

TÉMOIGNAGE D'ENTREPRISE

La nécessité d'être connu et reconnu

Patrick Julien, PDG de Netagis.

Créée en octobre 2001 et dotée d'un capital de 211.000 euros, la société Netagis est spécialisée dans la mise en œuvre et l'exploitation de solutions Intranet/Internet pour la gestion de l'information géographique.

Soutenu par Oseo-Anvar, la société a développé une nouvelle génération de systèmes d'information géographique, conçue sur la base de technologies « open source » et fonctionnant dans un environnement 100% web. Elle commercialise, ActiGIS, un serveur cartographique destiné aux collectivités territoriales qui permet de rendre accessible l'information, sans être un spécialiste, pour la consulter, la mettre à jour ou l'utiliser comme outil de communication web.

Dans le cadre de la mise en place de systèmes d'information géographique ou de serveurs cartographiques web pour les collectivités, nous sommes amenés depuis la création de la société à répondre aux appels d'offres. Les marchés publics représentent aujourd'hui plus de 60% de notre chiffre d'affaires.

La réponse à un appel d'offres comporte une partie purement administrative comprenant les principales informations sur l'entreprise, et remise dans une enveloppe distincte de l'offre. Il faut donc passer le cap de la sélection de la candidature pour espérer voir son offre ouverte et étudiée. Il s'agit là d'un obstacle important lors des premières années d'activité de l'entreprise. **La collectivité va effectivement s'intéresser à deux points essentiels pour elle : les références et les données financières.** Or ces deux points constituent les faiblesses du dossier pour une jeune entreprise ou PME : ses références sont peu nombreuses et son chiffre d'affaires faible au regard des acteurs déjà établis sur le marché visé.

Etre connu (et reconnu) avant le lancement de la procédure

Pour faire face à cette problématique, plusieurs solutions sont possibles. Il est d'abord nécessaire d'être connu des collectivités avant le lancement des procédures. Cela implique d'avoir **une démarche commerciale de terrain pour se présenter et amener la collectivité à avoir confiance dans l'entreprise.** Ainsi, lors de la procédure, elle pourra plus facilement s'orienter vers la comparaison réelle des offres et non pas faire un tri plutôt arbitraire sur la base des informations générales sur la société. Cette méthode est nécessaire mais pas suffisante si on vise le marché national. En effet, une jeune entreprise n'a pas les moyens commerciaux de prospecter sur tout le territoire de cette manière.

Il est alors important de mettre en œuvre des actions pour se créer une notoriété auprès des collectivités : prospection téléphonique, participation ciblée à des salons, site Internet ... Le courrier reste également un bon vecteur d'information car celui-ci est généralement conservé par la collectivité. Pour notre société, ces actions ont porté leur fruit en 2005 car nous sommes 3 fois sur 4 sélectionnés dans les 3 à 5 entreprises retenues en phase finale.

Seul handicap restant : la surface financière de l'entreprise qui continue à jouer défavorablement et à faire pencher la balance vers des sociétés plus importantes en cas de réponses techniques comparables.



Patrick JULIEN
PDG de Netagis

Le cap de la sélection de la candidature sur le dossier administratif de l'entreprise est un obstacle important lors des premières années d'activité. La collectivité va effectivement s'intéresser à deux points essentiels pour elle : les références et les données financières. Or ces deux points constituent les faiblesses du dossier pour une jeune entreprise : ses références sont peu nombreuses et son chiffre d'affaires faible au regard des acteurs déjà établis sur le marché visé.

Favoriser la mise en œuvre de groupements pour accéder à des marchés plus importants

Les marchés plus importants restent toutefois difficilement accessibles aux jeunes entreprises. Bien qu'elle puisse apporter des solutions à de grandes villes ou collectivités, la PME peut rarement se présenter seule pour les raisons évoquées ci-dessus. Un groupement avec une entreprise plus importante est alors nécessaire.

Ce qui est loin d'être simple. Il faut d'abord que celle-ci y trouve un intérêt et ensuite, il faut savoir protéger son savoir-faire et ses technologies. Nous avons connu plusieurs échecs dans ce domaine très difficile à mettre en œuvre. Il faut en effet gérer simultanément l'administratif de la réponse, la réalisation de l'offre, et dialoguer avec les services spécialisés de votre partenaire du moment : service juridique, financier, direction technique...

Or la mise en œuvre de groupements est un élément clé dans l'accès aux marchés publics de grandes collectivités pour une PME.

Dans ce domaine, les experts-comptables peuvent être de précieuses ressources pour rendre plus performante l'entreprise dans sa stratégie de réponse.

Ils peuvent développer des services pour :

- apporter des compétences ciblées dans les domaines administratif, juridique et financier pour contribuer au ciblage des appels d'offres en permettant à l'entreprise de se centrer sur son cœur de métier,
- favoriser la constitution de groupements soit en s'appuyant sur leurs réseaux, soit en aidant l'entreprise lorsqu'elle celle-ci doit faire face à différents services spécialisés chez son partenaire,
- participer à la reconnaissance de l'entreprise, sur le plan comptable et financier, en témoignant de la pertinence de ses choix de développements et/ou de sa gestion.

Cibler les marchés sur lesquels apporter une réponse

Une jeune entreprise ne dispose pas d'une organisation par services lui permettant de répartir la réponse à un appel d'offres sur plusieurs personnes. Souvent, cela incombe à une, voire deux personnes dans un premier temps.

Il est alors nécessaire de cibler les marchés pour choisir ceux sur lesquels une réponse compétitive et adéquate peut être apportée.

Cela permet d'éviter de se disperser sur des marchés sur lesquels l'entreprise serait mal positionnée.

Après la parution de l'avis de publicité et la demande du dossier, une pré-étude doit permettre de réaliser ce tri. Elle doit être appuyée par des échanges avec le donneur d'ordres pour obtenir des précisions sur le contexte, les objectifs voire le type de réponses ou d'entreprises attendues. Il s'agit là d'un travail commercial qui doit aboutir à une décision du chef d'entreprise sur l'opportunité ou non de répondre.

Des services à développer par les experts-comptables

Pour une jeune entreprise ou une PME, l'important est de pouvoir se concentrer sur son cœur de métier et la manière de le valoriser dans des actions commerciales ou prospectives.

La réponse aux appels d'offres en fait partie pour toutes celles concernées par les marchés publics. Or, dans ce domaine, les experts-comptables peuvent être de précieuses ressources pour rendre plus performante l'entreprise dans sa stratégie de réponse.

Sur les trois points évoqués précédemment, ils peuvent développer des services pour :

- **apporter des compétences ciblées dans les domaines administratif, juridique et financier** pour contribuer au ciblage des appels d'offres en permettant à l'entreprise de se centrer sur son cœur de métier,
- **favoriser la constitution de groupements** soit en s'appuyant sur leurs réseaux, soit en aidant l'entreprise lorsqu'elle celle-ci doit faire face à différents services spécialisés chez son partenaire,
- **participer à la reconnaissance de l'entreprise**, sur le plan comptable et financier, en témoignant de la pertinence de ses choix de développement et / ou de sa gestion.

La forme que cela peut prendre est également importante. Il est nécessaire que l'offre d'accompagnement soit adaptée et à la mesure de la capacité d'investissement de la jeune entreprise ou de la PME. Une base forfaitaire et une commission sur résultats seraient peut-être une solution.

4 ans pour gagner des marchés significatifs

Notre entreprise aura mis 4 ans pour capitaliser sur son avance technologique et se doter d'une capacité à répondre à des marchés publics de manière performante. Aujourd'hui, nous avons remporté de nombreux marchés sur tout le territoire, tant avec des collectivités importantes comme Nantes Métropole ou le Syndicat intercommunal d'énergie du Maine-et-Loire (300 communes) qu'avec des intercommunalités rurales, péri-urbaines ou départementales en Bretagne, Rhône-Alpes, Lorraine ou encore PACA.

Un appui des experts-comptables permettrait-il de raccourcir ce délai et d'accélérer un positionnement sur les marchés européens ? Assurément.

<http://www.netagis.com>

contact@netagis.com