

Chapitre 1

Les évolutions récentes qui ouvrent les marchés publics aux TPE/PME

Le potentiel des marchés publics

Ô combien les images d'Épinal circulent sur la fonction publique et l'administration en règle générale, caricatures relayées sur le monde privé dans le public. D'un côté seul l'argent serait un ressort de la motivation, de l'autre l'intérêt général défendu sur un rythme cool. Ô combien avec la pratique, il apparaît que le dialogue Public/Privé s'intensifie et que les différences de culture, certes non négligeables, s'atténuent avec le temps.

Ainsi, vendre au secteur public signifie avant tout mener une approche commerciale. Par conséquent, il s'agit de maîtriser les connaissances, les savoir-faire et les aptitudes comportementales nécessaires à cette fonction clef dans l'entreprise. Au sein des TPE/PME, cette fonction sera d'ailleurs souvent assumée pour l'essentiel par le Chef d'Entreprise, premier commercial de la société. Dans tous les cas, maîtriser la culture de son prospect, mener une action concertée, s'organiser pour mettre en valeur ses offres sont inhérents à la fonction commerciale.

Néanmoins, à ces spécificités du métier de commercial s'ajoutent **des règles du jeu plus encadrées** lorsqu'il s'agit de vendre au secteur public. Maîtriser ces règles n'est pas si compliqué, alors

que les avantages de travailler avec le secteur public ne sont pas négligeables.

Il s'agit d'un **marché de 130 milliards d'euros par an** en France, en constante évolution, sans risque de diminution brutale ou de choc conjoncturel. De plus, même si la fonction achat évolue rapidement dans le secteur public, il ne s'agit pas de se frotter aux acheteurs de la grande distribution par exemple. La pression sur le fournisseur, et en particulier sur les prix, n'a pas la même teneur. Enfin, le Code des marchés publics propose une série de dispositions réglementaires visant à ouvrir plus largement les marchés publics aux TPE et PME. Ouvrir les marchés publics aux PME est également un objectif affiché des derniers gouvernements. De nouvelles dispositions très favorables aux PME, comme leur réserver une part de la commande publique, sont d'ailleurs en préparation à Bercy.

Aujourd'hui, seuls 11 % en montant des marchés passés par l'État sont assurés par les TPE/PME en direct. Les PME n'en travaillent pas moins pour les grandes entreprises, fournisseurs de l'État, en tant que fournisseurs non déclarés. Au niveau des collectivités territoriales, ce pourcentage s'élève à 40 %. Partenaire de proximité, les PME sont également influentes dans l'économie globale du territoire ce qui leur donne une place d'importance comme fournisseurs des administrations locales.

Les achats du secteur public (cf. annexe Chiffres clés p. 174)

En 2006, ont été recensés 178 735 contrats pour un montant total de **59,3 milliards d'euros**. Les **collectivités locales** restent les **premiers acheteurs publics** avec **54 % du montant** et **88 % du nombre** des marchés notifiés recensés.

Les obligations statistiques sont limitées aux contrats d'un montant supérieur à 90 000 € HT et aux contrats compris entre 4000 et 90 000 € HT notifiés par les acheteurs publics. Le recensement des marchés publics n'est pas exhaustif pour les contrats inférieurs à 90 000 € HT et ne prend pas en compte certaines dépenses non soumises au Code des marchés publics.

Les dépenses totales des acheteurs publics sont donc estimées à un montant largement supérieur : environ **130 milliards d'euros, soit 9 % du PIB**.

Le secteur public, un périmètre mouvant

Cet ouvrage aborde un périmètre triplement mouvant. Il s'agit de la réglementation de l'achat public, des organismes publics et de la place des TPE/PME dans l'accès aux marchés publics.

Des réformes régulières de la réglementation de l'achat public

La commande publique est régie dans ses grandes lignes par un environnement juridique européen, transcrit progressivement au sein de **différentes versions du Code des marchés publics (CMP)**. La dernière version date de 2006 mais elle n'a pas encore donné lieu à une abondante jurisprudence. C'est avec la pratique que certaines notions seront affinées et précisées. C'est la raison pour laquelle nous avons systématiquement fait référence au Code, sans pour autant perdre le lecteur dans un jargon juridique obscur.



Les règles spécifiques aux marchés publics s'appliquent dès le premier euro !

Même pour les petites commandes, comprendre le Code des marchés publics devient incontournable pour parler le même langage que vos clients du monde public. particulier.

De nouveaux acteurs publics avec la décentralisation

Soumis à un droit qui évolue, les marchés publics concernent un périmètre en constante évolution. Au niveau des collectivités territoriales, la réforme de 1999 puis de 2004 sur la décentralisation ont entraîné des évolutions dans la répartition des compétences et vu l'émergence d'un acteur de poids, l'intercommunalité de son nom officiel : **établissement public de coopération intercommunale (EPCI)**. La tendance est à l'intégration des multiples syndicats intercommunaux au sein de ces structures aux budgets croissants.