



L'IA peut-elle vous aider... ou vous desservir dans la remise d'une offre pour un marché public ?

12 octobre 2026

Webinaire n°1

Programme #passerellemp

La Wallonie lance le programme *Passerelle Marchés publics* pour les entreprises wallonnes.

Un **programme de formations gratuites** pour aider les entreprises à :

- ✓ Comprendre les marchés publics
- ✓ Éviter les erreurs fréquentes
- ✓ Augmenter leur taux de réussite
- ✓ Adopter une approche stratégique

D'ici fin 2027, une 20aine d'activités et cycles de formation seront proposés partout en Wallonie.

**Abonnez-vous à la page LinkedIn du SPW
Economie pour ne rien rater !**

Ce **programme** est mis à jour régulièrement et est **accessible** à tout moment sur le Portail des marchés publics de la Région wallonne:



Mode webinaire

- 3 présentatrices :



- Kristen
VOGLAIRE



- Nathanaëlle
MICHEL



- Emilie
DELPLANQUE

- Vidéo et micro des participants coupés
- Espace questions-réponses disponible : posez-y vos questions, nous y répondrons en fin de présentation

Sommaire

- Introduction
- Les bons usages de l'IA
- Et le prix ?
- Les erreurs à éviter
- Ce que l'IA ne sait pas faire
- Point d'attention : la confidentialité
- Comment vraiment gagner du temps ?
- Apprendre de ses offres précédentes
- Challenger l'IA... pour qu'elle vous challenge
- Faire en sorte que l'IA ne se voie pas
- L'IA... avant même la publication du marché
- Et si l'IA parlait de vous ?
- Conclusion

Introduction

Et si demain, l'IA rédigeait les marchés publics, rédigeait les offres... et décidait finalement quelle offre devait l'emporter ?

L'IA dans les marchés publics, ça sert à quoi... ?

- Aujourd'hui, avec un peu d'entraînement, presque tout le monde peut utiliser l'IA pour produire un texte qui ressemble à une offre correcte
 - Mais une offre bien rédigée n'est pas nécessairement une offre bien positionnée...
- La vraie question est donc : l'IA peut-elle nous aider à augmenter nos chances de gagner ?
 - Car :
 - Elle ne va pas sur le terrain, elle n'entend pas l'humain et ne voit pas le non-verbal
 - Elle ne lit pas entre les lignes
 - Et surtout, elle ne sait pas ce qui n'est pas écrit...
- Et pourtant, bien utilisée, elle peut vous faire gagner du temps !

*Dans cette présentation, nous allons évidemment
parler de ce que l'IA peut faire avec/de votre offre
Mais ce qui nous intéresse surtout aujourd'hui, c'est
ce qu'elle peut faire **avant, après et autour** de cette
offre pour augmenter vos chances de gagner le
marché (ou le marché suivant)*

Les bons usages de l'IA

L'IA peut être un excellent assistant pour préparer une offre

Comprendre le marché et ne rien oublier

Comprendre le csc

- L'IA peut aider à lire et synthétiser un cahier spécial des charges, parfois long et complexe, à en faire ressortir rapidement les informations essentielles et à identifier les éventuelles questions à poser (forum)

Identifier ce qui est attendu

- Elle peut extraire et organiser les exigences du marché, par exemple sous la forme de 4 listes : Sélection | Régularité | Attribution | Exécution
- L'objectif n'est pas de remplacer la lecture du CSC, mais de disposer d'une grille de lecture structurée

Ne rien oublier

- Ces éléments peuvent ensuite être transformés en check-list pour vérifier, avant le dépôt, que l'offre répond à toutes les exigences et que toutes les pièces demandées sont présentes

Améliorer et contrôler son offre

STRUCTURER & AMÉLIORER	CONTRÔLER	FINALISER
Organiser les idées	Vérifier la cohérence globale	Corriger l'orthographe et la grammaire
Clarifier les formulations	Repérer contradictions et incohérences	Améliorer le style et la lisibilité
Améliorer la réponse à un critère	Vérifier que la réponse correspond bien au critère	Améliorer la mise en page et la présentation

On vise donc ici l'IA comme **assistant** : pour analyser, contrôler et améliorer
Il n'est pas question ici de lui déléguer la responsabilité de l'offre dans sa globalité

Et le prix ?

L'IA peut aussi challenger votre prix

L'IA peut aussi challenger votre prix

Vérifier sa construction

- Tout ce qui doit être compris dans le prix a-t-il été intégré ?
- Certains coûts sous-jacents ont-ils été oubliés ?
- Le prix est-il cohérent avec les engagements pris dans l'offre ?

Vérifier l'inventaire / le métré

- La structure de prix demandée est-elle respectée ?
- Tous les postes sont-ils complétés ?
- Unités, quantités, options... ont-elles été correctement comprises ?

L'IA peut aussi challenger votre prix

Challenger

- Exemples :
 - « Compare le CSC, l'inventaire et notre offre : identifie les prestations susceptibles d'avoir un coût que nous aurions oublié d'intégrer. »
 - « Si ce prix devait faire l'objet d'une vérification, quels postes ou hypothèses seraient difficiles à justifier ? »
- L'IA peut aussi simuler l'incidence de différents prix sur la note lorsque la formule d'attribution le permet

L'IA peut aider à vérifier qu'un prix est complet et cohérent, mais elle ne sait pas ce que la prestation vous coûte réellement

Les erreurs à éviter

A trop vouloir déléguer, on perd le fil...

Ne pas prendre pour acquis ce que produit l'IA

Ne pas relire ce qu'elle produit

- Un texte généré par l'IA peut être fluide et convaincant... et pourtant contenir des erreurs, des approximations ou des incohérences
 - Une réponse qui « sonne juste » n'est pas nécessairement une réponse juste

Ne pas vérifier ce qu'elle affirme

- L'IA peut présenter une information erronée avec beaucoup d'assurance (règle juridique, référence, chiffre, caractéristique technique...)
 - Or l'IA n'est pas une source !

Reprendre tel quel ce qu'elle génère

- Copier-coller une réponse générée sans la retravailler, c'est prendre le risque :
 - D'intégrer dans son offre des éléments génériques voire inexacts
 - De présenter une offre qui ne répond pas vraiment à un marché
 - De présenter une offre qui n'est pas replacée dans le contexte de l'entreprise qui répond (manière de travailler, expérience, méthodes, spécificités)

L'offre doit rester celle de l'entreprise

Ce que l'IA peut proposer	Ce que l'entreprise doit valider
Une méthodologie	Est-ce réellement notre manière de travailler ?
Une organisation	Avons-nous les moyens de le faire ?
Des engagements	Pouvons-nous tenir cet engagement ?
Des délais	Est-ce adapté à ce marché ?
Des moyens humains ou techniques	Est-ce réellement ce qui nous distingue ?
Des « bonnes pratiques »	

Une offre ne doit pas seulement être bien écrite : elle doit correspondre à la réalité de l'entreprise

- **Danger : promettre quelque chose qu'on ne sait pas faire**

L'IA peut aider à construire une meilleure offre
Elle ne doit pas conduire à présenter une entreprise qui n'existe que sur le papier

Ce que l'IA ne sait pas faire

L'IA ne voit qu'une partie de ce que vous savez

L'IA ne sait que ce qu'on lui donne

L'IA travaille à partir des informations disponibles

- L'IA peut analyser un CSC, une annexe, une offre précédente, des informations sur l'entreprise... à condition d'y avoir accès !
- Par ailleurs, elle ne connaît pas (spontanément) :
 - Le contexte du marché
 - L'historique avec le client
 - Les difficultés rencontrées lors d'un marché précédent
 - Les informations ou contraintes internes à l'entreprise
 - La prospection réalisée pour le marché
 - Les questions et réponses sur le forum
 - Ce qui a été dit ou observé sans être formalisé
 - ...

Ce qui n'est pas dans son contexte n'entre pas dans son analyse

L'IA ne connaît pas le terrain

L'IA dispose de...	Mais l'humain dispose aussi de...
Documents	Expérience du client
Données	Échanges et discussions
Instructions	Connaissance du terrain
Informations qu'on lui fournit	Non-verbal et signaux faibles
	Contexte et historique
	Intuition professionnelle

Un point peut être évident pour un commercial qui connaît le client ou le dossier... et totalement invisible pour l'IA • Limite cognitive : l'IA ignore une partie du contexte

La qualité de la réponse de l'IA dépend aussi (surtout) de la qualité et de la complétude du contexte qu'on lui fournit : elle ne peut pas tenir compte de ce qu'elle ne sait pas

Point d'attention : la confidentialité

Avant de partager, savoir à qui – et à quoi – on confie ses données

Tout ne peut pas être partagé avec une IA

VOS INFORMATIONS

Une offre peut contenir des informations sensibles ou confidentielles :

- prix et marges
- méthodes de travail
- données commerciales
- CV
- références
- informations techniques
- ...

LES INFORMATIONS DU POUVOIR ADJUDICATEUR

Même vigilance pour les documents et données communiqués dans le cadre du marché : leur transmission à un outil d'IA constitue elle-même un partage d'informations avec un tiers

VOTRE OUTIL

Avant d'importer un CSC, une annexe ou (a fortiori) l'intégralité de votre offre, il faut savoir :

- quelles données sont conservées
- à quelles fins elles sont utilisées
- qui peut y avoir accès
- quelles garanties de confidentialité et de sécurité sont offertes
-

Avant de se demander ce que l'IA peut faire avec vos données...
...Demandez-vous ce que l'outil fera de vos données

Tout ne peut pas être partagé avec une IA

Remarque : la question ne se limite pas au secret d'affaires / confidentialité...

- Lorsque les documents contiennent des données personnelles (par exemple des CV) la question n'est plus seulement celle de la confidentialité → il faut également tenir compte des règles relatives à la protection des données (RGPD et LVP)

Comment vraiment gagner du temps ?

Ne pas repartir de zéro à chaque offre

Faire de l'IA un outil de travail réutilisable

1. Capitaliser

- Conserver les prompts qui fonctionnent et les améliorer au fil des utilisations
- Créer ses propres prompts, modèles et check-lists, adaptés à l'entreprise, à ses méthodes et aux marchés auxquels elle répond

2. Réutiliser

- Repartir de ce qui existe déjà : offres précédentes, méthodologies, présentations de l'équipe, références, réponses à des critères similaires...
- L'IA peut aider à adapter l'existant au nouveau marché, plutôt que de tout reconstruire à chaque fois

Faire de l'IA un outil de travail réutilisable

3. Contrôler

- Lorsque l'offre paraît terminée, soumettre la dernière version complète à un contrôle final de l'IA :

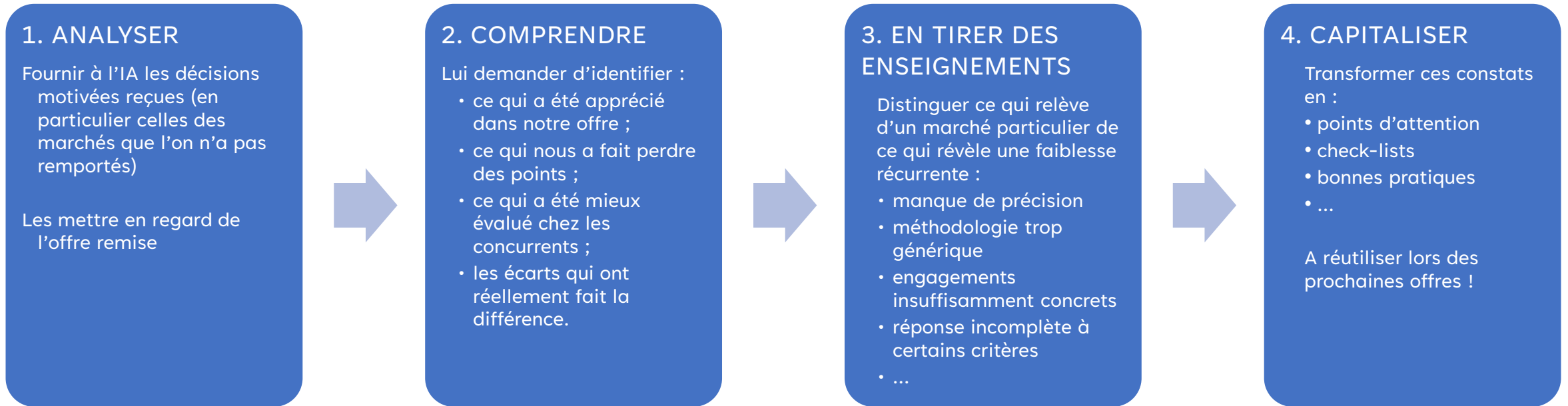
« Voici le CSC et notre offre finale. Identifie ce qui manque, ce qui est incohérent, ce qui répond insuffisamment aux exigences et les éventuels points de vigilance avant le dépôt. »

Le véritable gain de temps vient de la capitalisation : construire avec l'IA une méthode que l'on réutilise et améliore d'une offre à l'autre

Apprendre de ses offres précédentes

Transformer les décisions motivées en outil d'amélioration

Ne pas ranger trop vite les marchés perdus...



Une décision de non-attribution ne dit pas seulement pourquoi vous avez perdu un marché : bien exploitée, elle peut vous aider à gagner les suivants...

Evaluation *post mortem*

**Est-ce que la faiblesse était dans ce que nous proposons...
ou dans la manière dont nous l'avons démontré ?**

On peut avoir une excellente méthode, mais ne pas l'avoir suffisamment explicitée pour permettre à l'adjudicateur d'attribuer des points

L'IA peut précisément comparer :

- ce qu'on pensait avoir démontré
- ce que l'évaluateur a effectivement retenu
- ce qui manquait pour rendre l'avantage objectivable

C'est toute la distinction entre avoir un avantage
et réussir à le démontrer dans l'offre

Challenger l'IA... pour qu'elle vous challenge

Ne lui demandez pas de vous rassurer : demandez-lui de chercher les failles !

Ne lui demandez pas simplement si votre offre est bonne

« *Mon offre est-elle bonne ?* » = Une question trop facile...

- L'IA risque de relever les qualités de l'offre, de proposer quelques améliorations... et de vous conforter dans ce que vous avez déjà fait !

Changez son rôle

- Demandez-lui d'adopter un regard critique (= prompts hostiles) :
 - Acheteur → S'il voulait éliminer mon offre, qu'est-ce qu'il attaquerait ? Où pourrait-il retirer des points ?
 - Concurrent → Où pourrait-il faire mieux / proposer autre chose ?
 - Contrôleur → Qu'est-ce qui pourrait poser problème ?
 - Avocat du diable → Quels arguments puis-je opposer à cette offre ?

L'objectif : chercher activement les faiblesses plutôt que demander une validation

Utilisez des prompts volontairement « hostiles »

Exemples de prompts hostiles

« Si tu voulais éliminer mon offre, qu'est-ce que tu attaquerais ? »

« Si tu étais l'acheteur et que tu voulais me mettre moins de points, sur quoi pourrais-tu t'appuyer ? »

« Si tu étais mon concurrent, quels sont les points faibles de mon offre ? »

« Qu'est-ce qu'un concurrent pourrait proposer de mieux que moi pour ce marché ? Et plus spécifiquement, sur chacun des critères d'attribution ? »

« Pour chaque critère d'attribution, qu'est-ce qui empêche aujourd'hui cette offre d'obtenir la meilleure note ? »

Une fois qu'on a répondu à toutes les exigences, le travail n'est pas terminé : c'est toute la différence entre conformité (ai-je répondu à tout?) et compétitivité (comment me donnerait-on plus de points qu'à d'autres?)

- Danger stratégique : produire la même offre que tout le monde

N'utilisez pas seulement l'IA pour améliorer votre offre : utilisez-la pour essayer de la mettre en défaut **avant** que l'acheteur ou vos concurrents ne le fassent

Faire en sorte que l'IA ne se voie pas

*Une bonne utilisation de l'IA ne doit pas effacer la personnalité de
l'entreprise*

L'IA doit améliorer votre offre, pas la standardiser

Utilisez l'IA pour...

Améliorer l'orthographe et le style

Clarifier et structurer les réponses

Améliorer la présentation

Rendre certains passages plus lisibles et percutants

... puis demandez-lui de se relire

« Repère les passages qui paraissent génériques, convenus ou manifestement générés par une IA. »

« Quels passages pourraient se retrouver quasiment à l'identique dans l'offre de n'importe quel concurrent ? »

« Où manque-t-il des exemples, des éléments concrets ou des preuves propres à notre entreprise ? »

À la lecture de l'offre finale, on doit retrouver l'entreprise : sa manière de travailler, son expérience, ses méthodes et ses points forts

L'objectif n'est pas de produire une offre qui ressemble à une bonne offre
L'objectif est de produire une bonne offre **qui vous ressemble**

L'IA... avant même la publication du marché

Anticiper les opportunités et capitaliser sur ce que vous savez déjà

Ne pas attendre la publication du marché

Identifier les opportunités

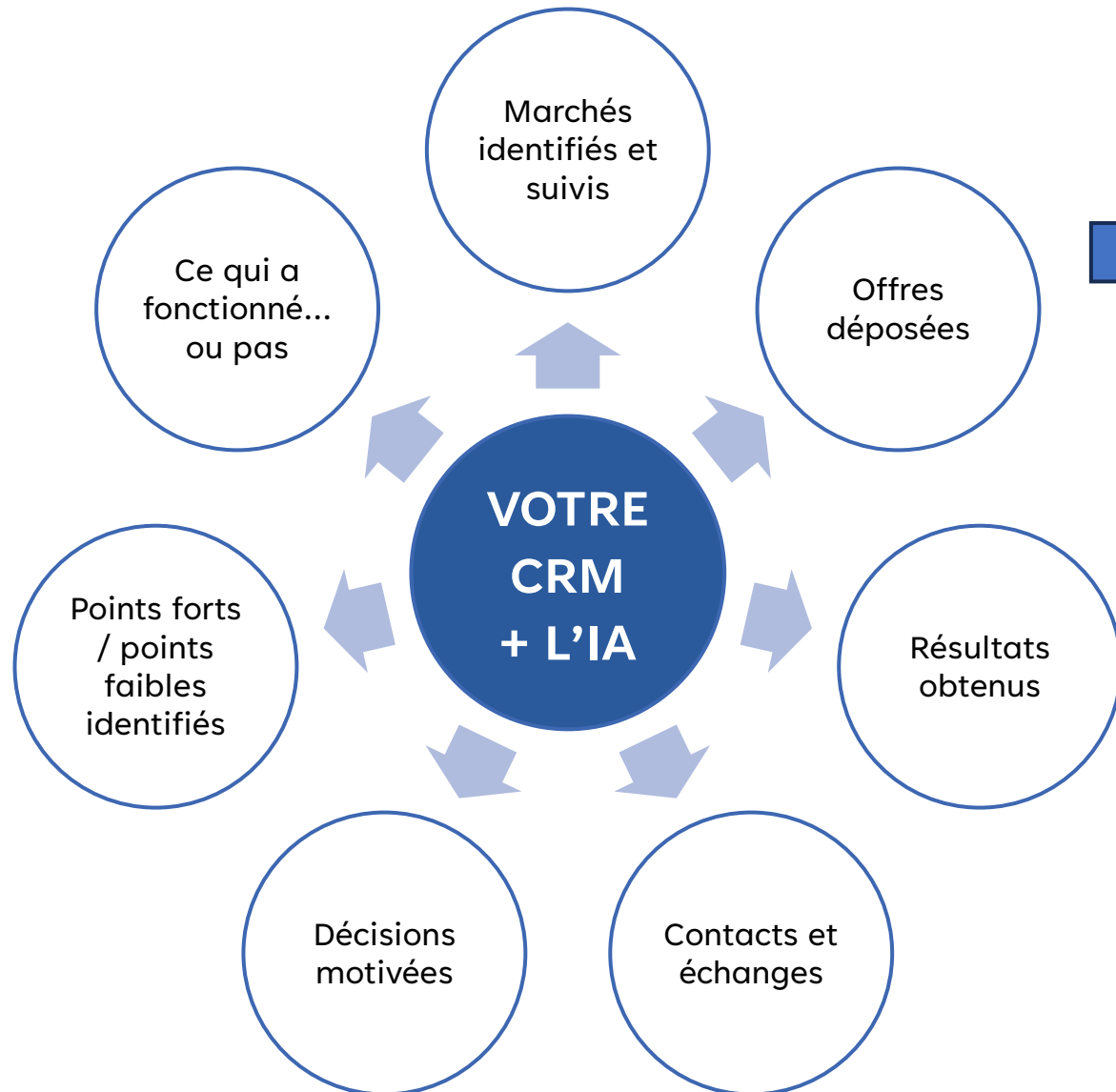
- L'IA peut aussi être utilisée en amont pour :
 - Identifier les adjudicateurs potentiellement intéressants
 - Analyser leurs marchés passés et leurs besoins
 - Repérer les interlocuteurs pertinents
 - Préparer et cibler le démarchage

Préparer ses rendez-vous

- Avant une rencontre, elle peut aider à :
 - Synthétiser les infos disponibles sur l'adjudicateur (activités, marchés précédents, projets...)
 - Préparer les bonnes questions à poser
- Mais la qualité de la recherche dépend beaucoup de la demande !
 - Apprendre à construire de bons prompts de recherche permet d'obtenir des résultats beaucoup plus ciblés et exploitables

L'IA ne sert pas seulement à répondre aux marchés : elle peut aussi aider à mieux les anticiper !

Transformer son historique en avantage



L'IA peut exploiter cet historique pour :

- Retrouver les informations utiles
- Comparer avec les expériences précédentes
- Identifier des tendances
- Réutiliser toute la connaissance accumulée plutôt que de repartir de 0

L'enjeu n'est plus seulement d'utiliser l'IA pour une offre : c'est de construire progressivement une mémoire commerciale de l'entreprise, exploitable d'un marché à l'autre

Pour peu que l'entreprise conserve et organise l'information

Et si l'IA parlait de vous ?

Vos futurs clients utiliseront eux aussi l'IA

Être visible... aussi pour les IA ?

Demain (et déjà aujourd'hui), l'acheteur peut demander à une IA :

- « *Quelles solutions existent pour répondre à ce besoin ?* »
- « *Quels fournisseurs proposent cette technologie ?* »
- « *Quelles sont les alternatives disponibles sur le marché ?* »
- « *Quelles entreprises ont déjà réalisé ce type de projet ?* »

Alors, que trouvera-t-elle sur vous ?

- Vos produits et services sont-ils clairement décrits ?
- Vos caractéristiques techniques sont-elles accessibles et compréhensibles ?
- Vos références et réalisations sont-elles visibles ?
- Vos avantages différenciants apparaissent-ils dans des sources publiques fiables ?

Après avoir travaillé son référencement pour les moteurs de recherche, faudra-t-il aussi travailler sa visibilité pour les IA ?

Demain, gagner un marché pourrait aussi commencer bien avant sa publication...
...en faisant en sorte que l'IA de l'acheteur sache que vous existez

Conclusion

Utiliser l'IA pour mieux répondre, pas pour répondre à votre place

L'IA : un levier, pas une stratégie à elle seule

Gagner du temps

- Lire → synthétiser → structurer → contrôler → capitaliser

Augmenter ses chances

- Challenger son offre → apprendre de ses échecs → mieux connaître ses marchés → anticiper les opportunités

Sans perdre ce qui fait la différence

- La connaissance du client
- L'expérience
- La stratégie
- La réalité de l'entreprise
- ... et le regard humain

Le bon usage de l'IA
n'est pas de lui faire
faire votre offre



C'est de vous aider à
faire une meilleure offre

MARCHÉS PUBLICS

FORMER
SOUTENIR



Wallonie

UNE
POUR LES **PASSERELLE**
ENTREPRISES

A vous de jouer !

Une question ?

*[marchespublics.responsables
@spw.wallonie.be](mailto:marchespublics.responsables@spw.wallonie.be)*

