

## **Quels sont les enjeux de la commande publique pour les petites et moyennes entreprises ?**

La commande publique constitue aujourd'hui un levier très important pour leur développement. Elle devrait largement contribuer à aider certaines d'entre elles à se hisser parmi les entreprises leaders en Europe. C'est pourquoi, depuis 2002, le Gouvernement français s'est résolument engagé en faveur de l'accès des petites et moyennes entreprises aux marchés publics. Des démarches auprès de la Commission européenne se poursuivent en vue d'obtenir que les PME puissent bénéficier en Europe des mêmes avantages que ceux dont profitent les PME américaines dans le cadre du Small Business Act (SBA). Lionel Stoleru, ancien ministre, remettra d'ailleurs un rapport sur ce sujet au Président de la République avant la fin de l'année. J'ai eu la possibilité de le rencontrer et de lui faire part de la nécessité d'un accompagnement des PME par des conseils et notamment par des experts-comptables.

## **Le nouveau code des marchés publics favorise-t-il cet accès ?**

Tout à fait ! Il comporte un certain nombre de mesures qui sont très favorables aux petites et moyennes entreprises. Malheureusement peu d'entre-elles les connaissent vraiment bien... d'où l'importance de communiquer auprès d'elles, de leur faciliter l'accès à l'information et de leur permettre ainsi de s'initier aux marchés publics. Différents acteurs se mobilisent autour d'initiatives qui ont cet objectif. C'est notamment le cas des experts comptables, à travers le "Club Secteur Public".

## **Comment pourrait-on définir simplement ce qu'est un marché public ?**

C'est un contrat public conclu à titre onéreux entre un acheteur public et un opérateur économique public ou privé. Trois principes régissent ce type de contrat : liberté d'accès à la commande publique, égalité de traitement des candidats et transparence des procédures.

Les entreprises candidates doivent donc obligatoirement être mises en concurrence et l'acheteur public doit choisir de manière objective et motivée celle qui présente l'offre économiquement la plus avantageuse, qui n'est pas obligatoirement la moins chère.

Cette obligation de mise en concurrence, plus ou moins lourde selon les procédures, impose aux acheteurs des contraintes et rend la passation et l'attribution des contrats relativement longue par rapport aux contrats privés. Heureusement, des procédures allégées sont prévues pour les marchés de faibles montants.

## **Qui sont les acheteurs publics, soumis au Code des marchés publics ?**

Ils sont plus nombreux qu'on ne le pense ! On retrouve tout d'abord les administrations d'Etat : les ministères, les Etablissements publics administratifs (EPA), tels que les grands musées, les universités, les centres de recherche, les hôpitaux..., ainsi que les préfetures de région et de département et les services qui en dépendent comme les Directions départementales de l'équipement (DDE), de l'agriculture (DDA)

S'ajoutent à cela les collectivités territoriales (régions, départements et communes), et leurs groupements qui ont des compétences de plus en plus étendues et qui sont donc susceptibles de devenir de grands acheteurs publics.

Les établissements publics rattachés aux collectivités locales, qu'ils soient administratifs ou industriels et commerciaux (EPIC), sont également concernés. Par contre les EPIC nationaux, tels que la SNCF, ne sont pas soumis au Code des marchés publics.

### **Quels types de marchés passent-ils ?**

Tous types de marchés ! Le code des marchés publics les classe en trois catégories qui obéissent à des règles de seuil et de publicité spécifiques :

- les marchés de travaux, qui ont pour objet la réalisation de tous travaux de bâtiment ou de génie civil,
- les marchés de fournitures, qui concernent l'achat, la prise en crédit-bail, la location ou encore la location vente de mobiliers, de matériels ou de fournitures,
- les marchés de services, qui incluent aussi bien les services matériels (nettoyage de locaux, sécurité alarme, entretien de jardins, enlèvement des ordures ménagères, etc.) que les services immatériels (maîtrise d'œuvre, expertise comptable, services juridiques...).

### **Les petites et moyennes entreprises ont-elles vraiment des chances d'accéder à certains de ces marchés ?**

Oui, comme je le disais précédemment, leur situation s'est considérablement améliorée avec le nouveau code des marchés publics. En effet, l'allotissement devient la règle et la pondération obligatoire des critères d'attribution milite en faveur de l'égal accès des PME aux marchés publics.

Notons par ailleurs qu'une entreprise qui n'est pas retenue peut désormais demander les raisons qui l'ont conduite à être écartée du marché, ce qui a notamment un intérêt pédagogique pour la réponse aux appels d'offres ultérieurs.

### **Qu'appellez-vous "allotissement" ?**

L'allotissement permet, lorsqu'un marché comporte plusieurs types de prestations, de le découper en lots. C'est une disposition essentielle pour les entreprises de petite taille ou très spécialisées, qui ne pourraient répondre à l'intégralité d'un marché. Cela favorise donc la concurrence. Ajoutons à cela que les lots d'un faible montant peuvent être passés selon la procédure dite "adaptée", sans recours à des appels d'offres ou autres procédures formalisées, dès lors qu'ils sont, en marché de fournitures et services, inférieurs à 80 000 euros HT et, en matière de travaux, inférieurs à 1 000 000 euros HT et n'excédant pas 20 % de la valeur de la totalité des lots.

### **En quoi consiste la "procédure adaptée" ?**

C'est une procédure plus souple qui est permise pour les marchés de faibles montants, c'est-à-dire se situant en dessous des seuils suivants :

- pour les marchés de travaux : 5 150 000 euros HT,
- pour les marchés de fournitures ou de services : 133 000 euros HT lorsque l'acheteur public est l'Etat ou un EPA national, et 206 000 euros HT lorsqu'il s'agit d'une collectivité territoriale ou d'un établissement public local.

Les marchés à procédures adaptées (dénommés couramment MAPA), sont passés selon des modalités de publicité et de mise en concurrence déterminées directement par chaque acheteur public, en fonction, notamment, de l'objet du marché, de son montant ou encore du nombre de concurrents potentiels. Chacun fixe donc ses propres règles dans le respect des grands principes applicables aux marchés publics.

Seule la publicité est règlementée (publication de l'avis de marché au sein d'un journal d'annonces légales ou du Bulletin officiel des annonces des marchés publics) lorsque le marché est supérieur à 90 000 euros HT.

Il est à noter qu'à partir du 1<sup>er</sup> janvier 2010, l'acheteur devra en plus publier l'avis sur son profil acheteur, c'est-à-dire sur un site internet dédié à l'acheteur.

Il s'agit d'une procédure très souple devant être privilégiée par les petites et moyennes entreprises qui souhaitent se lancer dans les marchés publics et qui peuvent être référencées en amont.

### **Quels sont les autres procédures de passation des marchés publics ?**

Il s'agit des procédures "formalisées", qui regroupent les appels d'offres ouverts (AOO) et restreints (AOR) et d'autres types de procédures que les acheteurs publics peuvent lancer lorsque certaines conditions sont réunies : la procédure négociée (en cas d'urgence par exemple ou d'appel d'offres infructueux), le dialogue compétitif (en cas de marché complexe sur le plan technique par exemple), la conception-réalisation, le concours, les marchés de maîtrise d'œuvre, ... La procédure d'appel d'offres peut naturellement être utilisée quel que soit le montant du marché, même si elle n'est obligatoire que pour ceux excédant les seuils des MAPA.

### **Comment une entreprise petite ou moyenne peut-elle identifier les marchés adaptés ?**

Ce n'est pas facile, car comme nous l'avons vu, seuls les marchés supérieurs à 90 000 euros HT obligent l'acheteur à publier un avis dans un journal d'annonces légales ou au Bulletin officiel des annonces des marchés publics. La plupart échappent donc aux outils de veille qui ont été développés par les sites spécialisés. Les entrepreneurs ont donc intérêt à se faire connaître et référencer en amont auprès des acheteurs publics, en menant des actions commerciales et marketing ciblées auprès de ces derniers. Cela est d'autant plus vrai que, pour les plus petits marchés, les acheteurs publics peuvent recourir à des consultations informelles sur la base d'une simple mise en concurrence à l'aide de demandes de devis.

Et depuis la réforme du code des marchés publics résultant des décrets de décembre 2008, le seuil des marchés passés de gré à gré, c'est-à-dire sans obligation de publicité ni de mise en concurrence, est passé de 4 000 euros HT à 20 000 euros HT.

### **Avez-vous des conseils à leur donner sur ce point ?**

Il est tout d'abord indispensable d'identifier le bon interlocuteur au sein de la collectivité ! L'entreprise y gagnera en temps et en efficacité ! Il faut en effet savoir qu'au sein de certaines administrations et collectivités, la décision d'achat peut faire intervenir plusieurs personnes : l'utilisateur, le service technique, le bureau des marchés, le comptable du Trésor... Dans les petites communes, c'est naturellement plus simple !

L'entrepreneur a donc intérêt à se procurer un organigramme de la collectivité (en vérifiant que ce dernier intègre le personnel administratif), ainsi qu'un annuaire mentionnant leurs coordonnées (téléphone et e-mail direct). Je lui recommanderais également de se procurer les délibérations des collectivités locales ainsi que des données budgétaires, afin qu'il puisse avoir une bonne idée des dépenses d'investissement et de fonctionnement de l'année à venir et des dépenses passées. Cela lui permettra d'anticiper les besoins de l'acheteur public...

### **Pourquoi les experts-comptables se sont-ils mobilisés sur le sujet de l'accès des PME aux marchés publics ?**

Parce que si elles bénéficient d'un accompagnement opérationnel et personnalisé de la part de leur expert-comptable, les PME seront nécessairement plus nombreuses à concourir aux marchés publics et la qualité de leurs réponses sera optimisée.

A travers le "Club Secteur Public" du Conseil Supérieur de l'Ordre, les experts-comptables ont décidé de s'engager fortement à accompagner les PME en leur fournissant des outils pédagogiques. Ils souhaitent ainsi se positionner comme des relais efficaces entre les acheteurs publics et les petites et moyennes entreprises. Un [guide pratique](#) a notamment été réalisé en partenariat avec la Direction du commerce, de l'artisanat, des services et des professions libérales (DCASPL). Ce guide est accessible sur le site du Club Secteur Public et sur celui de l'APCE.

Le Club Secteur Public a par ailleurs décidé de mettre en ligne sur son site Internet un annuaire accessible à toutes les PME, qui présente les fiches de compétences des experts-comptables intervenant dans le secteur public.

### **Que trouve-t-on sur ce guide pratique ?**

Toutes les réponses aux questions que se posent les dirigeants sur le sujet. Elles sont traitées de manière simple et concrète et sont enrichies de conseils et mises en garde. Comment se familiariser avec les marchés publics (procédures, seuils...) ? Comment les identifier et les sélectionner, selon qu'il s'agit d'appels d'offres ou de procédures adaptées ? Quels supports de communication selon la procédure ? Comment répondre concrètement à un marché public ?

Un chapitre du guide est entièrement consacré à un exemple de dossier de consultation de MAPA de services qui pourra servir de modèle aux PME.

Ce [guide pratique](#) est accessible sur le site du Club secteur public et sur celui de l'APCE.

Il sera présenté lors de la 15<sup>ème</sup> édition du Salon des Entrepreneurs de Paris, dans le cadre d'un atelier animé par le Club Secteur Public.