

JEUNES DU MOIS

Ils jettent un pont entre le public et le privé



Aurélien Tourret,
cocréateur de Caneva.

Dans l'univers grisonnant des marchés publics, le duo fait figure de petits jeunots : 53 ans à tous les deux ! Seulement voilà, Aurélien Tourret et son comparse Laurent Blind connaissent par cœur les subtilités du Code des marchés publics. En trois ans, ce code est devenu leur livre de chevet. En 2006, étudiants à l'EDC à Paris, ils perçoivent tout de suite le fossé qui existe entre le privé et le public. Aurélien est alors en stage chez Carat et gère des budgets pour l'armée et d'autres institutions publiques. Laurent, lui, travaille aux achats au ministère de la Défense. Prix élevés, fournisseurs intouchables... Ils mesurent la défiance et l'incompréhension qui règnent entre ces deux mondes parallèles. Or les opportunités de business sont énormes. La France compte 120 000 acheteurs publics et le marché pèse 150 milliards d'euros, soit 10 % du PIB ! Mais de nombreuses PME préfèrent encore tenter leur chance à l'export plutôt que répondre à des appels d'offres qu'elles estiment parfois « truqués » et trop com-

plexes. C'est pour « tisser des liens » que ces deux pragmatiques créent Caneva en 2007. « Répondre à un marché public, c'est avant tout une démarche commerciale. Comment j'y vais, avec quelle offre, quels objectifs ? », égrène Aurélien, 27 ans. On est alors en pleine campagne présidentielle, le nouveau Code des marchés publics est entré en application, les partenariats public-privé se multiplient. Ça mord tout de suite.

350 entreprises clientes

Caneva analyse les savoir-faire de l'entreprise pouvant faire l'objet d'un marché public, propose des appels d'offres pertinents, et gère tout le suivi. Près de 350 entreprises s'en remettent à la jeune pousse pour remporter la gestion d'une plate-forme téléphonique ou la construction d'un lycée. Le taux de succès est difficile à évaluer. Ce qui est sûr, c'est que grâce aux coups de main de Caneva, les PME osent enfin franchir le Rubicond. « Elles externalisent des tâches à faible valeur ajoutée et chronophages et récupèrent une expertise publique », vante le jeune associé. Ce passionné de courses automobiles voit loin : atteindre 1 million d'euros de chiffre d'affaires d'ici à un an et imposer Caneva comme le pro du public au service du privé. ■ E.S.

Son truc malin

• S'APPUYER SUR LES RÉSEAUX CONSULAIRES POUR SE FAIRE CONNAÎTRE

« Avec la chambre de commerce et d'industrie de Mulhouse, nous avons lancé une offre test de coaching sur les marchés publics. Le but ? Former et conseiller les PME sur leur stratégie en matière d'appels d'offres. La CCI finance nos prestations. Une trentaine de sociétés en ont déjà bénéficié. Nous avons, par ailleurs, rédigé un manuel pratique sur le sujet pour Oséo, qui a été très bien reçu. »

Rubrique réalisée par
« L'Entreprise » et le MouvJee
Comité éditorial :
Jean-Jouls Marrou
et Philippe Flémand
(« L'Entreprise »)
Dominique Restino
et Bénédicte Sanson
(le MouvJee)