

La réglementation en matière de marchés publics a subi quelques évolutions importantes au cours des derniers mois.

Deux faits majeurs sont à noter. Depuis le 1^{er} mai, c'est le retour au seuil des 4 000 euros (au lieu de 20 000) à partir duquel un marché doit être passé avec publicité. Autre changement important, la réorganisation des achats de l'Etat. Explications.



Jacques Barailler, directeur du SAE et Serge Haan, chef de mission régional achats.

Marchés publics : de nouvelles évolutions

Ces changements importants ont des conséquences pour les entreprises qui craignent pour certaines de ne plus pouvoir accéder facilement aux marchés publics. C'est dans ce cadre que la CGPME de l'Aube a organisé une réunion d'information, qui a notamment vu la participation de Jacques Barailler, directeur du SAE, le Service des Achats de l'Etat. Cette nouvelle structure, dépendant directement de Bercy et du ministère du Budget, vise notamment à professionnaliser la fonction achat des services de l'Etat, tant dans les ministères que dans les services décentralisés, en s'inspirant de l'organisation des grandes entreprises. Jacques Barailler a fait toute sa carrière dans le privé, au sein de grandes entreprises industrielles, où il avait en charge la fonction achat. A la tête du SAE, il aura pour mission de « dialoguer en amont avec le prescripteur pour mieux définir ses besoins, et en ayant la connaissance pour cela de ce que les fournisseurs peuvent proposer ». Pour l'Etat, l'objectif est de réaliser une économie d'un milliard d'euros d'ici 2012, sur un périmètre d'achats courants représentant 10 milliards

d'euros. Ainsi, jusqu'à 15 % des marchés de l'Etat seront « massifiés » au niveau national, pour obtenir de meilleurs prix sur les volumes. En revanche, le SAE a aussi pour mission de faciliter l'accès des PME aux marchés publics. Et à ce titre, il s'appuiera sur un chef de mission régional achats. Serge Haan vient tout juste de prendre ses fonctions pour la Champagne-Ardenne, avec pour rôle d'aider les acheteurs des services de l'Etat à préparer leurs marchés mais aussi de faciliter l'accès des PME aux marchés publics, notamment « en recensant l'offre régionale proposée par les entreprises locales ».

Retour au seuil de 4 000 euros

Autre fait marquant, le Conseil d'Etat a annulé les dispositions du décret du 19 décembre 2008 relevant de 4 000 à 20 000 euros le seuil en-deçà duquel un marché public peut être passé sans publicité. Cette annulation a pris effet à compter du 1^{er} mai 2010. Le relèvement du seuil avait été décidé dans le cadre du plan de relance gouvernemental dans un souci

d'allègement des charges administratives des collectivités pour des petits marchés. Certaines entreprises craignent que ce relèvement intervenu suite à une décision juridique, incite les collectivités à utiliser d'autres systèmes, par exemple les achats via l'Ugap, sorte de centrale d'achats de l'Etat, à moins faire appel aux PME locales pour de petits marchés.

Retombées importantes

Localement, les collectivités ou encore les chambres consulaires lancent des marchés publics. Ainsi, la CCI a lancé en 2009 des marchés pour un montant total de 9,5 millions d'euros. Le Conseil général investit 100 millions d'euros par an. Environ 230 entreprises aubois ont été attributaires de ses marchés en 2009, soit un pourcentage de 62 % du total. La part des entreprises aubois a tendance à diminuer, puisqu'elle était de 75 % en 2007. Mais la concurrence est vive et la loi interdit de favoriser les candidats locaux pour préserver l'égalité des chances dans les marchés publics.