



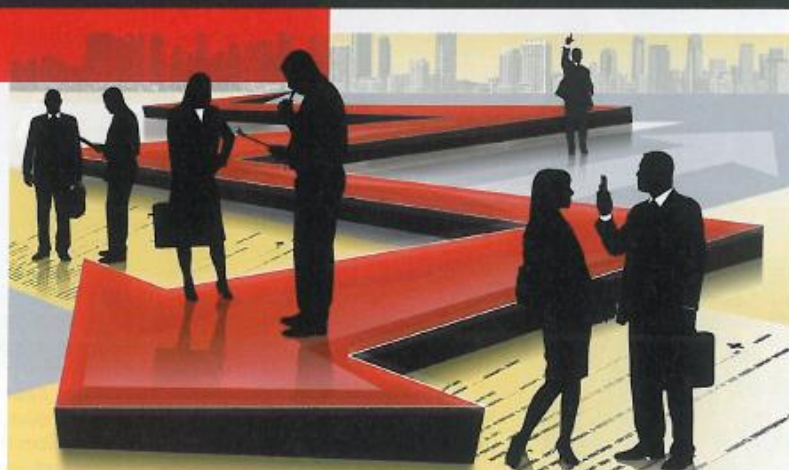
# DES MARCHÉS PUBLICS À LA PORTÉE DES PME

Les achats de l'État et des collectivités territoriales représentent un volume de 200 milliards d'euros. Pour que les PME investissent ce segment, les pouvoirs publics ont entrepris d'en simplifier les procédures d'attribution.

## Les marchés publics n'ont pas toujours eu bonne presse.

Il y a cinq ans, alors même que le décret instituant le Service des achats de l'État (SAE) prévoyait que « [ses] achats [devraient] être réalisés dans des conditions favorisant le plus large accès des PME à la commande publique », les mesures prises pour rationaliser l'investissement des administrations avaient provoqué un tollé. La fédération Eben (Entreprises du bureau et du numérique) notamment considérait qu'elles n'avaient ni la taille critique ni les moyens organisationnels pour répondre à des marchés autrefois locaux ou régionaux devenus nationaux. Un vent de fronde soufflait également à la CGPME, où l'on s'inquiétait de voir « les PME écartées [faute de] taille suffisante pour gérer des marchés nationaux ». Du côté du SAE, on se bornait à relativiser le problème : « Notre objectif est de faire des économies tout en prenant en compte les PME. » Dans les faits, l'Observatoire économique des achats publics (OEAP) relevait qu'en 2010, « les PME ont obtenu 60 % du nombre de marchés publics de l'État et des collectivités territoriales, soit 30 % en valeur. Mais la part des PME est plus importante dans les marchés des collectivités (63 % en volume et 40 % en valeur) que dans ceux

Eben a longtemps œuvré pour une cohérence entre la taille des PME et celle des marchés.



de l'État (respectivement 49 % et 21 %). Sur les marchés de l'État, ces entreprises ont remporté 22 % des marchés de services et 19 % de ceux des fournitures. » Cinq ans plus tard, les chiffres ont bien évidemment changé. Alors que l'OEAP a recensé en 2013 quelque cent mille contrats de commande publique, pour environ 200 Mds €, il a enregistré une baisse du nombre des marchés de fournitures, de travaux et de services. Mais les collectivités ont été plus actives sur ce tout dernier volet : + 5 %, contre - 29 % pour les commandes de l'État. Elles se révèlent aussi plus performantes dans le recours aux PME, puisqu'elles leur accordent davantage leurs marchés : dans 65 % des cas, contre 48 % en ce qui concerne l'État. L'OEAP observe enfin que le poids des PME sur les marchés des collectivités augmente proportionnellement avec la proximité des entreprises

titulaires. « Dans certains segments d'activité, comme les services de maintenance informatique ou de formation, la proximité s'avère essentielle, tant en termes de prestation que de relation client », reconnaissait Hervé Le Dù, directeur du département des opérations du SAE, l'an dernier. À cette époque, le Service des achats de l'État ainsi que l'Ugap avaient promis de faciliter l'accès des PME aux appels d'offres publics, lesquels s'indignaient de la complexité

## LA SIMPLICITÉ MONTE EN PUISSANCE

Après une phase de test d'un an auprès de quelques plates-formes de marchés publics, le dispositif de la commande publique simplifiée fait l'objet d'un déploiement à grande échelle auprès des principales places de marchés publics. Il est accessible aux entreprises sur : [www.apientreprise.fr](http://www.apientreprise.fr).



L'éducation fait partie de ces segments d'activité pour lesquels la proximité est l'un des critères différenciants.

des formulaires, de l'opacité des donneurs d'ordre ou encore de la distorsions de concurrence entre les grands qui tirent les prix vers le bas et les PME pénalisées conséquemment. Jean-Lou Blachier, médiateur des marchés publics, admet, quant à lui, que « le code des marchés publics rend parfois les procédures d'accès aux appels d'offres bien plus complexes que pour les achats privés interentreprises. » Et de convenir qu'il faut le réformer « pour que les PME, qui constituent 90 % du tissu économique régional, ne considèrent plus que ce marché est fait pour les grandes entreprises ». Les pouvoirs publics se sont donc attelés à la tâche, et le « choc de simplification » tant attendu s'est traduit par un nouveau service censé éviter aux PME les lourdeurs bureaucratiques pour la commande publique. À cette fin, le secrétariat général pour la modernisation de l'action publique a mis en œuvre le dispositif expérimental MPS (marché public simplifié) destiné

à réduire la quantité d'informations réclamées. Désormais, une société peut se porter candidate à un marché public « labellisé MPS » avec son seul numéro Siret ainsi que la validation d'une attestation sur l'honneur de son identité et de sa capacité, accompagnés de son offre technique et commerciale. Il lui suffit fournir les autres pièces du dossier qu'après sa sélection éventuelle par l'acheteur public concerné. Ce dernier pourra, quant à lui, vérifier sur une plate-forme en ligne la situation du postulant, en accédant instantanément à ses données détenues par les administrations publiques partenaires, telles que la direction générale des finances publiques, l'Acoss, Infogreffe ou le Bulletin officiel des annonces des marchés publics (Boamp). Ce dispositif ne s'applique qu'aux marchés de travaux, de fournitures ou de services inférieurs à 134 K € HT pour l'État et à 207 K € HT pour les collectivités. Après avril 2015, le MPS qui ne concernait que les démarches de monoentreprises s'étendra à la cotraitance. Une autre procédure prévoit de répondre désormais par voie dématérialisée aux appels d'offres publics de moins de 90 K € sans signature électronique. Enfin, des directives européennes sur les marchés publics viennent

de simplifier l'accès à la commande publique pour les PME. L'une d'elles concerne le plafonnement des exigences relatives à la capacité financière des entreprises candidates et stipule que les acheteurs publics ne pourront plus exiger des niveaux minimaux de capacité que si ces derniers sont « proportionnés à l'objet du marché ». Autrement dit, le C.A. exigé ne devra pas être supérieur au double de la valeur du marché. Afin d'encourager les PME à œuvrer davantage, une seconde mesure phare promulguée par la France institue qu'elles sont dispensées de fournir dans leurs dossiers de candidature tous les documents déjà remis à l'administration à l'occasion d'une précédente procédure si ces pièces demeurent valables. Enfin, une troisième grande mesure de simplification porte sur « les achats de produits ou services innovants dont les caractéristiques peuvent évoluer au cours du temps » : une nouvelle mise en concurrence à chaque étape du développement de l'objet du marché ne sera plus nécessaire. Si l'on ne peut pas parler d'un Small Business Act à l'europpéenne, ces dispositions sont de nature à faire oublier les commentaires désabusés des dirigeants de PME sur les appels d'offres publics, du type : « C'est toujours les mêmes qui sont retenus. Nous, on est trop petits. » De vraies opportunités leur sont offertes, surtout dans l'informatique et les télécoms qui pèsent 10 % du PIB national. Mais pour finir de faire le lien entre ces entreprises et les acheteurs publics, les donneurs d'ordre ne devront plus se barricader derrière le code des marchés publics. À cette fin, Jean-Lou Blachier a proposé de réformer la responsabilité pénale des acheteurs publics qui briderait parfois leur engouement pour des petites structures. Le Médiateur de la commande publique suggère une réduction à un an le délai pendant lequel court leur responsabilité pénale. ■

## POUR SE PRÉPARER À SAISIR LES OPPORTUNITÉS

Trop de chefs d'entreprise IT aborderaient les marchés publics sans s'y être préparés. Or « il faut avoir élaboré une stratégie avant de postuler à des appels d'offres publics », conseille Guy-Noël Noguera, directeur du développement informatique et télécommunications, et des partenariats à l'Ugap. Le Médiateur des marchés publics propose le guide *Osez la commande publique* à l'intention des PME candidates peu familiarisées aux procédures et aux formulaires, disponible pour répondre aux appels d'offres publics. Cet opuscule de quinze pages, disponible sur <http://www.economie.gouv.fr/nouveau-guide-chefs-dentreprises-osez-commande-publique>, doit convaincre ces PME que « ce marché n'est pas fait que pour les grandes entreprises ».

