

Veiller au développement des petites entreprises était une volonté de Nicolas Sarkozy lors de la campagne présidentielle. Dès la fin du mois d'août, le président a confié à Lionel Stoléru une mission qui définira une façon de faciliter l'accès des PME à la commande publique. Ce dernier rendra ses conclusions à la fin de l'année. Des outils existent déjà, d'autres pourraient voir le jour, favorisant notamment l'innovation.

Comment dynamiser la croissance française ?

La question est au cœur de l'actualité. La réponse aussi : en la boostant grâce aux petites et moyennes entreprises dynamiques et innovantes. En France, elles représentent plus de 90 % des entreprises et les deux tiers des emplois. Leur problème : elles ont du mal à grandir. Une PME naît PME et le reste. Les marchés publics représenteraient sans conteste un moyen de les aider à se développer, mais elles en sont bien souvent exclues. Un phénomène dont est conscient le président de la République, Nicolas Sarkozy, qui a demandé à Christine Lagarde, ministre de l'Économie, en juillet, de “préparer l'adoption d'un small business act à la française”.

Dans la foulée, il a confié à l'ancien secrétaire d'État chargé du Plan, Lionel Stoléru, la présidence d'une mission de réflexion analysant les régimes mis en place dans d'autres pays (États-Unis, Japon, Corée, Canada), pour “réfléchir aux voies et moyens d'une démarche plus ambitieuse” pour les PME françaises. Les marchés publics représenteraient entre 100 et 144 milliards d'euros de dépense en 2007 (10 % du PIB), selon les estimations. “Il s'agit d'un marché énorme dans lequel les PME peuvent avoir une place. Mais pour intégrer ces marchés, elles doivent avoir un plan d'attaque”, explique Laurent Blind, gérant associé de Canéva, société de conseil en développement de PME.

“En décalage complet”

Les chiffres ne sont pas si mauvais que cela, puisque les PME décrochent 32 % (en montant)* de la commande publique globale (État et collectivités locales). Dans le détail, seuls 19 %* des marchés publics de l'État sont attribués aux PME. Les chiffres varient également en fonction des domaines (voir graphique). Celui du mobilier urbain est plus propice aux petites entreprises que celui des véhicules, dédié aux grands groupes automobiles. Néanmoins, pour Laurent Blind, “50 % des PME avouent rencontrer des difficultés” pour répondre à des appels d'offres publics. “Nous sommes en décalage complet avec les marchés publics, en termes d'univers, de vocabulaire, de besoins et de procédures. Nous sommes comme un chat sur un parquet ciré, nous ne savons pas où mettre les pieds”, avoue Pascal Maupas, fondateur de l'entreprise Hypertexte, qui a perdu six appels d'offres publics consécutifs. Dans la pratique, les petites entreprises, qui par définition ont moins d'employés, sont confrontées à de nombreux problèmes, de l'information à l'absence de temps disponible. “Le repérage des publicités d'appels d'offres est délicat pour les PME. Il existe soixante titres de presse quotidienne régionale, 6 000 sites Internet de collectivités, sans compter les magazines spécialisés. Elles n'ont pas les moyens humains d'effectuer une veille exhaustive, regrette Aurélien Tourret, gérant associé de Canéva. Des outils existent pour les y aider, mais ils coûtent cher”, ajoute-t-il.

La sélection des annonces, abondantes, s'avère être un deuxième écueil, les PME ayant tendance à s'éparpiller, et donc à s'essouffler. “Enfin, la constitution du dossier administratif est un véritable parcours du combattant pour une petite société. Il s'agit d'ailleurs de l'une des premières causes de rejet de candidature”, souligne Aurélien Tourret. Ces complexités sont d'ordre administratif et peuvent être contournées. Mais parfois, les acheteurs publics eux-mêmes se révèlent hésitants à faire appel à des PME. Selon Sarah Pasquier, de Citia, cabinet de conseil en achat public à destination des collectivités, “il arrive qu'il y ait une défiance vis-à-vis de ces petites entreprises.

Les collectivités se couvrent en étant trop exigeantes soit sur le montant du chiffre d'affaires, soit sur la durée de leur 'expérience' dans le domaine objet du marché". Dans ce cas, comment peuvent faire les PME pour se mettre en avant ?

Un cadre réglementaire pourtant favorable aux PME

Pour tenter de rééquilibrer la balance, des nouvelles dispositions ont été prises dans le Code des marchés publics (CMP) adopté en août 2006. Parmi elles, l'allotissement obligatoire des marchés est une véritable avancée, destinée, selon le Conseil d'État, "à susciter la plus large concurrence entre les entreprises". Une mairie qui a par exemple besoin de 5 000 lampes peut "saucissonner" l'appel d'offres en plusieurs parties : les pieds de lampe, les abat-jour et les ampoules. La dématérialisation est également une mesure favorable aux PME, car elle évite les procédures papier, lourdes et coûteuses. Dématérialisation de la publication des appels d'offres, des dossiers de consultation des entreprises (DCE) et des procédures de réponse sont de sérieux outils, mais encore trop peu utilisés. "La dématérialisation des procédures de réponse concerne moins de 2 % des réponses aujourd'hui ; cela devait être rendu obligatoire d'ici à 2010, mais, vu le retard, ce sera sûrement repoussé", décrit Laurent Blind, de Canéva. Histoire d'aller encore plus loin, le Code contenait une autre disposition : il s'agissait de la possibilité pour l'acheteur public de fixer, dans le cadre de procédures d'appels d'offres restreints, de marché négocié et de dialogue compétitif, un nombre minimal de PME parmi les candidats admis à présenter une offre. Cette mesure conduisait donc à faire de la taille des entreprises un critère de sélection contraire au principe d'égalité. Le 9 juillet, elle a donc été retoquée par le Conseil d'État, qui l'a jugée discriminatoire.

Malgré ses avancées, le Code des marchés publics ne fait pas l'unanimité. "Il complexifie les choses. C'est un code de riches qui s'adresse en priorité aux collectivités territoriales qui ont les moyens d'avoir des services très étoffés. De plus, les PME ne comprennent pas forcément les nouveaux outils. Les nouvelles procédures sont assez peu compréhensibles et demandent du temps", critique Christian Debiève, ancien consultant en achat public.

Des solutions existent, d'autres pourraient être envisagées

La commission Stoléru, qui doit rendre un rapport le 31 décembre, étudie un système qui pourrait ressembler au système américain (voir encadré). Les États-Unis bénéficient en effet de dérogations pour réserver une part des marchés publics aux PME. Mais la voie est difficile et l'issue des négociations en cours à l'OMC (Organisation mondiale du commerce) sur le sujet, incertaine. La France, comme d'autres pays européens, dont l'Allemagne, devrait ne pas profiter de tels avantages. C'est la raison pour laquelle, plutôt que de donner naissance à une loi (small business act), Lionel Stoléru réfléchirait à une structure d'accompagnement des PME, à l'instar de la small business administration américaine.

Dans la pratique, il existe des moyens pour ne pas exclure les PME des marchés publics, comme la lutte contre la fracture numérique, l'accroissement de la dématérialisation, une meilleure information ou la réduction des délais de paiement. Comme l'explique Sarah Pasquier, "il faudrait penser à regrouper les plateformes de dématérialisation, ce que fait déjà la Bourgogne : cela faciliterait la vie des petites entreprises". De son côté, Christian Debiève prône des aides financières : "Nous pourrions penser des versements de primes aux PME pour certaines procédures. Par exemple, certaines petites entreprises perdent parfois une demi-journée ou plus sur le remplissage des dossiers, alors qu'une grande entreprise envoie un de ses commerciaux. Ce temps perdu pourrait être compensé par l'octroi d'une prime." Autre idée développée par d'autres : établir un système de notation. Les entreprises qui répondraient à certains critères, comme l'innovation ou les actions en faveur du développement durable, seraient bien notées et se verraient remporter des commandes publiques. Des moyens judicieux pour contourner le casse-tête.