



# **ENQUÊTE AUPRÈS DES ENTREPRISES**

## **POUR UN USAGE SIMPLIFIÉ DE L'ACCÈS DIGITAL À LA COMMANDE PUBLIQUE**





# POUR UN USAGE SIMPLIFIÉ DE **L'ACCÈS DIGITAL** À LA COMMANDE PUBLIQUE

## Contexte

Les marchés publics constituent un véritable effet de levier en faveur du développement économique et des territoires. La commande publique couvre près de 71 milliards d'euros de dépenses chaque année, et est représentée par 130 000 acheteurs environ. À la Réunion, le montant de la commande publique est d'environ 1,2 milliard d'euros en 2020 pour environ une centaine d'entités acheteuses. Aujourd'hui, l'ensemble des autorités nationales et locales plaident, dans un contexte de tension de l'économie et de l'emploi, pour une meilleure performance de l'achat public, et pour une prise en compte de l'offre de proximité.

## Constats

Depuis le 1er octobre 2018, l'ensemble des acheteurs publics doit diffuser sur un profil acheteur, les éléments relatifs à leurs marchés de plus de 40 000 € HT. Chaque acheteur doit choisir une plateforme, qu'elle soit commerciale ou institutionnelle, pour la dématérialisation de ses marchés. Ce choix est donc forcément spécifique pour chaque acheteur.

L'obligation de publier les consultations sur les plateformes réglementaires a conduit à une multiplicité de plateformes, qui appartiennent à deux grandes catégories :

- Les plateformes privées : achatpublic.com, AWS-Achats, etc ...
- Les plateformes institutionnelles : Place, Territoires Numériques Bourgogne-Franche-Comté, Maximilien (Ile-de-France), Mégalis (Bretagne), Demat-Ampa (Nouvelle-Aquitaine).

Ces plateformes permettent l'échange d'informations entre acheteurs et fournisseurs dans le cadre des consultations (mise à disposition de dossiers de consultation, remise d'offres électroniques, publication des données essentielles des marchés, etc.).

Mais cette situation actuelle souffre de deux limites évidentes en termes de partage utile de données ouvertes :

• **La dissémination de l'information** : les entreprises souhaitant s'ouvrir de nouveaux débouchés commerciaux sont donc obligées d'agréger des données provenant d'un nombre significatif de sources. Les résultats de notre enquête le montrent explicitement. Par ce manque de centralisation, l'accès à la commande publique se trouve complexe pour les entreprises (connaître tous les sites, avoir des comptes et mots de passe nombreux, etc...); il leur est impossible d'avoir une vue d'ensemble des marchés conclus sur un territoire donné, sans au préalable se procurer l'ensemble des renseignements auprès de chaque profil acheteur.

• **Un canal de communication** strictement limité aux échanges encadrés par une consultation déterminée, avec un seul acheteur : les entreprises ne peuvent que se procurer des documents (DCE du marché) et présenter leurs réponses (offres), au travers du profil d'acheteur.

Il ne s'agit que d'outils au service des marchés déjà lancés, et qui ne permettent absolument pas le développement de l'ancrage territorial de la commande publique, à savoir :

- 1 • Sourcing, référencement, présentation de solutions, innovation... pour relier l'offre et la demande territoriale.
- 2 • Connaissance du prévisionnel de la commande publique pour permettre aux acteurs économiques de monter en compétences et/ou investir afin d'être compétitif.
- 3 • Exploitation de données relatives à l'attribution de la commande publique pour permettre de mesurer la maximisation des retombées économiques, sociales et environnementales pour le territoire.

## Enjeux

Face à ce contexte et à ces constats, le HCCP a souhaité dans le cadre du Groupe de Travail 4 « Accès à la commande publique des TPE/PME », organiser une enquête intitulée « La relance de l'économie via la commande publique » auprès des ressortissants des chambres consulaires (CCIR, CMAR, CAR) pour comprendre leurs habitudes et besoins quant aux usages digitaux d'accès à la commande publique.

En effet, l'enjeu perçu par les groupes de travail du HCCP est de simplifier et renforcer l'accès des TPE PME, aux 3 temps de l'information de la commande publique :

### EN AMONT

#### Programmation des marchés à venir

Permettre aux entreprises d'anticiper les réponses, les plans de charges, les formations, les investissements et les éventuels groupements d'entreprises

### PENDANT

#### Publicité en cours

Centraliser les annonces de marché en cours des entités publiques réunionnaises pour simplifier l'accès des entreprises à ces consultations

### APRÈS

#### Marchés attribués

Répondre à une exigence de transparence des marchés publics en partageant les données des achats publics sur le territoire en permettant de plus une évaluation quantitative et qualitative des attributions. Cette cartographie de la commande publique est essentielle pour poser, construire et animer une stratégie du bon achat responsable, répondant à l'article L2111-1 du code de la commande publique : « La nature et l'étendue des besoins à satisfaire sont déterminées avec précision avant le lancement de la consultation en prenant en compte des objectifs de développement durable dans leurs dimensions économique, sociale et environnementale. »

Cette enquête va permettre en premier lieu de poser une préfiguration pour un projet de plateforme régionale de la commande publique, porté par les donneurs d'ordre publics volontaires, avec des **données ouvertes, centralisées et intelligibles** ; dans un but de simplification, d'accessibilité renforcée pour les TPE/PME et d'ancrage territorial de la valeur ajoutée.

**Le Président du HCCP**  
**Dominique VIENNE**

# RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE LA RELANCE DE L'ÉCONOMIE VIA LA COMMANDE PUBLIQUE

(réalisée du 10 au 25 juin 2021)



# Les enseignements de l'enquête réalisée auprès de 249 entreprises réunionnaises

Quelques mots sur l'enquête. Celle-ci a été réalisée durant 15 jours en juin 2021 par les services de la chambre des métiers et de l'artisanat de La Réunion et le Pôle Observatoire Etudes Data de la CCI Réunion, en concertation avec le HCCP, sur la base d'un questionnaire conçu par les chambres consulaires (CCIR, CMAR, CAR) et le HCCP. 249 entreprises y ont répondu, à majorité (90%) des TPE (0 à 9 salariés), seules 8% employant 10 à 49 salariés. Ces entreprises appartiennent au secteur du BTP (27%), prestations de service (24%), denrées alimentaires (17%) et autres secteurs tels que loisirs et événementiel (14%). Les questions portaient sur l'accès à la commande publique, la formation à la réponse aux marchés, la détection des appels d'offres, la dématérialisation, la mise à disposition d'une plateforme unique d'appels d'offre à La Réunion. Voici une synthèse des principaux enseignements de cette enquête.

## #1

LES FREINS  
À LA RÉPONSE  
AUX MARCHÉS

### Concernant les entreprises qui n'ont jamais répondu à un marché public :

La méconnaissance des différents achats publics est le frein le plus cité (49% des réponses) suivie de la difficulté à se faire connaître des acheteurs publics et à trouver des commandes adaptées à l'entreprise. L'absence de communication avec les acheteurs est également citée dans 31% des réponses.

## #2

LES  
DIFFICULTÉS  
RENCONTRÉES

### Concernant les entreprises qui ont déjà répondu à un marché public :

C'est la complexité des procédures qui est la réponse la plus citée (49%) suivi des capacités financières de l'entreprise (46%). Notons que la rédaction des réponses aux marchés est également une difficulté fréquemment rencontrée (39% des réponses).

- **La réponse à ces difficultés pourrait être trouvée dans la formation** : 59% des entreprises expriment le besoin de suivre une formation pour répondre à la commande publique locale.

### Focus - L'appropriation des outils numériques en matière d'achat public.

47% des entreprises se disent à l'aise avec les outils numériques mais 53% d'entre elles considèrent que leur appropriation est moyenne (43%) voire mauvaise (10%). Les raisons invoquées pour les entreprises qui considèrent « moyenne » leur appropriation : la difficulté à utiliser les plateformes internet et profils acheteur, la facturation électronique (CHORUS), l'appropriation des outils numériques.

## #3

LES  
USAGES

L'enquête révèle que 54% des entreprises réunionnaises interrogées vont sur internet pour repérer les annonces de marchés publics et que 31% utilisent les plateformes institutionnelles ou privées comme PLACE, AWS-ACHAT, BOAMP. Quant aux autres sources de repérage des annonces l'enquête montre que 28% des entreprises détectent les appels d'offres en lisant la presse locale ou bien directement (29%) auprès des acheteurs, chambres consulaires et organismes professionnels.

## #4

LES  
ATTENTES

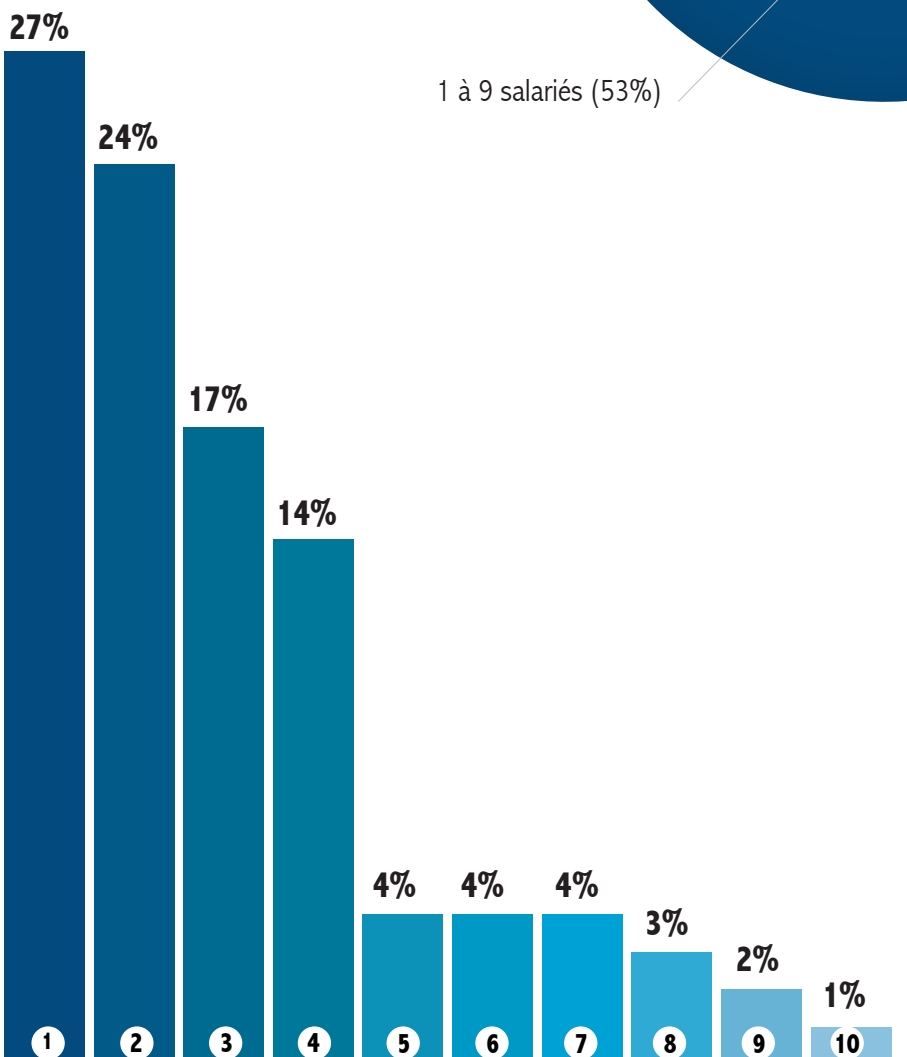
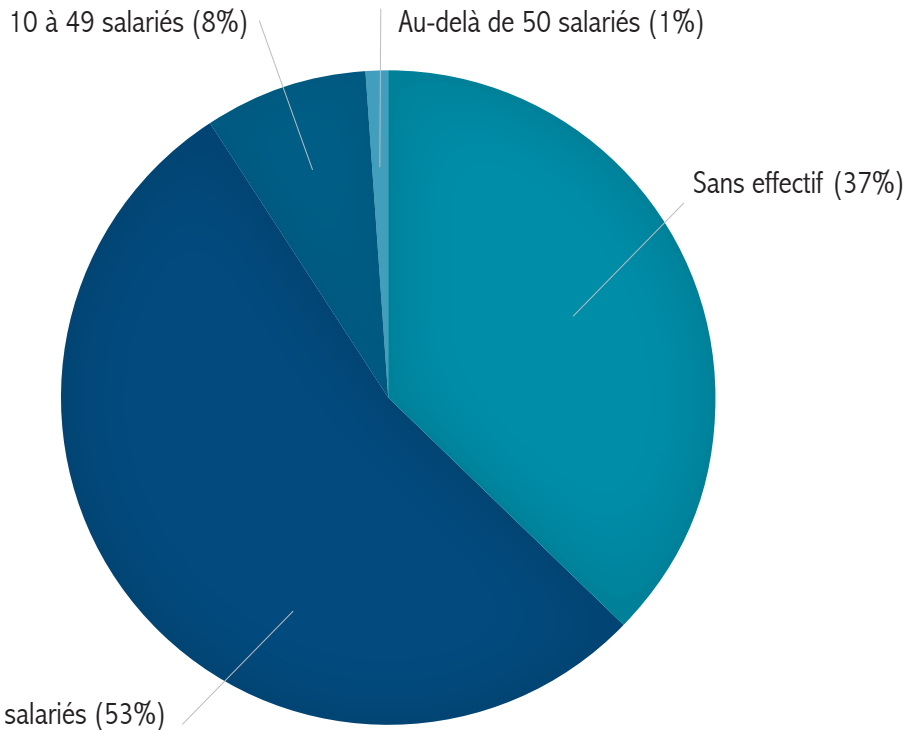
Les entreprises interrogées sur leurs attentes dans le cas d'une création d'une plateforme internet unique à la Réunion placent en priorité le critère « Disposer d'un lieu unique de recherche d'appels d'offres ». Viennent ensuite des attentes en matière de visibilité des données des marchés attribués localement et également de visibilité des achats prévisionnels pour présenter leurs activités aux acheteurs publics.

# PROFIL DES RÉPONDANTS

## TAILLE DE L'ENTREPRISE

NOMBRE DE  
RÉPONDANTS  
À L'ENQUÊTE

249



## DOMAINE D'ACTIVITÉ DES ENTREPRISES

- 1 Bâtiments et Travaux Publics
- 2 Prestations de service
- 3 Denrées alimentaires et restauration collective
- 4 Autre\*
- 5 Prestations intellectuelles
- 6 Matériel et fournitures
- 7 Mobilité et transport
- 8 Numérique et informatique
- 9 Formation professionnelle
- 10 Énergie et fluides

\*Autre : Import, loisirs, événementiel, fabrication...

# L'ACCÈS À LA COMMANDE PUBLIQUE

## VOTRE ENTREPRISE A-T-ELLE DÉJÀ RÉPONDU À UN MARCHÉ PUBLIC ?



**PARMI «NON» LES PRINCIPAUX FREINS POUR RÉPONDRÉ À UN MARCHÉ PUBLIC SONT :**

**49%** Méconnaissance des différents achats publics

**43%** Difficultés à se faire connaître des acheteurs publics (Etat, Collectivités territoriales, hôpitaux, organismes publics...)

**41%** Difficultés à trouver des commandes adaptées à l'entreprise

**31%** Absence de communication entreprises/acheteurs

**PARMI «OUI» LES PRINCIPALES DIFFICULTÉS RENCONTRÉES POUR RÉPONDRÉ À UN MARCHÉ PUBLIC SONT :**

**49%** Complexité des procédures

**46%** Capacités financières

**39%** Rédaction des réponses aux appels d'offres

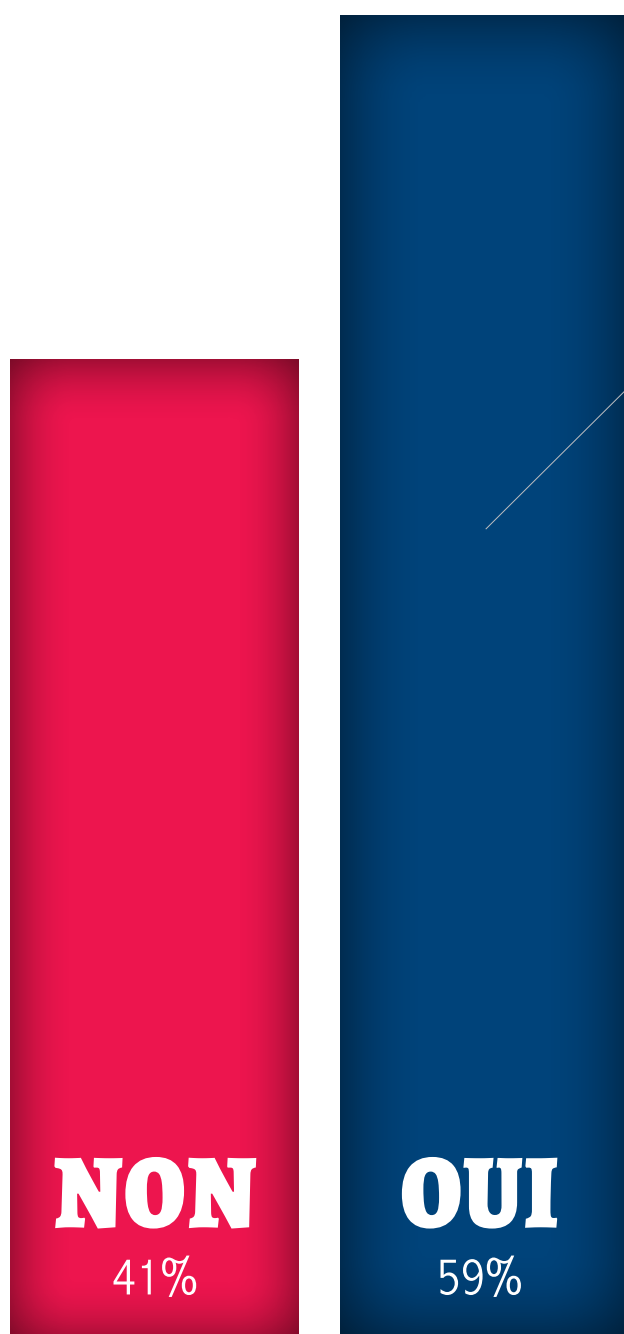
**24%** Difficultés de compréhension des documents administratifs et techniques

La totalité est supérieure à 100% en raison des réponses multiples

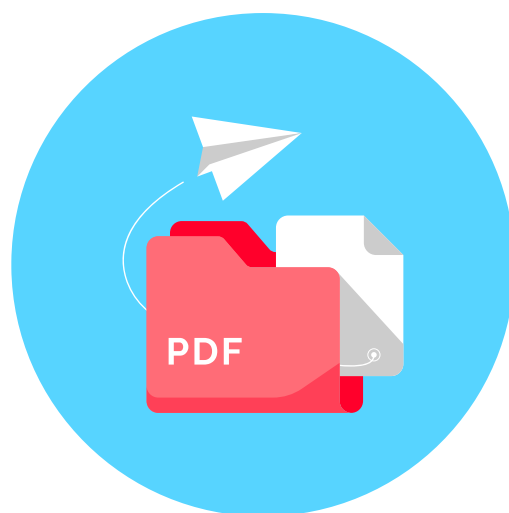


# LA FORMATION DES ENTREPRISES

**AVEZ-VOUS UN BESOIN EN FORMATION POUR RÉPONDRE  
À LA COMMANDE PUBLIQUE LOCALE ?**



**59%**  
DES ENTREPRISES  
EXPRIMENT UN BESOIN  
EN FORMATION À LA  
COMMANDE PUBLIQUE





# LA DÉTECTION DES APPELS D'OFFRES

## QUELLES SOURCES UTILISEZ-VOUS POUR REPÉRER LES ANNONCES DE MARCHÉ QUI VOUS CONCERNENT ?

(UNE OU PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES)

54%

Vous recherchez sur **INTERNET**

31%

Vous consultez des sites de **publication et profils acheteurs** BOAMP, PLACE, AWS-ACHAT, ... Vous êtes abonné à une société privée pour recevoir une veille et des alertes

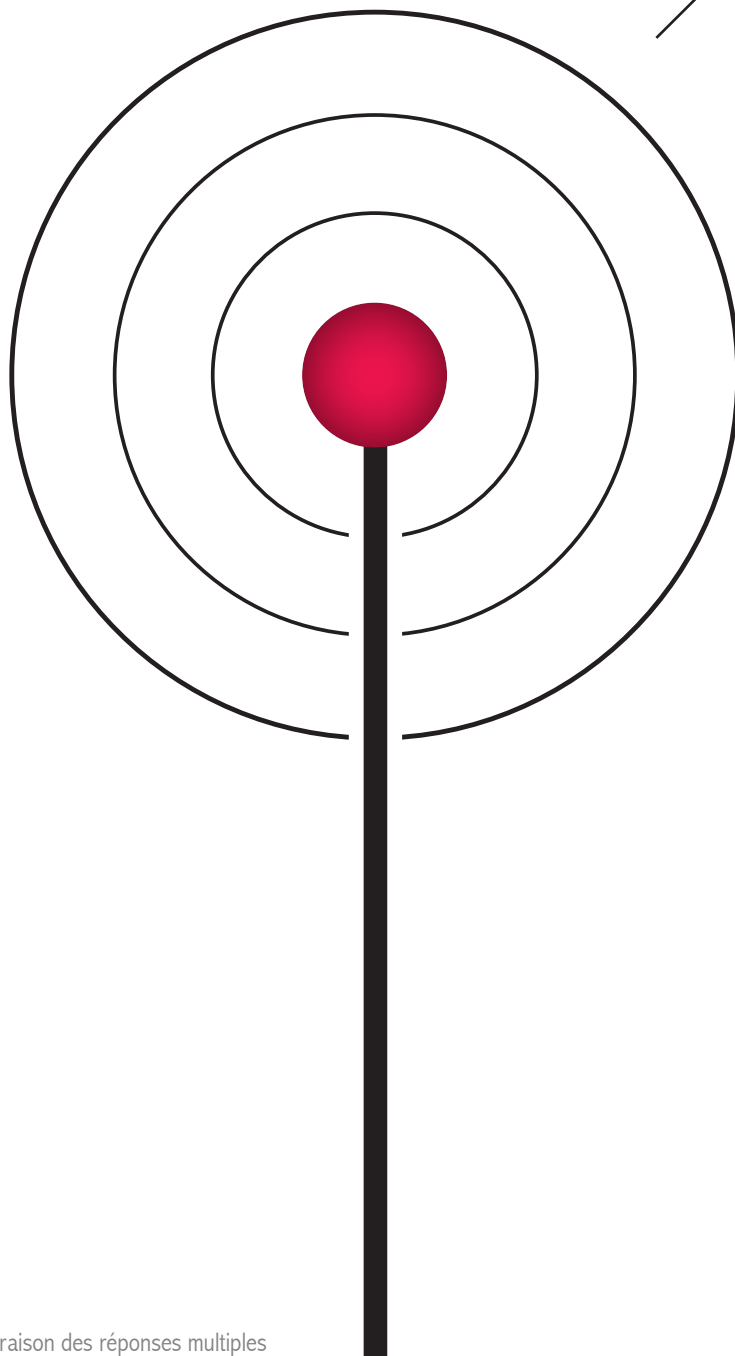
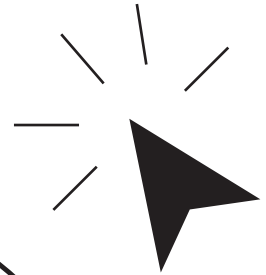
29%

Vous recevez l'information **directement de certains acheteurs publics**, chambres consulaires et/ou organisations professionnelles

28%

Vous lisez la presse locale

Le total des réponses est supérieur à 100% en raison des réponses multiples



# LA DÉMATÉRIALISATION

LA DÉMATÉRIALISATION EST OBLIGATOIRE  
DANS LES APPELS D'OFFRES PUBLICS.

QUEL EST VOTRE NIVEAU D'APPROPRIATION DES OUTILS NUMÉRIQUES ?



**47%**

**BON**



**44%**

**MOYEN**



**10%**

**MAUVAIS**

Les difficultés rencontrées selon le niveau d'appropriation des répondants

Zoom sur un niveau appropriation jugé « **MOYEN** »

**37%** L'utilisation des plateformes internet / profil d'acheteur

**32%** La facturation électronique (CHORUS PRO)

**25%** Les outils numériques

**6%** Autre

Zoom sur un niveau appropriation jugé « **MAUVAIS** »

**35%** Les outils numériques

**35%** La facturation électronique (CHORUS PRO)

**27%** Utilisation des plateformes internet / profil d'acheteur

**3%** Autre

En raison des arrondis appliqués au % supérieur, il est possible de constater des écarts de 1 point

# LES ATTENTES DES ENTREPRISES

DANS LE CAS DE LA CRÉATION D'UNE PLATEFORME INTERNET UNIQUE, QUELLES SERAIENT SELON VOUS LES FONCTIONS PRIORITAIRES ?

**CONSIGNE :** NOTEZ DE 1 À 5 (1 : étant le plus prioritaire et 5 : le moins prioritaire)

**CRITÈRES LES PLUS IMPORTANTS** ( $\geq$  à 2,5)

4,1

Disposer d'un lieu unique de recherche d'appels d'offres

2,8

Visibilité des données des marchés attribués localement

2,6

Visibilité des achats prévisionnels, pouvoir présenter l'activité de l'entreprise aux acheteurs publics

1,9

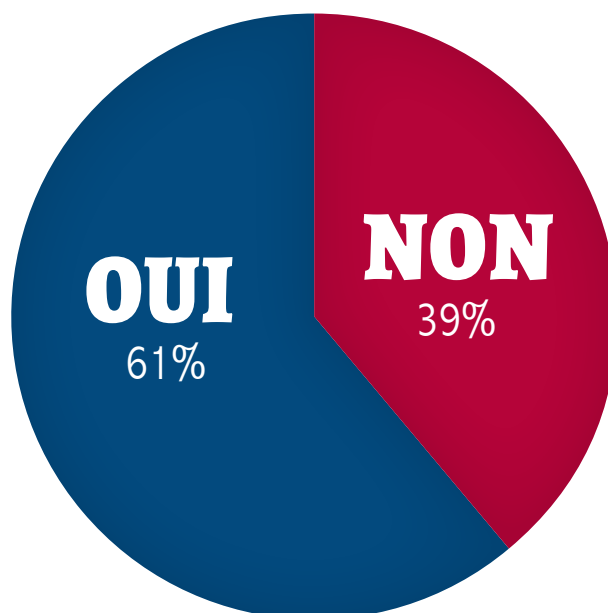
Informations réglementaires sur la commande publique

1,8

Visibilité des offres de formation de la commande publique

# LA PARTICIPATION DES ENTREPRISES

**SERIEZ-VOUS INTÉRESSÉ D'ÊTRE CONTACTÉ POUR PARTICIPER AUX ÉVÈNEMENTS LIÉS À LA COMMANDE PUBLIQUE LOCALE ?**



**61%**

**des entreprises sont intéressées pour participer à des événements liés à la commande publique**

# ENQUÊTE AUPRÈS DES ENTREPRISES POUR UN USAGE SIMPLIFIÉ DE L'ACCÈS DIGITAL À LA **COMMANDE PUBLIQUE**

## RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE LA RELANCE DE L'ECONOMIE VIA LA COMMANDE PUBLIQUE

réalisée du 10 au 25 juin 2021

Traitement PÔLE Observatoire Etude Data - CCI REUNION EDITION LE 29/06/2021

