet...) ou tout autre critère qualitatif propre à la nature du marché (par exemple, le fait que l'opérateur économique dispose d'un ancrage local, qu'il puisse attester d'activités similaires déjà réalisées etc.) afin d'identifier l'offre économiquement la plus avantageuse au regard de ses objectifs.

3.4. Délai de réception et date limite du dépôt des offres

Les délais de réception des offres diffèrent en fonction du type de procédure (voir point 3.2. « Procédures de passation des marchés publics »).

C'est au **pouvoir adjudicateur*** qu'il appartient de fixer la date et l'heure limites de dépôt des **offres***.

Les offres tardives ne sont pas acceptées.

Le délai de remise des offres est une question sensible car, mal établi, ce délai peut créer une sélection indirecte parmi les opérateurs économiques potentiellement intéressés par le marché.



Dans le cadre de services éditoriaux, la rédaction pure d'une **offre*** prend en moyenne une dizaine de jours. Toutefois, l'éditeur concerné devra obtenir lui-même, le cas échéant, des informations chiffrées provenant d'autres intervenants (un imprimeur par exemple). Par ailleurs, l'éditeur **soumissionnaire*** devra également produire une série d'attestations requises (TVA, ONSS ...) dont le délai d'obtention est parfois assez long. Nous recommandons donc en tout état de cause de **prévoir un délai minimal de remise des offres de 45 jours**. Ce délai permettra à l'éditeur qui fonctionne en petite structure de programmer au mieux, dans son emploi du temps, le travail de rédaction d'une offre correcte qui pourra concurrencer valablement les offres provenant d'éditeurs disposant d'une structure et de ressources plus importantes. Rappelons en effet que le paysage éditorial belge francophone est composé d'acteurs de tailles très différentes : à côté de quelques grandes structures, parfois internationales, armées de départements juridiques et d'experts internes spécialisés en matière de marchés publics et de réponses à des appels d'offres, il y a des éditeurs de taille moyenne, disposant eux aussi mais dans une moindre mesure d'équipes mobilisables pour répondre à un marché public. Il y a également des éditeurs travaillant seuls ou en très petite structure qui peuvent également s'avérer des interlocuteurs adéquats pour répondre aux prescrits d'un cahier des charges établi par un pouvoir public.

4. Attribution du marché public

L'**attribution d'un marché*** est la décision prise par le **pouvoir adjudicateur*** de choisir (l'offre d') un soumissionnaire.

Une fois que le **pouvoir adjudicateur*** a procédé à la sélection qualitative des candidats à un **marché public***, a analysé les offres remises et dont la régularité a été contrôlée, il procédera à l'évaluation du contenu et comparera ces offres en vue de retenir l'offre économiquement la plus avantageuse.

4.1. Sélection qualitative

Lors de la passation d'un marché public, la phase de sélection consiste en l'évaluation par l'**adjudicateur*** de la situation personnelle des **soumissionnaires*** afin de s'assurer que ces derniers ne se trouvent pas en cause d'exclusion et qu'ils disposent de la capacité économique, financière ou technique et des garanties suffisantes pour pouvoir exécuter le marché.

Cette vérification préalable à l'**attribution de marché*** s'impose quelle que soit la procédure de passation de marché sauf pour les marchés de faible montant et, partiellement pour les marchés passés par le biais de la procédure négociée sans publication préalable où les **critères de sélection*** qualitative et les motifs d'exclusion facultatifs ne s'appliquent en principe pas.

Les motifs de sélection et d'exclusion sont déterminés librement par les **pouvoirs adjudicateurs***.

Certains motifs d'exclusion sont toutefois obligatoires ([articles 67 et 68 de la loi marchés publics 2016](#) et [articles 61 à 64 de l'arrêté royal passation dans les secteurs classiques](#)) : ceux qui sont relatifs essentiellement aux condamnations judiciaires, aux dettes sociales et aux dettes fiscales.

Des motifs d'exclusion facultatifs sont repris à [l'article 69 de la loi marchés publics de 2016](#) : faillite, réorganisation judiciaire, faute professionnelle grave, conflit d'intérêts, etc.

Quant aux **critères de sélection*** qualitatifs proprement dits, ils sont mentionnés à [l'article 71 de la loi marchés publics 2016](#) et aux [articles 65 à 69 de l'arrêté-royal passation dans les secteurs classiques](#). Ils concernent l'aptitude à exercer l'activité professionnelle, la capacité économique et financière, les capacités techniques et professionnelles.

Le simple fait d'introduire la demande de participation ou l'offre constitue une déclaration implicite sur l'honneur du candidat ou du soumissionnaire qu'il ne se trouve pas dans un cas d'exclusion applicable ([article 39 de l'arrêté-royal passation dans les secteurs classiques](#)).

Un opérateur économique qui ne répond pas aux **critères de sélection*** peut, à certaines conditions, faire appel à la capacité d'un tiers afin de répondre à ces exigences et de participer à une procédure de passation de marché ([article 78 de la loi marchés publics 2016](#)).

En clôture de la phase de sélection, l'autorité adjudicatrice doit rédiger une **décision motivée*** de sélection.

4.2. Régularité des offres

Le pouvoir adjudicateur a l'obligation de vérifier la régularité des offres remises par les soumissionnaires.

Ces offres peuvent être affectées d'irrégularités substantielles et/ou d'irrégularités non-substantielles ([article 83 de la loi marchés publics 2016](#) et [article 76 de l'arrêté-royal passation dans les secteurs classiques](#)). Constitue une irrégularité substantielle celle qui est de nature à donner un avantage discriminatoire à un soumissionnaire, à entraîner une distorsion de concurrence, à empêcher l'évaluation de l'offre du soumissionnaire ou la comparaison de celle-ci avec les autres offres, ou à rendre inexistant, incomplet ou incertain l'engagement du soumissionnaire à exécuter le marché dans les conditions prévues.

Constitue, par exemple, une irrégularité non-substantielle l'hypothèse où un soumissionnaire a fait une faute de frappe dans son adresse ou dans le nom de son représentant légal. Dans les procédures négociées, le pouvoir adjudicateur peut en principe inviter le soumissionnaire à corriger son offre par exemple, si dans le descriptif chiffré d'une offre, il manque un détail de prix.

4.3. Critères d'attribution et évaluation et comparaison des offres

Concernant cette étape, le principe le plus important qui s'applique repose sur le fait que le **pouvoir adjudicateur*** doit **respecter le principe d'égalité** et ne peut donc favoriser certains soumissionnaires ou en défavoriser d'autres. L'**adjudicateur*** doit donc tenir compte des **mêmes critères d'évaluation objectifs et impartiaux** (le plus souvent définis dans le cahier des charges) pour analyser toutes les offres régulières reçues.

Les **critères d'attribution*** doivent permettre de **déterminer l'offre** qui est **économiquement la plus avantageuse** ([article 81 loi marchés publics de 2016](#)). Dans les procédures qui excluent la négociation, la marge de manœuvre de l'**adjudicateur*** est quasi inexistante de telle sorte que ces critères d'attribution s'appliquent d'une manière presque automatique.

Concernant ces **critères d'attribution*** établis dans le cahier des charges : voir [3.3. « Cahier des charges »](#)

Le résultat de la comparaison des offres au regard des **critères d'attribution*** doit aboutir à une **motivation objective** du **pouvoir adjudicateur*** pour justifier la sélection d'une offre et la non-sélection d'autres offres auprès des soumissionnaires.



Il est primordial d'insister d'une part sur l'importance de cette **motivation de décision** : les soumissionnaires doivent comprendre le raisonnement du **pouvoir adjudicateur*** et constater que celui-ci a bien respecté les obligations qui s'imposent à lui. Le risque d'une contestation de la décision d'**attribution du marché*** par un soumissionnaire évincé pourra ainsi être circonscrit. D'autre part, **le caractère clair et adéquat** de cette motivation de décision est lui aussi essentiel : non seulement au regard des obligations légales qui pèsent sur le **pouvoir adjudicateur***, mais aussi – et cet aspect est tout aussi fondamental dans le contexte de services éditoriaux – au regard du respect dû à des soumissionnaires qui ont investi du temps, des ressources dans l'élaboration de leurs offres et que les pouvoirs adjudicateurs pourraient avoir besoin de solliciter à nouveau dans le cadre d'autres appels d'offres.

5. Conclusion du marché

La **conclusion du marché*** est l'étape par laquelle **le lien contractuel** entre l'**adjudicateur*** et l'**adjudicataire*** va être créé.

En procédure ouverte, l'**attribution du marché*** a lieu par la notification à l'**adjudicataire*** de l'approbation de son offre. La notification ne peut contenir aucune réserve. Elle est effectuée par voie électronique. Le même jour, un envoi recommandé doit également être prévu.

Un marché passé par procédure concurrentielle avec négociation ou par procédure négociée sans publication préalable est conclu :

- **Par la correspondance**, conformément aux usages commerciaux, en cas de procédure négociée sans publication préalable ;
- **Par la notification à l'adjudicataire* de l'acceptation de son offre** telle que modifiée ou corrigée éventuellement après négociation ;
- **Par la signature d'une convention** entre les parties.

Pour la procédure négociée directe avec publication, le mode de clôture n'est pas expressément réglementé. Par analogie, les méthodes ci-dessus peuvent être utilisées.

Le marché public de faible montant peut être conclu via une facture acceptée ([art. 92 Loi sur les marchés publics de 2016](#)). Les méthodes décrites ci-dessus semblent également possibles au regard de la jurisprudence.



Lorsque le **pouvoir adjudicataire*** effectue le choix d'une offre et d'un soumissionnaire, ceci signifie de facto que les autres opérateurs ayant remis une offre ne sont pas retenus. Dans ce cas, le pouvoir adjudicateur est tenu d'informer formellement les soumissionnaires « évincés ». Il est hautement souhaitable – ne fût-ce que par respect pour le temps investi par les soumissionnaires dans la remise d'une offre - de prévoir à leur attention une communication rapide après la décision, et aussi circonstanciée que possible, du fait que leur offre a été évincée.

6. Exécution du marché

L'exécution du marché public doit satisfaire d'une part aux règles générales d'exécution des marchés publics telles que précisées dans [l'arrêté royal du 14 janvier 2013](#) si le montant du marché est supérieur à 30 000 € HTVA. Et d'autre part aux spécifications propres à chaque marché public établies dans les **documents de marché*** par le pouvoir adjudicateur.

Pour les marchés supérieurs à 30 000 € HTVA, il est intéressant de se pencher sur les règles d'exécution applicables en ce qui concerne les **modifications de marché**.

En effet, en cours d'exécution du marché, il est possible, dans certaines circonstances, de procéder à des adaptations par rapport aux conditions contractuelles initiales.

Ainsi, une modification peut être apportée sans nouvelle procédure de passation, entre autres, lorsque :

- la valeur de la modification (cumulée en cas de modifications successives) est inférieure à 10 % de la valeur du marché initial pour les marchés de services ;
- la modification, quelle qu'en soit la valeur, est à considérer comme non substantielle c'est-à-dire qui ne rend pas le marché sensiblement différent par nature de celui conclu au départ ;
- la modification est rendue nécessaire par des circonstances ou événements qu'un adjudicateur diligent ne pouvait pas prévoir (si la nature globale du marché n'est pas affectée et si l'augmentation de prix (cumulée en cas de modifications successives) n'est pas supérieure à 50 % de la valeur du marché) ;
- des **clauses de réexamen*** (obligatoires ou facultatives) le prévoient dans les **documents de marché***. Ces clauses permettent d'anticiper, par exemple, les situations suivantes :
 - les **impositions** ayant une incidence sur le montant du marché ;
 - les **circonstances imprévisibles** au détriment de l'**adjudicataire***.



Ainsi, en 2021, dans le secteur éditorial, des **pénuries de papier** sont intervenues sur le marché mondial qui ont affecté les délais de parution de nombreuses publications. Une telle circonstance entre à coup sûr dans ces événements imprévisibles rendant l'**adjudicataire*** incapable de respecter les délais d'exécution prévus.



Dans la pratique, on veillera à formaliser ces modifications sous forme d'« **avenant** » au marché signé entre les parties. Cela sécurise le marché et permet d'éviter de mauvaises surprises par la suite.



Dans le cadre de l'exécution du marché public, un aspect qui revêt une grande importance pour l'**adjudicataire*** d'abord, mais aussi pour l'adjudicateur, est la communication régulière entre ces deux partenaires. L'adjudicateur veillera donc à désigner en son sein, une personne responsable du projet comme contact unique avec l'**adjudicataire***. La fourniture de toutes les informations et retours utiles et nécessaires en cours de production est essentielle dans le chef de chacune des parties.

Chapitre 3 - Conduite du projet éditorial

1. Production de contenus et droits d'auteur

Les contenus originaux élaborés par un auteur (au sens large du terme, en ce compris les illustrateurs, graphistes, photographes, traducteurs éventuels etc.) sont protégés par le droit d'auteur.

Le droit d'auteur comprend un droit patrimonial que l'auteur peut céder (à un éditeur, par exemple, qui va l'exploiter commercialement) et un droit moral qui est incessible par l'auteur.

Afin que les contenus des auteurs puissent être publiés et diffusés (même en cas de **diffusion*** gratuite), il faut donc que l'auteur cède ses droits. Cette cession des droits d'exploitation d'un auteur sur ses contenus nécessite l'établissement d'un **contrat d'édition***.

Sauf disposition contraire dans les **documents de marché*** (cahier des charges), le pouvoir adjudicateur n'acquiert pas les droits intellectuels nés ou utilisés à l'occasion de l'exécution du marché. Mais il obtient une licence d'exploitation pour les modes d'exploitation mentionnés dans les documents de marché. C'est alors à l'**adjudicataire*** (l'éditeur en ce qui nous concerne) d'entreprendre les démarches nécessaires auprès des tiers (dont les auteurs) pour obtenir les droits d'exploitation et les autorisations nécessaires à la licence d'exploitation.

L'**adjudicataire*** doit d'ailleurs garantir à l'adjudicateur que l'ensemble des contenus qui seront utilisés ou créés dans le cadre du **marché public de services*** éditoriaux – textes, photographies, illustrations, graphiques – ne constitueront pas une violation des droits des tiers ou de la législation (par exemple pour des portraits, il faut obtenir les consentements nécessaires pour pouvoir les utiliser dans le cadre du marché public). Si ces contenus sont fournis par le pouvoir adjudicateur, c'est bien sûr à celui-ci de veiller à ce que tous les droits sur ces contenus soient bien respectés.

À noter qu'il n'y a pas de droits d'auteur sur les actes officiels tels que les textes législatifs et réglementaires, les instructions, circulaires et documents normatifs des pouvoirs locaux ou, plus généralement, sur les contenus qui font partie du domaine public.

2. Réalisation de la publication – Étape par étape

Ci-dessous sont décrites l'ensemble des étapes d'une réalisation éditoriale. Pour chacune de ces étapes, l'adjudicateur détermine au sein du **cahier spécial des charges*** s'il conserve un rôle ou s'il le confie à un soumissionnaire. Toutes les variantes sont possibles.

Afin de maintenir une gestion aisée de l'exécution du marché public, la variante la plus simple consiste à externaliser des blocs cohérents (la réalisation, la commercialisation, le tout).

Le descriptif qui suit propose une définition des rôles au sein de la réalisation éditoriale : celui du **soumissionnaire*** (avec l'éventuel contrôle de l'**adjudicateur***) et/ou celui de l'adjudicateur s'il se le réserve.

2.1. Étape 1 - Manuscrit et mise en pages

Informations techniques à reporter dans le **cahier spécial des charges*** ²

- **Contenu** : texte fourni/non fourni - nombre de signes attendus (espaces compris) – illustrations et iconographies fournies/non fournies – droits – langues – planning de publication
- **Mise en pages** : pagination, charte graphique éventuelle du pouvoir adjudicateur à respecter, respect des principes d'accessibilité des publications
- **Corrections** : nombre d'épreuves éventuellement soumises à l'adjudicateur, etc...

Qui propose le contenu et qui le met en forme ?

A1 : Textes et illustrations

- **Si le contenu est fourni par l'adjudicateur** : le préciser, préciser aussi sous quel format et quels droits sont cédés au soumissionnaire.
- **Si la rédaction incombe au soumissionnaire*** : le **pouvoir adjudicateur*** veillera à ce que le **cahier spécial des charges*** reprenne les éléments suivants :
 - ✓ **Définition cohérente et complète du projet** sur le plan du fond et de la forme ;
 - ✓ **Si des auteurs (et/ou traducteurs) doivent être sollicités** : exiger autant de **contrats d'édition*** que d'auteurs (par exemple contrat-type proposés par les organisations professionnelles d'éditeurs³)
 - ✓ Si des auteurs (et/ou traducteurs) doivent être sollicités : prévoir si les textes doivent être soumis à la validation d'un comité de relecture dans lequel le **pouvoir adjudicateur*** siégerait également.
 - ✓ En ce qui concerne les **droits d'auteur** permettant de rémunérer les auteurs, cette question devrait incomber exclusivement à l'éditeur. Dans le secteur de l'édition, il existe un [code des usages des éditeurs de langue française de Belgique](#) qui peut servir de référence pour le **pouvoir adjudicateur*** afin d'évoquer la question de la rémunération des auteurs dans le cahier des charges.
 - ✓ **Concernant la question de la langue** : s'agit-il d'une publication unilingue ? une publication bi- ou multilingue ? plusieurs publications, chacune dans une langue différente ?

Le **soumissionnaire*** peut bien souvent apporter de précieux conseils en ce qui concerne les contenus à publier.

- Si des **illustrations** sont souhaitées : déterminer leur nombre, leur origine (fournies par le pouvoir adjudicateur – provenant de banques de données d'images – à créer par le soumissionnaire), les droits à acquérir.
- Le **cahier des charges*** devrait également inclure un point relatif au **planning de publication** (à établir par le soumissionnaire).

² Liste exemplative et non exhaustive

³ Voir adeb.be

A2 : Mise en pages

- Si la **mise en pages*** est fournie par l'adjudicateur : préciser sous quel logiciel.
- Cette responsabilité devrait préférentiellement être laissée au soumissionnaire qui travaillera avec des partenaires de confiance et avec des logiciels professionnels.
- Si la **mise en pages*** requiert des particularités, éventuellement exiger une réunion de concertation adjudicateur-soumissionnaire.

A3 : Relecture et corrections

- L'adjudicateur peut s'en charger (avantage : contrôle de la qualité). Dans ce cas, il devra se soumettre aux instructions du **soumissionnaire***, notamment en termes de délais...

2.2. Étape 2 - Prépresse

(Cette étape essentiellement technique précède l'impression)

B1 : Prépresse

- L'étape de **préresse*** est généralement réalisée par l'imprimeur et/ou le metteur en pages. Le **cahier spécial des charges*** renseignera la répartition des rôles de l'**adjudicateur*** et du **soumissionnaire*** concernant la supervision de la prépresse. Cette supervision peut être confiée en tout ou en partie au soumissionnaire ou être assurée par l'adjudicateur. Cette responsabilité devrait préférentiellement être laissée au soumissionnaire qui dispose des connaissances techniques et de l'expérience nécessaires pour mener cette étape à bien.

B2 : Bon à tirer

- Rôle central du **soumissionnaire*** : ultime vérification avant impression, le **bon à tirer*** décharge l'imprimeur de toute responsabilité quant à la constitution du livre à imprimer.
- Si l'**adjudicateur*** le souhaite, il peut se charger de la vérification du **bon à tirer*** ou y participer. Attention, il y a souvent une exigence de délai de réaction. Et cette étape ne permet en principe pas de procéder à de nouvelles corrections.

2.3. Étape 3 – Reproduction

Informations techniques à reporter dans le **cahier spécial des charges*** ⁴

Impression

- Format
- Type de papier
- Monochromie, quadrichromie, vernis

Finition

- Différents types de reliures
- Différents types de couvertures

Tirage de tête* ou édition numérotée

⁴ Liste exemplative et non exhaustive

2.3.1. Édition papier : impression

Tout imprimeur n'est pas en mesure de produire n'importe quel livre, le choix va donc de pair avec la définition technique !

C1 : Impression

- L'**adjudicateur*** peut imposer un imprimeur mais ceci peut influencer la forme du livre (format, **finition***, quadrichromie...) et, possiblement, le prix du projet.
- Le **soumissionnaire*** aura des relations privilégiées avec des imprimeurs spécialisés, capables aussi de réimprimer si nécessaire.
- L'adjudicateur a plutôt intérêt à ne pas se charger de cette étape où des instructions précises sont parfois indispensables pour le stockage.

C2 : Finition

- L'**adjudicateur*** peut imposer un relieur mais ceci influencera les relations avec l'imprimeur.
- De préférence, laisser cette étape au **soumissionnaire*** en relation avec l'imprimeur.

2.3.2. Édition numérique : mise en ligne

L'édition numérique est un processus technique complexe requérant des compétences spécifiques. Les éditeurs se spécialisent de plus en plus dans cette voie, en collaboration avec des sous-traitants experts dans le domaine digital.

De préférence donc, laisser cette étape intégralement aux mains du **soumissionnaire***.

C3 : Métadonnées et hyperliens : les métadonnées sont des caractéristiques formelles normalisées et structurées utilisées pour la description et le traitement des contenus des ressources numériques. Il s'agit donc ici d'intégrer sous forme de « codes » une série d'éléments permettant la recherche et la consultation de contenu sur une plateforme digitale.

- Ces éléments font partie du manuscrit – voir [A1](#)

C4 : Pour les spécificités de la mise en ligne, une **conversion en format digital** (ePub – HTML – XML...) est requise.

C5 : Fonctionnalités techniques

- Une série de fonctionnalités doivent être développées pour permettre l'accès aux contenus digitaux : procédures d'enregistrement – de login – de commande et d'achat ...

2.4. Étape 4 - Stockage

Qui gère les stocks ? Cette question est intimement liée à la **distribution*** du livre. Plus la distribution sera étendue (dans l'espace et dans le temps), mieux il vaut de compter sur un stockeur professionnel. Cette étape est toujours remplie (partiellement ou complètement) par le distributeur professionnel.

D1

- Si l'**adjudicateur*** se charge de la **distribution***, il vaut mieux qu'il se charge du stock ;
- Si le livre est destiné à un circuit de **distribution***, le **soumissionnaire*** est le mieux placé pour s'occuper de cette étape.

2.5. Étape 5 - Référencement

Étape indispensable pour des questions de légalité, mais aussi pour une **distribution*** commerciale large.

E1 : Dépôt Légal

Le dépôt légal des publications est obligatoire dès que celles-ci sont proposées au public, même limité (membres d'une association, personnel d'une entreprise, etc.).

Tous les éditeurs belges, y compris les coéditeurs, imprimeurs/éditeurs et auteurs qui éditent eux-mêmes leurs livres, sont obligés de déposer deux exemplaires de leurs publications non- périodiques, livres et brochures auprès de la KBR (Bibliothèque royale de Belgique).

- Il incombe à l'éditeur du livre (*cf. supra*)

E2 : Référencement commercial, métadonnées

- Étape indispensable pour une **distribution*** commerciale ; ce **référencement*** peut être limité à la Belgique (Banque du Livre) ou étendu à la France (Electre ou Dilicom ou...).
- Étape remplie par le distributeur ; exiger de l'éditeur qu'il exerce un contrôle (de manière à lui faire endosser la responsabilité).

2.6. Étape 6 - Diffusion-distribution

Large étape couvrant tout le processus de marketing (via quels canaux le livre sera-t-il disponible ?), de **diffusion*** (dans quels canaux de vente le livre sera-t-il disponible ?), de **distribution*** (circulation physique du livre et flux financiers).

F1 : Marketing

- Quels canaux de vente sont exigés ? attendus ?
- L'**adjudicateur*** se réserve-t-il un rôle ? Par exemple en exigeant la présence du livre dans tel ou tel point de vente ?
- Un événement de lancement est-il nécessaire ?
- Le **soumissionnaire*** est le mieux placé pour remplir cette étape et élaborer un plan marketing complet et adéquat qu'il pourra discuter avec l'adjudicateur.

F2 : Diffusion*

- Où le livre sera-t-il mis à disposition ? Et par qui ? Pour combien de temps ?
- Le soumissionnaire est le mieux placé pour remplir cette étape.
- Demander au soumissionnaire des preuves d'activité proportionnées aux attentes (diffusion locale ou nationale ou internationale).

F3 : Distribution*

- Rôle de logisticien et de banquier envers les vendeurs : à laisser préférentiellement à des professionnels si l'adjudicateur a choisi de commercialiser le livre. Chaque diffuseur a son distributeur : il est préférable de ne pas interférer dans ces relations.
- Demander des preuves de capacité de stockage et éventuellement fixer un stock minimum requis.

- Indiquer les objectifs de disponibilité du titre.

F4 : **Manutention*** en cas d'expédition

- Qui se charge de l'envoi des commandes ?
- Tous les distributeurs ne sont pas en mesure d'expédier des commandes à la pièce ; demander au **soumissionnaire*** de prendre ceci en charge.

2.7. Étape 7 - Clauses particulières

G1 : Financement et chiffre d'affaires

- Si besoin, préciser les préfinancements (subsidés, achats fermes, achats réguliers...)
- Déterminer qui du **soumissionnaire*** ou de l'**adjudicateur*** assurera l'exploitation commerciale de la publication :
 - ✓ Si le **soumissionnaire*** se charge de l'exploitation commerciale : dans ce cas, c'est lui qui fixera le prix de vente dans le respect de la réglementation relative au prix du livre⁵ et qui réalisera le chiffre d'affaires issu de cette exploitation commerciale. Dans ce cas, le **cahier spécial des charges*** veillera à préciser les contreparties accordées à l'adjudicateur ainsi que les conditions d'achat éventuelles dont bénéficiera le pouvoir adjudicateur.
 - ✓ Si le **pouvoir adjudicateur*** se charge de l'exploitation commerciale de la publication : il devra être très attentif au respect de la réglementation relative au prix du livre.

G2 : Durée et fin d'exploitation

- Éventuellement fixer une durée d'exploitation ; dans ce cas, fixer un délai de préavis pour une prolongation.
- Déterminer les conditions de fin d'exploitation : **soldes***, **mise au pilon***, épuisement (qui décide de la réimpression et dans quelles conditions).
- Propriété des droits en fin d'exploitation.

Derniers conseils ...

Un inventaire complet des éditeurs belges francophones avec leur spécialisation et leur lieu d'établissement est disponible⁶, de telle sorte que les éditeurs opérant dans la zone géographique concernée pourront être aisément identifiés.

Dans le même objectif, les bibliothèques locales et les librairies indépendantes⁷ constituent des relais professionnels essentiels afin qu'une publication soit disponible auprès des lecteurs de la localité concernée. Il conviendra dès lors de veiller à les intégrer dans le circuit de **diffusion*** de la publication concernée.

⁵ Décret du 19 octobre 2017 relatif à la protection culturelle du livre, à consulter sur <http://www.lettresetlivre.cfwb.be/index.php?id=16625>

⁶ L'ADEB (Association des Éditeurs Belges) a inventorié les éditeurs actifs en Fédération Wallonie-Bruxelles www.adeb.be. Un inventaire complet est également disponible sur Wallonie-Bruxelles-Édition.

⁷ Syndicat des Libraires francophones de Belgique

3. Tableau synthétique des spécifications techniques en fonction du besoin, du projet et du choix du partenariat éditorial

(X) étape que peut remplir l'adjudicateur s'il le souhaite (préciser dans le **cahier spécial des charges***)
 – voir aussi [Chapitre 1 – Votre projet en six questions – Question 6](#).

La colonne I propose le contenu d'un cahier des charges pour désigner un éditeur.

La colonne II visera la recherche d'un **packager***.

La colonne III fixe la recherche d'un partenaire commercial.

Étapes	I	II	III	
Manuscrit, mise en pages				
A1 : textes et illustrations	(X)	(X)		
A2 : mise en pages	(X)	(X)		
A3 : relecture et corrections	(X)	(X)		
Prépresse				
B1 : prépresse	X	X		
B2 : bon à tirer	X	X		Lié à B1/C1
Reproduction (papier et numérique)				
C1 : impression	X	X		
C2 : finition	X	X		Lié à C1 sauf finitions spéciales
C3 : métadonnées et hyperliens	X	X		Lié à A1
C4 : conversion en format digital	X	X		
C5 : fonctionnalités techniques	X	X		
Stockage				
D1 : stockage	X		X	Lié à F3 au moins partiellement
Référencement				
E1 : Dépôt Légal	X			Lié au statut d'éditeur
E2 : référencement commercial	X		X	Lié à F2
Diffusion/distribution				
F1 : marketing	X		X	
F2 : diffusion	X		X	Détermine F3
F3 : distribution	X		X	
F4 : manutention/expédition	X		X	
Clauses particulières				
G1 : financement	X		X	Apport de l'adjudicataire
G2 : durée et fin d'exploitation	X		X	

Annexe – Glossaire

Ce glossaire contient la définition d'une série de termes utilisés dans ce vade-mecum et qui sont soit des termes juridiques liés à la législation relative aux marchés publics, soit des termes techniques utilisés dans le secteur de l'édition.

A **adjudicataire** : Opérateur économique qui a remis une offre qui a été retenue et qui a entraîné la conclusion du marché. Il s'agit donc du soumissionnaire qui se voit confier l'exécution du marché public ([article 2, 16° de la loi marchés publics 2016](#)).

Attribution du marché : Décision prise par le pouvoir adjudicateur et qui désigne le soumissionnaire retenu pour exécuter le marché ([article 2, 38° de la loi marchés publics 2016](#)). L'attribution du marché ne peut être confondue avec la **conclusion du marché***.

Avis de marché : Annonce émanant du pouvoir adjudicateur à destination des opérateurs économiques les informant qu'un marché public est lancé. L'avis de marché regroupe les informations permettant aux opérateurs économiques de savoir s'ils sont intéressés ou non par le marché public et s'ils ont les capacités d'y répondre ([article 61 de la loi marchés publics 2016](#)).

B **eau livre** : Un beau livre est un livre, généralement de grand format, comportant des illustrations de grande taille, souvent en couleurs, et imprimé avec soin.

Bon à tirer (BAT) : L'épreuve contractuelle finale validée par le responsable de l'édition, avant que l'impression des documents puisse être lancée. Le bon à tirer signifie que tous les éléments présents sur le projet d'impression soumis au client sont conformes à ses attentes.

C **ahier spécial des charges** : voir « **Document de marché*** ».

Clause de réexamen : L'insertion d'une telle clause dans le cahier des charges permet d'apporter une modification en cours d'exécution du marché sans devoir passer par une nouvelle procédure de passation de marché. Cette clause doit être claire, précise et univoque ([articles 27 et 38 de l'arrêté royal passation dans les secteurs classiques de 2013](#)).

Conclusion du marché : Naissance du lien contractuel entre le pouvoir adjudicateur et l'adjudicataire. Dans les procédures classiques de passation de marché (procédure ouverte et procédure restreinte), c'est la notification par l'adjudicateur à l'adjudicataire qui conclut le marché. Dans les procédures avec négociation, c'est soit la correspondance en fonction des usages du commerce, soit la notification, soit la signature d'une convention entre parties qui opère la conclusion du marché. Pour les marchés de faible montant, ils peuvent être conclus sur simple facture acceptée. ([article 2, 39° de la loi marchés publics 2016](#)).

Contrat d'édition : contrat par lequel un auteur cède à un éditeur, en contrepartie d'une rémunération, l'édition et l'exploitation de son œuvre.

Critère d'attribution : Élément permettant d'apprécier les offres régulières pour déterminer quelle offre est la plus avantageuse économiquement et, donc, à quel soumissionnaire le marché est attribué. ([article 81 de la loi marchés publics de 2016](#)).

Critères de sélection : Éléments permettant de vérifier l'aptitude du candidat ou du soumissionnaire à exercer l'activité professionnelle et/ou sa capacité économique et financière et/ou ses capacités techniques et professionnelles. Ces éléments font partie de l'étape de sélection qualitative par le pouvoir adjudicateur des opérateurs aptes à exécuter le marché. ([articles 2, 13° et 71 de la loi marchés publics de 2016](#))

Décision motivée : Acte émanant du pouvoir adjudicateur adressé à un candidat ou à un soumissionnaire pour lui motiver sa décision de recourir à certaines procédures de passation, d'attribuer ou de renoncer à un marché.

Diffusion : La diffusion désigne l'ensemble des opérations commerciales et de marketing mises en œuvre par les éditeurs dans les différents circuits de vente. Elle peut être intégrée dans les services de la maison d'édition, mais se voit le plus souvent confiée à une structure commerciale externe, le diffuseur, qui se consacre exclusivement à cette activité.

Distribution : La distribution organise les tâches liées à la circulation physique du livre (logistique, stockage, transport) et, le plus souvent, à la gestion des flux financiers qui en sont la contrepartie : traitement des commandes et des retours, facturation et recouvrement. Il s'agit d'une activité de plus en plus industrialisée, car un distributeur doit aussi bien assurer des mises en place significatives, voire très importantes, que du réassort à l'unité.

Document de marché : Tout document applicable au marché public fourni par le pouvoir adjudicateur et auquel celui-ci se réfère. Il s'agit notamment de : l'avis de marché, le cahier spécial des charges, tout document descriptif contenant notamment les prescriptions techniques, les conditions contractuelles etc. ([articles 2, 28° et 39 de la loi marchés publics de 2016](#)).

Finition : Étape technique qui prend place entre la fin de l'impression et la mise à disposition de l'ouvrage. Cette étape recouvre tous les travaux liés à la reliure du livre (agrafage, brochage, encollage ...).

Manutention (en cas d'expédition) : Activités nécessaires à assurer l'expédition d'un ouvrage vers un ou des destinataires. Il s'agit de l'emballage, l'ajout de documents d'envoi (facture par exemple), la mise sur palettes etc.

Marché public : Contrat à titre onéreux conclu entre un ou plusieurs opérateurs économiques et un ou plusieurs adjudicateurs et ayant pour objet l'exécution de travaux, la fourniture de produits ou la prestation de services. ([article 2, 17° de la loi marchés publics de 2016](#))

Marché public de services : Contrat à titre onéreux passé entre un pouvoir adjudicateur et un prestataire de services et ayant pour objet la prestation de services autres que ceux relatifs aux marchés de travaux et aux marchés de fournitures ([article 2, 21° de la loi marchés publics de 2016](#))

Mise en pages : Opération de disposition graphique d'un contenu informationnel dans un espace donné (feuille de papier, planche de bande dessinée, pages web, etc.). Il s'agit de mettre ce contenu en forme, de choisir une police de caractères, de veiller aux césures correctes, aux marges et aux espacements, de prévoir le tirage, de combiner texte et illustrations etc.

Offre : L'engagement du soumissionnaire d'exécuter le marché sur base des documents de marché et aux conditions qu'il présente ([article 2, 15° de la loi marchés publics de 2016](#)).

Packager (ou packageur) : Professionnel de l'édition qui se charge de la conception et de la réalisation partielle ou totale d'un livre pour le compte d'un éditeur.

Pilon : Les exemplaires des livres ou des publications sur papier destinés à être détruits (ventes insuffisantes, état défectueux des livres, erreurs décelées trop tard, ouvrages obsolètes ...).

Plaquette : Document imprimé qui permet de promouvoir une offre promotionnelle, un événement, un produit, un service, etc.

Pouvoir adjudicateur : Entité soumise à la réglementation relative aux marchés publics et qui, s'il est désireux de faire une dépense en fonction d'un besoin à définir, doit lancer un marché public ([article 2, 1° de la loi marchés publics de 2016](#))

Prépresse : Le prépresse regroupe l'ensemble des activités éditoriales (saisie – traitement de texte – photocomposition ...) qui précèdent l'impression d'un document

Référencement (commercial) : Tous les éléments repris sur la fiche technique du livre permettant à celui-ci d'être commercialisé. Il s'agit à la fois des éléments techniques tels que le titre, l'auteur, les numéros ISBN et EAN, le format, le poids, la photo de la couverture etc., et des mots-clés permettant d'améliorer et de faciliter la recherche de l'ouvrage sur internet.

Soumissionnaire : Opérateur économique, à savoir un entrepreneur, un fournisseur ou un prestataire de services, qui remet une offre dans le cadre d'une procédure de passation de marché public ([article 2, 14° de la loi marchés publics de 2016](#))

Tirage de tête : Une édition originale qui, à côté de l'édition normale, est imprimée sur un type de papier spécifique, et en un certain nombre d'exemplaires numérotés, parfois accompagnés d'une illustration supplémentaire.



FÉDÉRATION
WALLONIE-BRUXELLES

Service général des Lettres et du Livre
Boulevard Léopold II, 44
1080 BRUXELLES
www.culture.be