

# *Livre blanc*

Faire de l'accessibilité des données  
un levier d'amélioration de la commande  
publique à La Réunion

## **'accessibilité numérique de la commande publique (ANCP)**

Décembre 2022



## *Livre blanc*

# **L'accessibilité numérique de la commande publique (ANCP).**



Publication pilotée par le groupe thématique  
« Accès des TPE-PME à la commande publique »

# sommaire.

## propos introductifs.

|  |          |  |           |
|--|----------|--|-----------|
| * <b>Préambule</b> .....                 | <b>6</b> | * <b>Qui sommes-nous</b> .....                   | <b>16</b> |
| * <b>Éditos</b> .....                    | <b>8</b> | - HCCP : Quelle valeur ajoutée pour La Réunion ? |           |
| - Le Président du HCCP de La Réunion     |          | - 8 Groupes Thématiques                          |           |
| - Le Préfet de La Réunion                |          | - Paroles de membres                             |           |
| - Le Conseil Régional de La Réunion      |          |  |           |
| - Le Conseil Départemental de La Réunion |          |  |           |

## 1 panorama.

|   |           |
|---|-----------|
| 1.1 Des données morcelées.....                    | <b>26</b> |
| 1.2 Des entreprises réunionnaises en demande..... | <b>28</b> |
| 1.3 Des initiatives dans les territoires .....    | <b>30</b> |

## enjeux.

# 2

|  |           |
|--|-----------|
| 2.1 Amont : pour mieux programmer les besoins et les réponses.....               | <b>38</b> |
| 2.2 Pendant : pour faciliter et démocratiser l'accès à la commande publique..... | <b>42</b> |
| 2.3 Aval : pour évaluer les pratiques et les politiques publiques .....          | <b>48</b> |

## attentes.

# 3

|  |           |
|--|-----------|
| 3.1 Ils sont acheteurs publics à La Réunion .....            | <b>52</b> |
| 3.2 Ils sont chefs d'entreprises à La Réunion .....          | <b>58</b> |
| 3.3 Ils sont acteurs nationaux de la commande publique ..... | <b>62</b> |

## annexes.

|  |            |
|--|------------|
| Panorama des portails publics d'achat à La Réunion (cf. annexe 1) .....  | <b>70</b>  |
| Enquête auprès des entreprises « Pour un usage simplifié de l'accès digital à la commande publique » (cf. annexe 2) .....                                | <b>73</b>  |
| Étude sur les pratiques des acheteurs en matière d'accès des TPE-PME à la commande publique, d'achats innovants et d'achats durables (cf. annexe 3)..... | <b>86</b>  |
| Liste des données essentielles - Concessions (cf. annexe 4).....   | <b>102</b> |
| Liste des données essentielles - Marchés publics (cf. annexe 5) .....  | <b>103</b> |

# préambule.

**71** milliards d'euros de dépenses publiques sont réalisées chaque année par

environ 130 000 acheteurs. À l'échelle nationale, la commande publique est ainsi un levier économique majeur. Localement, l'enjeu est d'en faire un outil au service du développement des territoires. C'est d'autant plus vrai sur un territoire insulaire comme La Réunion.

Sur notre île, la commande publique représente près de 1,4 milliard d'euros par an, soit presque 10 % du PIB réunionnais (19,15 milliards d'euros en 2021), pour une centaine d'entités acheteuses. Notre objectif et notre intérêt commun sont clairs : renforcer l'effet multiplicateur de la dépense publique. Pour ce faire, chaque euro investi par la force publique doit demeurer plus longtemps sur le territoire et circuler entre les différents acteurs économiques.

Afin d'y parvenir, il nous faut rendre la commande publique plus efficace et plus efficiente. Pour les donneurs d'ordre, il s'agit alors de trouver des entreprises locales en mesure de répondre aux marchés et de livrer une prestation qui soit compétitive

et conforme aux attentes tout en adaptant les délais de paiement à la réalité des TPE-PME réunionnaises. Pour les entreprises, l'objectif est d'être en mesure de répondre aux marchés, de fournir la prestation demandée dans les délais impartis et plus largement de faire de la commande publique un relais de croissance et de développement.

Parmi les principaux leviers à activer pour améliorer l'efficacité de la commande publique, la numérisation puis l'accessibilité des données sont probablement ceux qui bénéficient du plus gros potentiel. Car il ne s'agit pas seulement de recueillir et de publier en open data une masse de données difficilement accessibles et déchiffrables, mais bien de mettre en place les outils et conditions pour que ces données soient disponibles, lisibles, consultées et in fine utiles aux acteurs de la commande publique, les donneurs d'ordre comme les entreprises.

## L'objectif est de simplifier la commande publique, notamment pour les TPE/PME

Conscientes des enjeux liés à l'accessibilité des données de la commande publique, des régions hexagonales (plusieurs exemples sont cités dans ce Livre Blanc) ont concrétisé des projets permettant une meilleure accessibilité aux données de la commande publique sur leurs territoires.

Parallèlement, l'État, par le Ministère de l'Économie, des Finances et de la Relance (MEFR), a initié un Plan de Transformation Numérique de la Commande Publique (PTNCP 2018-2022) pour permettre une complète dématérialisation de la chaîne d'un marché public. À l'issue d'un cycle d'ateliers, le projet de Transformation Numérique de la Commande Publique (TNCP) 2020-2022 a été élaboré.

Il doit permettre de rendre les profils d'acheteur (plateformes de consultation et de passation des marchés) interopérables entre eux ainsi qu'avec les autres systèmes d'information de la chaîne de la commande publique (sourcing, gestion financière, contrôle, archivage).

L'objectif est de simplifier la commande publique, notamment pour les TPE/PME, en proposant une offre de services numériques permettant une complète dématérialisation de la chaîne du marché public, depuis la recherche de fournisseurs pour l'acheteur jusqu'à l'archivage électronique d'un marché réceptionné, en passant par les phases de publicité, de passation, d'exécution et de suivi financier.

La question est désormais de savoir comment, en territoires, les différents acteurs parviendront à s'approprier les outils mis en place par la puissance publique afin de valoriser les données de la commande publique réunionnaise en la rendant compréhensible, accessible et donc facilement exploitable. Ce Livre Blanc est un premier pas et exprime cette volonté. Il revient maintenant aux acteurs de la commande publique de se l'approprier et de le faire fructifier pour en faire le pivot stratégique d'une commande publique à la fois plus performante et plus responsable. Merci à tous ceux qui ont accepté d'y contribuer.



# éditos.



**Dominique VIENNE**  
Président du Haut Conseil  
de la Commande Publique  
de La Réunion

**A**tteignant près de 1,4 milliard d'euros par an à La Réunion, soit près de 10 % de son PIB en 2021, la commande publique représente un unique et formidable levier de croissance socio-économique pour notre territoire insulaire.

Véritable atout, la dépense publique est loin d'être un dispositif technocratique, bien au contraire, elle est un acte structurant d'investissement public, créateur de valeur, d'opportunités et d'emplois.

Afin que la force publique apporte une réelle valeur ajoutée à l'économie réunionnaise et l'aide à relever ses défis structurels et conjoncturels, il en va de la responsabilité de chaque acteur de l'écosystème - acheteurs, institutions partenaires, entreprises, organismes de formations, etc... - d'agir dans cet intérêt commun, pour l'avenir de toute.s les Réunionnais.e.s.

En ce sens, la territorialisation de la commande publique est un objectif partagé par l'ensemble des partenaires du HCCP et notamment des donneurs d'ordres. L'objectif est que l'acte d'achat impacte positivement le territoire et que les entreprises réunionnaises, principalement les TPE/PME, puissent obtenir une part plus importante des marchés proposés par les collectivités et les services publics locaux.

Concrètement, il s'agit de faciliter l'accès à la commande publique aux entreprises afin qu'elles puissent bénéficier de ce levier. Dès 2020, le HCCP, guidé par la mutualisation des ressources, a défini comme prioritaire le projet de création d'une plateforme permettant l'accès numérique aux données de la commande publique.

## L'objectif est que l'acte d'achat demeure un acte local et que les entreprises réunionnaises principalement les TPE/PME puissent obtenir une part plus importante des marchés proposés...

Cette plateforme aura trois objectifs connexes et permettra aux acheteurs de diffuser toutes les informations concernant leurs marchés aux différents stades d'avancement :

- «En amont» : meilleure programmation des besoins et des réponses. Cruciale dans le processus d'appels d'offres publics, cette phase permet à l'ensemble des acteurs économiques concernés de s'inscrire dans le temps long. Elle améliore la transparence, l'équité et plus globalement la confiance ; des notions essentielles pour garantir un climat d'affaires serein.
- «Pendant» : démocratisation et facilité d'accès à la commande publique. Cette phase décisive comprend l'ensemble des contraintes réglementaires et couvre trois grandes étapes, la publicité, la consultation et l'attribution.
- «En aval» : évaluation des pratiques et des politiques publiques. Cette dernière phase suit l'attribution du marché public. Son enjeu est capital, car il s'agit de rendre librement accessibles et consultables les données essentielles de la commande publique, préalablement collectées. Ces données pourront être utilisées à des fins d'évaluation des bonnes (et moins bonnes) pratiques en matière de commande publique et permettront d'envisager, si nécessaire, des ajustements voire des mesures correctives.

Ce Livre Blanc, présenté aux différents partenaires de la commande publique à l'occasion du comité plénier du HCCP du 14 décembre 2022, offre aux entreprises des pistes de lisibilité et de visibilité de l'investissement public.

Véritable outil de sensibilisation ayant vocation à être enrichi par la pratique, ce premier opus est à la disposition des donneurs d'ordre publics, des chambres consulaires et des syndicats professionnels pour être partagé avec l'ensemble de leurs communautés.

Pérenniser une commande publique responsable et durable et en maximiser les retombées économiques et sociales au profit de notre région, telle est la double vocation du HCCP, composé de ses 500 membres.



**Jérôme FILIPPINI**  
Préfet de La Réunion

**I**nstance d'intelligence collective et de concertation territoriale, le Haut Conseil de la Commande Publique (HCCP) de La Réunion a pour objectif de faire de la commande publique un levier de développement socio-économique responsable, durable et résilient, d'où ses quatre missions principales :

- faciliter la mise en réseau des acteurs publics et privés de la commande publique réunionnaise,
- mutualiser les ressources de ces acteurs et celles disponibles en dehors du réseau,
- améliorer la performance de la commande publique à La Réunion,
- maximiser les retombées économiques, sociales et environnementales au profit de son écosystème.

Créé en 2010 puis relancé fin 2019 par la ministre des Outre-mer, la gouvernance du HCCP de La Réunion s'appuie sur trois instances de dialogue destinées à favoriser le partage d'expériences et la réalisation de travaux en commun ainsi que des actions de prospective : un comité technique, un comité plénier et huit groupes thématiques (GT).

De tous temps mais plus particulièrement en cette période critique de crises qui se succèdent, on constate une forte demande des élus et des acheteurs publics locaux pour que les TPE et PME accèdent plus largement à leurs marchés, ceux-ci constituant un vecteur essentiel de soutien à l'économie locale. C'est pourquoi un groupe thématique a été créé pour travailler sur « l'accès des TPE/PME à la commande publique » ; animé par la Chambre des Métiers et de l'Artisanat (CMA) et l'association SBA (Stratégie du Bon Achat), il a pour objectif d'encourager l'accès des très petites entreprises (TPE) et des petites et moyennes entreprises (PME) à la commande publique et de recenser les principaux freins, les leviers et les bonnes pratiques.

# La Réunion... se lance dans un projet de création d'une plateforme unique



Un des thèmes abordés par ce groupe thématique dit GT4 concerne la visibilité de la commande publique, l'objectif étant d'améliorer l'accès des entreprises aux informations sur les marchés existants ou à venir. Une des actions privilégiées dans ce domaine consiste à développer une plateforme dématérialisée de toutes les offres existantes sur le territoire réunionnais, une plateforme qui puisse être un point d'entrée régional unique à la commande publique.

Afin de faciliter la vie de leurs entreprises et de leurs acheteurs publics, certaines régions françaises ont, d'ores et déjà, mis en place de telles plateformes. L'État, pour sa part, a élaboré au niveau national le projet TNCP (Transformation Numérique de la Commande Publique), qui vise à dématérialiser totalement la chaîne de la commande publique. Ce projet est porté par la Direction des Affaires Juridiques (DAJ), la Direction des Achats de l'État (DAE) et l'Agence pour l'Informatique Financière de l'État (AIFE), en concertation avec l'ensemble des acteurs de la commande publique, privés (éditeurs, opérateurs économiques) comme publics (acheteurs).

Les membres du HCCP ont souhaité que La Réunion s'inspire de ces différentes expériences et se lance dans un projet de création d'une plateforme unique en lieu et place de la centaine de places de marché existantes.

Le Livre Blanc, rédigé avec la contribution de nombreux acteurs qui ont accepté de témoigner - qu'ils en soient remerciés ici - permet de poser les bases de ce projet d'avenir. Il appartient désormais aux membres du HCCP, accompagnés des collectivités favorables à la réalisation de cette plateforme, de la mettre en œuvre.



**Huguette BELLO**  
Présidente  
de la Région Réunion

**T**ransition écologique, digitalisation de l'économie, évolution démographique et sociale... La Réunion doit faire face d'ici à la prochaine décennie à des défis de premier plan qui nous rappellent l'impérieuse nécessité d'adapter notre modèle de développement et de conforter le tissu entrepreneurial réunionnais.

C'est dans cet esprit que la Région Réunion entend mettre en place un nouveau plan régional de développement économique, « la nouvelle économie ». Ce plan fixe un cap clair et fait de l'achat public un puissant outil au service du développement économique pour mobiliser les TPE et les PME réunionnaises qui sont les forces vives de notre économie.

Tous nos efforts seront mobilisés pour faire de la commande publique régionale un puissant levier du développement économique territorial aux côtés des autres dispositifs classiques de soutien aux entreprises.

La planification des achats, l'approfondissement de la connaissance du potentiel économique et le renforcement de l'information sont autant d'éléments indispensables à un processus régional d'achat public performant et efficace.

Je veillerai à ce que la Région Réunion soit au rendez-vous de la commande publique pour notre territoire.

**La Région Réunion  
entend mettre en  
place un nouveau  
plan régional de  
développement  
économique,  
« la nouvelle  
économie ».**



**Cyrille MELCHIOR**  
Président du Conseil  
Départemental  
de La Réunion

**L**e développement de La Réunion passe singulièrement par le soutien à nos entreprises et à notre tissu économique local. Notre économie crée des richesses, développe l'emploi et améliore le niveau de vie des Réunionnaises et des Réunionnais.

De ce fait, elle œuvre au bon équilibre de la société réunionnaise.

Au travers de ses marchés publics, la collectivité départementale est un acteur majeur de cette politique et les achats publics participent à cette dynamique.

Le Département investit chaque année autour de 140 millions d'euros de commande publique dans l'économie réunionnaise et amplifie son action en mettant en œuvre de multiples dispositifs d'allotissement et de simplification au sein de ses marchés pour d'une part faciliter l'accès à sa commande publique et d'autre part pour renforcer la trésorerie des entreprises par des avances importantes et des délais de paiement réduits.

La commande publique assume aujourd'hui un rôle social et environnemental éminents. À travers nos politiques, nos achats sont responsables, résolument tournés vers le développement et la construction durables, et surtout, ils contribuent au développement social du territoire grâce à des clauses d'insertion créatrices d'emplois pour nos concitoyens.

Ces mesures n'ont d'impact que si elles sont connues de tous. C'est pourquoi la communication et le partage de données vers les entreprises locales sont primordiaux pour qu'elles soient nombreuses à bénéficier de la commande publique départementale.

**Le Département investit chaque année autour de 140 millions d'euros de commande publique dans l'économie réunionnaise**



éditos



# qui sommes-nous ?

**E**n 2019, la Ministre des Outre-Mer, Annick Girardin, et le Préfet de La Réunion, Jacques Billant, ont souhaité renouveler la dynamique des missions du HCCP. Celle-ci s'est matérialisée par une nouvelle présidence, confiée à Dominique Vienne, et l'élaboration d'une nouvelle feuille de route, avec un double objectif prioritaire.

**1.** Pérenniser une commande publique responsable et durable.

**2.** Maximiser les retombées économiques et sociales pour les territoires.



## Les origines

Créé en 2010 par le Préfet de La Réunion Michel Lalande et présidé par Madame Margie Sudre, le Haut Conseil à la Commande Publique (HCCP) avait orienté ses premiers travaux sur trois sujets :

- les aspects programmatiques de la commande publique ;
- la formation des acteurs de la commande publique (acheteurs/entreprises) ;
- les aspects liés à l'environnement des affaires (mesures sociales, offre anormalement basses...).

## HAUT CONSEIL À LA COMMANDE PUBLIQUE : QUELLE EST SA VALEUR AJOUTÉE POUR LA RÉUNION ?

Cette instance d'intelligence collective et de concertation territoriale fédère 500 acteurs publics et privés (issus de 189 organismes) qui constituent l'écosystème de la commande publique à La Réunion. On y retrouve :

- Les donneurs d'ordre publics : collectivités territoriales, fonction publique d'État et hospitalière,
- Les donneurs d'ordre privés,
- Les opérateurs et les partenaires de la commande publique : les chambres consulaires (CCIR, CMA, CA) et le Centre National de la Fonction Publique Territoriale (CNFPT),
- Les organisations professionnelles et syndicales,
- Les administrations,
- Les instances de représentations citoyennes.

Précisons par ailleurs que l'existence et le rôle du HCCP entrent en cohérence avec les recommandations du Livre bleu Outre-mer, document contenant l'ensemble des travaux réalisés au cours des Assises des Outre-mer organisées entre octobre 2017 et mars 2018.



# Ces observatoires inciteront à la signature d'une charte de Stratégie du Bon Achat dans chaque territoire

Parmi les ambitions affichées dans le Livre bleu Outre-mer, on distingue la volonté de « Faire de la commande publique un levier d'investissement au profit des territoires » (Chapitre 14 : Des collectivités territoriales accompagnées) en s'appuyant sur trois piliers d'une stratégie globale de la commande publique :

- **anticiper** pour mieux connaître le tissu économique et les besoins des collectivités ;
- **adapter** les usages, afin notamment de rendre équitable entre toutes les entreprises l'accès à la commande publique ;
- **ancrer** la commande publique sur le territoire.

Dans ses recommandations, le Livre bleu Outre-mer appelle à « constituer des observatoires régionaux de la commande publique associant l'ensemble des acteurs relevant du secteur public, mais aussi du monde économique ». Les travaux de ces observatoires recouvrent les délais de paiement, la performance économique de la commande publique, les clauses environnementales et sociales, et l'accès des TPE et PME à la commande publique. « Ces observatoires inciteront à la signature d'une charte de Stratégie du Bon Achat dans chaque territoire », précise également le document.

Il va sans dire que le HCCP de La Réunion, par ses missions et ses actions concrètes, assouvit cette ambition sur notre île. Le groupe thématique 4 « Accès à la commande publique des TPE-PME », piloté par Jacques Maunier (Chambre des Métiers et de l'Artisanat de La Réunion-CMAR) et Thierry Reydelle (Association pour le Développement Industriel de La Réunion - ADIR), est d'ailleurs à la genèse de ce Livre Blanc de l'Accessibilité numérique de la commande publique. Il est ainsi moteur dans le projet d'une plateforme rassemblant les consultations en cours et les projets d'achats sur le territoire.

# 8 groupes thématiques

Le HCCP est constitué de 8 groupes thématiques composés d'acteurs du réseau et pilotés de manière représentative par un binôme. Chaque GT se réunit plusieurs fois par an en fonction de son plan d'action et des nécessités.

Chacun des acteurs, selon son métier, son analyse et sa pratique des marchés publics peut donc apporter sa contribution à la réalisation de la feuille de route pluriannuelle du HCCP. Les thématiques des groupes couvrent l'ensemble des problématiques actuelles et les axes de progrès de la commande publique.

# binômes de pilotage

## GT1 - Le financement et les délais de paiement

Marie BARTHE, cheffe du bureau du contrôle budgétaire et des dotations de l'État (Préfecture)  
Laurie LACHARTRE, bureau du contrôle budgétaire et des dotations de l'État (Préfecture)

## GT2 - La performance économique de la commande publique

Anthony NUGUES, chef du service interministériel de l'achat public (État)  
François ANTONIOLLI, chef du service achats (TAAF)

## GT3 - Études et prospectives

Loup WOLFF, directeur de l'INSEE (INSEE)  
Sébastien SEGUIN, chef du service Études-diffusion (INSEE)

## GT4 - Accès à la commande publique des TPE-PME

Jacques MAUNIER, directeur régional du développement économique de la Chambre des Métiers et de l'artisanat (CMA)  
Thierry REYDELLET, secrétaire général de l'association pour le développement industriel de La Réunion (ADIR)

## GT5 - Clauses environnementales

Sébastien MARIOTTI, direction de l'environnement, de l'aménagement et du logement (DEAL)

## GT6 - Achats socialement responsables

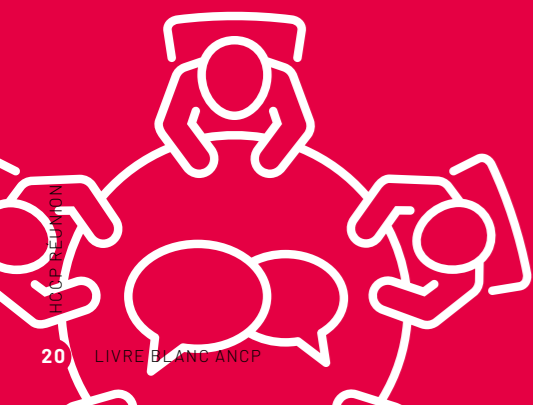
Lionel FERRERE, direction de l'économie, l'emploi, du travail et des solidarités (DEETS)  
Raphaël SERRIER, directeur de la Maison de l'Emploi Nord (MDEN)

## GT7 - Innovation dans la commande publique

Jean-Fabrice VANDOMEL, chargé de mission développement économique (Préfecture)  
Thierry REYDELLET, secrétaire général de l'association pour le développement industriel de La Réunion (ADIR)

## GT8 - Suivi de l'activité

Claude HAISMAN, chargé de mission HCCP (Préfecture)  
Jean-Marie LE BOURVELLEC, vice-président du conseil économique, social et environnemental régional (CESER)



# paroles de membres.

Enquête menée auprès des membres du HCCP (août/septembre 2022)

**Le HCCP organise le dialogue entre les entreprises et les acheteurs afin d'anticiper et de**

**minimiser le risque de contentieux**

« Le HCCP est un espace d'échange et d'intelligence collective permettant la mise en œuvre concertée d'actions pour le développement d'une commande publique toujours plus responsable et plus durable »

« Le HCCP permet la rencontre entre tous les acteurs autour d'objectifs partagés, la mise en exergue des insuffisances dans la mise en œuvre des dispositions favorisant l'accès des TPE/PME et une meilleure synergie autour des enjeux ».

« Malgré les difficultés liées à la crise, le HCCP a permis d'accroître la visibilité de la commande publique locale au niveau du territoire à travers la mise en œuvre d'outils communs pour faciliter l'accès des TPE-PME à la commande publique ».

« Le HCCP est un espace de dialogue et un outil d'intermédiation entre tous les acteurs de la commande publique et d'appui au pilotage de la politique économique du territoire ».

« Le travail et la convention signée avec le HCCP ont permis de bien cerner nos engagements et devoirs envers les partenaires socio-économiques qui attendent beaucoup des donneurs d'ordre ».

**Le HCCP a apporté au territoire une vision objectivée de la commande publique et un plan commun d'actions stratégiques**

« Du côté acheteur, le travail avec le HCCP nous a permis d'être à jour au niveau des nouvelles réglementations mais aussi d'améliorer notre pratique grâce aux groupes de travail ».

« La mise en réseau des acheteurs publics favorisée par le HCCP permet progressivement une harmonisation des pratiques des acheteurs publics ».

« Les informations, relatives à la commande publique, transmises par le HCCP permettent aux différents membres d'avoir les outils utiles pour des achats efficaces ».

« Le HCCP a permis aux entreprises de mieux comprendre la commande publique pour leur permettre de répondre de manière efficace à un marché. Cela ouvre des possibilités supplémentaires aux entreprises de créer du lien direct avec des acheteurs »





# panorama



# état des lieux.

## 1.1 DES DONNÉES MORCELÉES

**D**epuis le 1er octobre 2018, les acheteurs publics doivent diffuser sur un profil acheteur les éléments relatifs à leurs marchés de plus de 40 000 € HT.

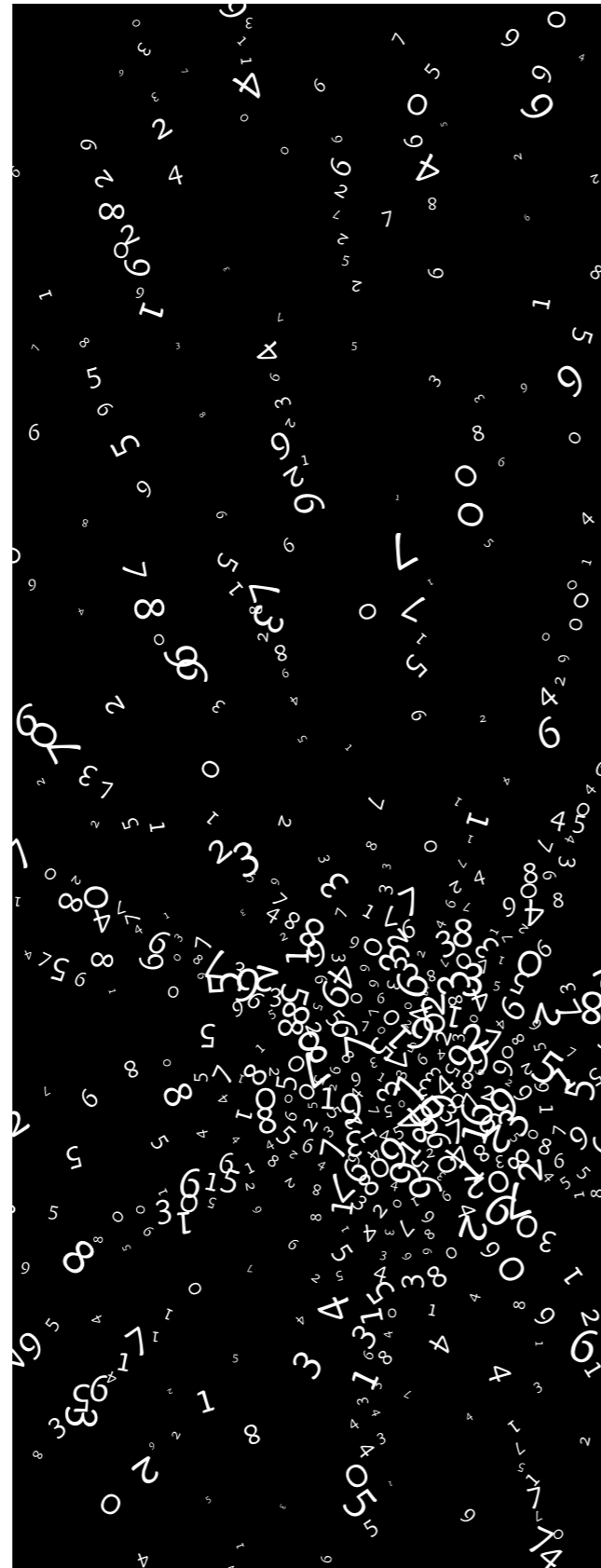
Cette obligation de publier les consultations sur les plateformes réglementaires a conduit à une multiplicité de plateformes. Elles appartiennent à deux grandes catégories :

- Les plateformes privées dites commerciales : achatpublic.com, AWS-Achats, etc.
- Les plateformes institutionnelles telles que : Place, GIP Agence Régionale du Numérique et de l'intelligence artificielle (ARNia) en Bourgogne-Franche-Comté, Maximilien (Île-de-France), Mégalis (Bretagne), DEMAT-AMPA (Nouvelle-Aquitaine). (cf. annexe n°1 : panorama des plateformes à La Réunion)

Il revient à chaque acheteur de choisir une plateforme, qu'elle soit commerciale ou institutionnelle, pour la dématérialisation de ses marchés.

Bien que 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.), ceux-ci se heurtent à deux limites évidentes :

- la dissémination de l'information ;
- un canal de communication strictement limité aux échanges encadrés par une consultation déterminée.



Par conséquent, les entreprises doivent multiplier les outils de veille, parfois peu accessibles aux TPE-PME, pour avoir accès aux données de la commande publique.

Par conséquent, les entreprises doivent multiplier les outils de veille, parfois peu accessibles aux TPE-PME, pour avoir accès aux données de la commande publique. Elles doivent aller sur les différents profils acheteurs à l'origine des marchés pour répondre et donc gérer une multitude d'accès, au risque de passer à côté de nouveaux acheteurs, de nouvelles plateformes et donc de nouveaux marchés. Celles souhaitant s'ouvrir à de nouveaux débouchés commerciaux sont également obligées d'agréger des données provenant d'un nombre significatif de sources.

Ce manque de cohérence complexifie grandement l'accès à la commande publique et crée plusieurs carences :

- l'absence de prévisionnel de la commande publique ne permet pas aux acteurs économiques de monter en compétences, ni aux acteurs publics de programmer efficacement leurs achats, tenant compte des contraintes exogènes et endogènes (approvisionnement, disponibilité des matières premières, employabilité locale,...).
- l'absence de vision globale des marchés conclus ne permet pas d'évaluer les retombées économiques, sociales et environnementales, il est ainsi rendu difficile d'améliorer l'ancrage territorial de l'achat public réunionnais.

## 1.2 DES ENTREPRISES RÉUNIONNAISES EN DEMANDE

**F**ace au constat de l'éparpillement des données de la commande publique, le HCCP a souhaité organiser une enquête intitulée « La relance de l'économie via la commande publique » auprès des ressortissants des Chambres consulaires (CCIR, CMA, CA) avec pour objectif de comprendre leurs habitudes et leurs besoins quant aux usages digitaux d'accès à la commande publique (cf. annexe n°2).

Confiée au Pôle Observatoire Études Data de la CCI Réunion et à la CMA, elle a été réalisée en juin 2021 auprès de 249 entreprises, dont 90 % de TPE (0 à 9 salariés) et 8 % de PME (10 à 49 salariés) ; des entreprises appartenant au secteur du BTP (27 %), de la prestation de services (24 %), des denrées alimentaires (17 %) et d'autres secteurs tels que les loisirs et l'événementiel (14 %).

Premier constat, 60 % des entreprises interrogées assurent n'avoir jamais répondu à un marché public. Parmi celles-ci, les freins les plus cités sont :

- une méconnaissance des différents achats publics (49 %),
- des difficultés à se faire connaître des acheteurs publics (43 %),
- des difficultés à trouver des commandes adaptées à l'entreprise (41 %).

En ce qui concerne les 40 % d'entreprises ayant déjà répondu à un appel d'offres public, elles sont néanmoins 49 % à souligner la complexité des procédures.

En matière de sourcing, l'enquête révèle que 54 % des entreprises réunionnaises interrogées vont sur internet pour repérer les annonces de marchés publics et 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.

# 249

entreprises interrogées en  
juin 2021

# 60%

des entreprises  
interrogées assurent  
n'avoir jamais répondu à un  
marché public.

# 49%

des entreprises ayant déjà  
répondu ont souligné la  
complexité des procédures

les entreprises réunionnaises  
sont en demande d'un outil  
performant et unique qui  
(..) faciliterait leur accès  
aux données de la commande  
publique

Notons par ailleurs que, dans le cadre de la dématérialisation des appels d'offres publics, 47 % des entreprises se disent à l'aise avec les outils numériques tandis que 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 sont la difficulté à utiliser les plateformes internet et profils acheteurs, la facturation électronique (CHORUS Pro) et l'appropriation des outils numériques.

Enfin, les entreprises interrogées placent en tête de leurs attentes dans le cas d'une création d'une plateforme

internet qui centraliserait les données des marchés publics à La Réunion, 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.

On peut en conclure que les entreprises réunionnaises sont en demande d'un outil performant et unique qui, grâce à son offre de services, faciliterait leur accès aux données de la commande publique tout en leur proposant un accompagnement permettant leur appropriation.

## 1.3 DES INITIATIVES DANS LES TERRITOIRES

**F**ace à la nécessité désormais communément admise de mettre en place des solutions permettant de faciliter l'accès aux données de la commande publique, différentes initiatives ont été entreprises au niveau régional. Trois ont particulièrement retenu notre attention : le projet SCOPE (Source de la Commande publique Ouverte Pour les Entreprises) en Région Occitanie, la plateforme APOGE (APpel d'Offres Grand Est) dans le Grand Est et l'outil Focus Marchés en Bourgogne-Franche-Comté.

### SCOPE : HACKATHON, LIVRE BLANC ET PORTAIL RÉGIONAL

Le projet SCOPE, lauréat en 2017 d'un financement Programme d'investissements d'avenir (PIA), a pour ambition de créer à l'échelle d'une région une plateforme ouverte de diffusion et d'échange d'informations relatives aux marchés publics d'Occitanie. Un projet mené dans le cadre d'une réflexion prospective, partant du terrain et nourri des réflexions des participants à une journée thématique organisée à Toulouse le 4 juin 2019.

Ces travaux ont conduit à la rédaction d'un Livre Blanc comprenant trois grandes parties :

- un état des lieux des freins et obstacles à l'ouverture des données des consultations ;
- une vision prospective des futurs souhaitables imaginés pour l'ouverture de ces données de consultation ;
- un ensemble de préconisations à destination des décideurs compétents.



# 8

## préconisations formulées

- Trouver un chef d'orchestre à l'ouverture des données de la commande publique ;
- Implanter la culture de l'open data dans toutes les sphères institutionnelles de la commande publique ;
- Faire évoluer la réglementation pour mettre en application l'ouverture des données de la consultation ;
- Faire un inventaire des données de consultation à fort potentiel d'usage ;
- Harmoniser les formats des pièces administratives de réponse aux marchés publics ;
- Créer un cadre technique favorisant l'interopérabilité ;
- Créer un point d'accès national : marchespublics.data.gouv ;
- Créer un cadre de gouvernance multiacteurs.

Il en ressort que les analyses et recommandations de ce Livre Blanc font en grande partie écho aux constats et ambitions exposés dans d'autres feuilles de route relatives à l'open data et la commande publique, notamment le Plan Transformation Numérique de la Commande Publique (2017-2022) ou le Plan d'action national pour un Gouvernement Ouvert (2018-2020).

<https://www.marches-occitanie.fr/>



## APOGE : UN PORTAIL POUR CENTRALISER LES MARCHÉS EN COURS ET LES PROJETS D'ACHATS

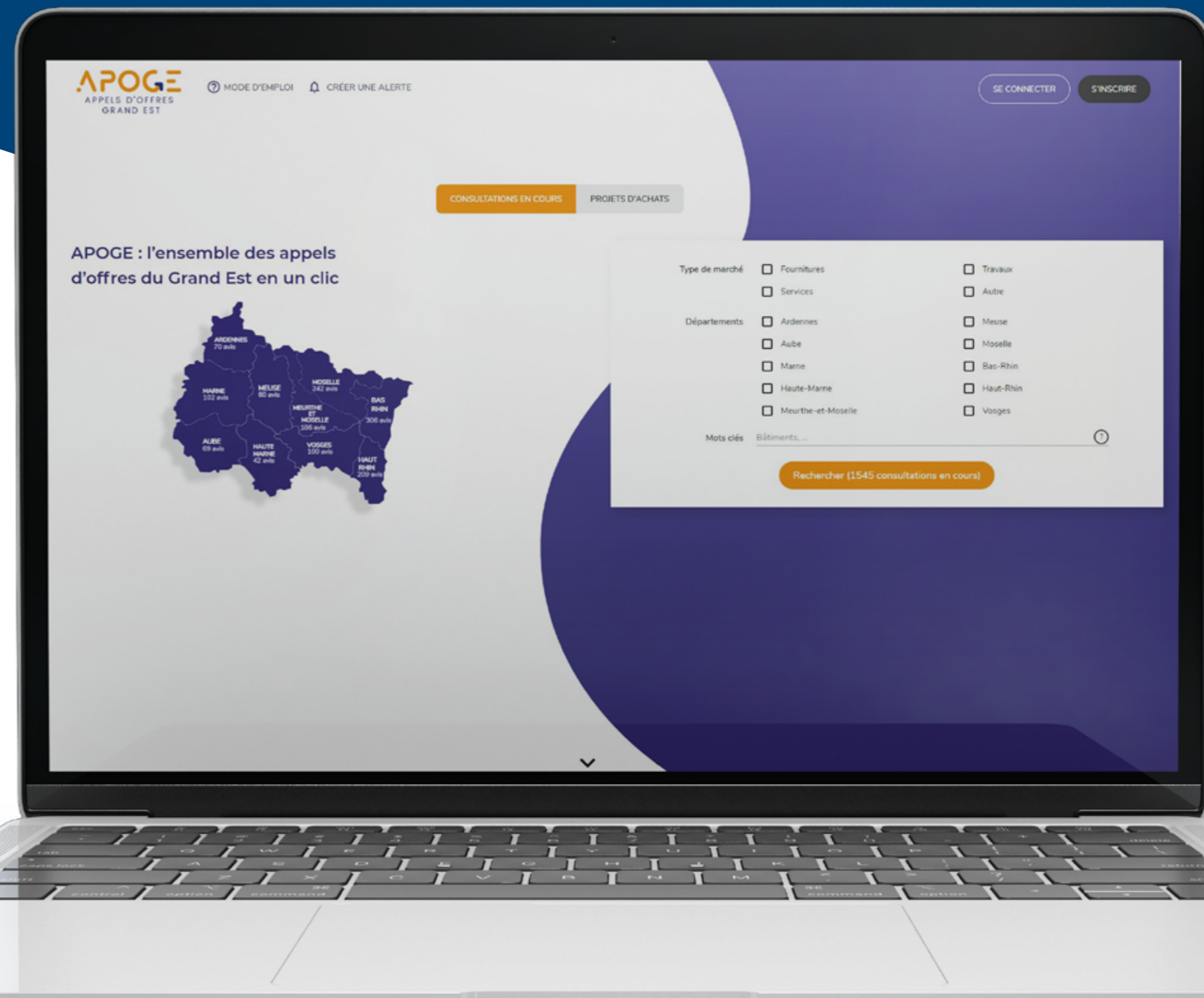
Impulsée en mars 2020 dans le cadre du Business Act Grand Est, la plateforme APOGE a été lancée en septembre de la même année avec la volonté de préparer et mettre en œuvre un plan de relance économique post crise sanitaire. Une attention particulière était portée à la commande publique comme outil de relance économique et d'opportunités de création et consolidation d'activités économiques sur et hors territoire.

Suite au besoin d'accompagnement exprimé par les entreprises et au souhait d'identifier les opportunités de marchés en simplifiant l'accès aux informations liées à la commande publique, a été mise en place une plateforme rassemblant l'ensemble des appels d'offres du Grand Est ainsi que des projets d'achats. Une plateforme qui se veut gratuite, efficace (lien direct vers les profils acheteurs) et simple d'utilisation (recherche sur la base d'une zone géographique et mots-clés).

Résultats, entre septembre 2020 et mai 2022 : 31 943 annonces ont été collectées (soit en moyenne 1 448 annonces par mois), 11 200 utilisateurs se sont connectés, 1 030 comptes d'entreprises et 1 149 alertes ont été créés et 520 projets d'achats publiés. Forte de cette réussite, la réflexion de la Région Grand Est porte désormais sur un outil complémentaire permettant l'intégration des données essentielles sous la forme d'un outil de datavisualisation.

<https://apoge.org/>

entre septembre  
2020 et mai 2022 :  
**31 943**  
annonces ont été  
collectées



## FOCUS MARCHÉS : UN OUTIL DE DATAVISUALISATION AGRÉGEANT LES DONNÉES ESSENTIELLES

Développé par le GIP Agence Régionale du Numérique et de l'intelligence artificielle de Bourgogne-Franche-Comté, Focus Marchés est un outil de datavisualisation agrégeant les données essentielles de plus de **1 700 acheteurs publics de la région**. Re transcrites sous forme de tableaux de bord, ces données permettent aux acheteurs de se comparer avec d'autres acheteurs de même taille ou de même nature et aux entreprises de faire de la veille.

Parmi les tableaux de bord disponibles on trouve :

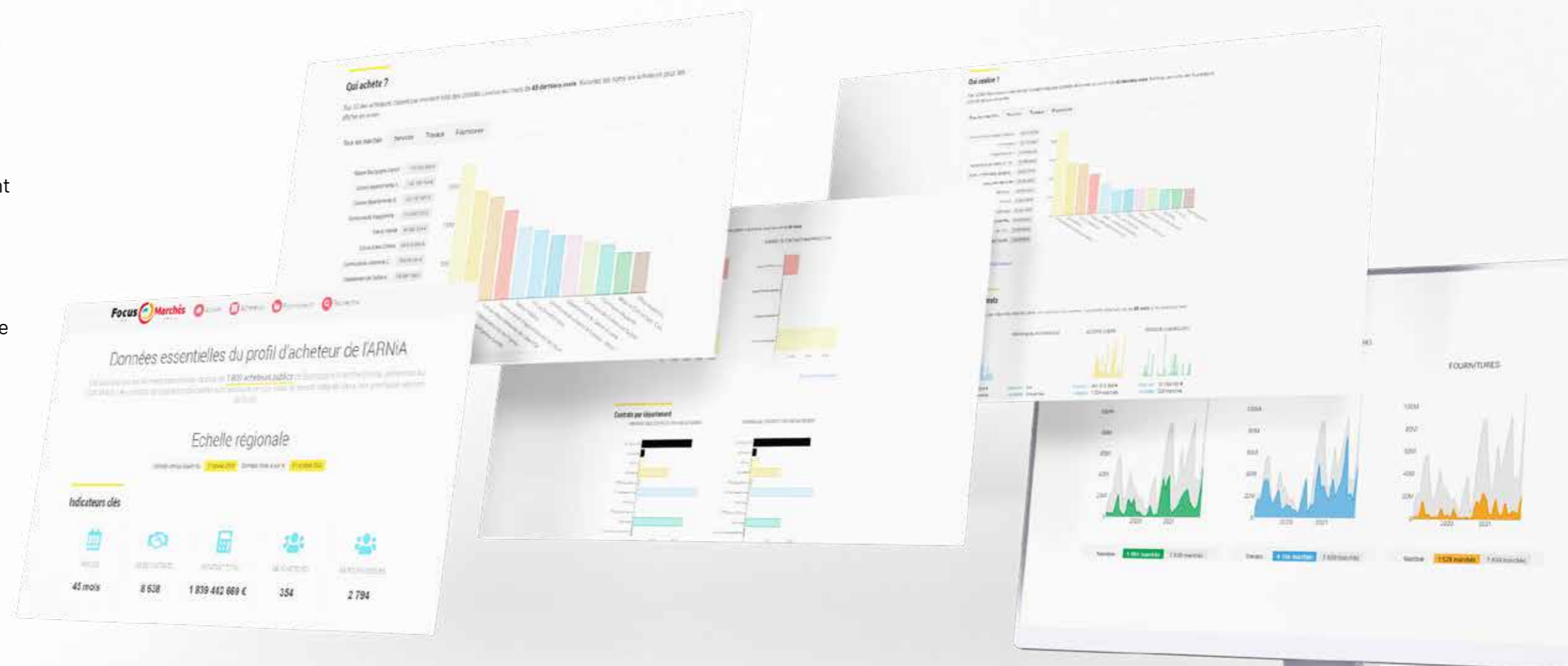
- Comparaison des trois catégories d'achats (services, travaux, fournitures) ;
- Top 12 des acheteurs classés par montant total des contrats conclus ;
- Top 12 des fournisseurs classés par montant total des contrats remportés ;
- Répartition des contrats par nature du marché public, en montant et en nombre ;
- Classement des contrats selon la procédure suivie lors de la consultation.

Alimenté en partie automatiquement par la place de marché du GIP, le service nécessite également la saisie de quelques champs complémentaires. Depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2019, ce sont les données de 8 417 marchés pour un total de plus de 1,7 milliard d'euros (données arrêtées en août 2022) qui ont été agglomérées sur Focus Marchés.

<https://focus-marches.ternum-bfc.fr/>

# 8 417 marchés 1,7 Milliard d'euros

de données agglomérées sur Focus Marchés depuis 2019.







enjeux



# les 3 phases clés.

## 2.1 AMONT : POUR UNE MEILLEURE PROGRAMMATION DES BESOINS ET DES RÉPONSES

**S**elon une étude menée par le HCCP sur les pratiques des acheteurs en matière d'accès des TPE-PME à la commande publique, d'achats innovants et d'achats durables (cf. annexe n° 3), 78 % des acheteurs publics à La Réunion ont recours au sourcing contre 18 % qui n'utilisent pas cette méthode de travail (4 % ne se prononcent pas).

Cette phase, appelée « Amont », est cruciale dans le processus d'appels d'offres publics puisqu'elle permet à l'ensemble des acteurs économiques concernés de s'inscrire dans le temps long. Elle améliore la transparence, l'équité et plus globalement la confiance, des notions essentielles pour garantir la sérénité du climat d'affaires.

En publiant leurs projets d'achats, les acheteurs publics donnent de la visibilité aux entreprises sur leurs prévisions d'achats, en amont de la phase de consultation. Ils contribuent ainsi à augmenter l'attractivité des marchés publics auprès des entreprises et à la transparence des données publiques. Les acheteurs publics peuvent également identifier de nouvelles entreprises pertinentes sur leurs projets d'achats.

Parallèlement, les entreprises peuvent consulter les prévisions d'achats publics avant la parution de l'appel d'offres et ainsi identifier des projets de leur cœur de métier, anticiper les marchés publics à venir et se préparer à y répondre (plan de charge, pertinence de l'offre...).

78% des acheteurs publics à La Réunion ont recours au sourcing



## ALINÉA 4° DE L'ARTICLE L312-1-1 : PUBLIER LES DONNÉES AYANT UN INTÉRÊT ÉCONOMIQUE, SOCIAL, SANITAIRE OU ENVIRONNEMENTAL

Méconnu et donc sous-utilisé, l'alinéa 4° de l'Article L312-1-1 du Code des relations entre le public et l'administration précise que sont également susceptibles d'être publiées les « données ayant un intérêt économique, social, sanitaire ou environnemental ». Le texte fait ainsi référence aux données de programmation produites en amont du processus d'achat public, des données déjà produites en interne par les services achats ou commande publique lors de la programmation budgétaire.

Il ne s'agit donc pas d'ajouter une contrainte ou une nouvelle phase dans le processus d'achat public mais simplement, en s'appuyant sur l'alinéa 4° de l'Article L312-1-1, de publier des données existantes et pertinentes en amont du processus d'achat. Une nouvelle preuve que la publication et plus largement l'accessibilité des données de la commande publique sont une réponse normative et attendue.





## APPROCH : LA PLATEFORME NATIONALE POUR PUBLIER SES PROJETS D'ACHATS PUBLICS

Mis en ligne le 12 juillet 2022, APProch est un nouveau service ouvert gratuitement aux entreprises et aux acheteurs des trois fonctions publiques (État, établissements publics, fonction publique hospitalière et collectivités territoriales). Il s'inscrit dans le cadre du projet de TNCP et répond autant à une obligation réglementaire qu'à un besoin de modernisation de la commande publique au bénéfice de ses acteurs et des politiques publiques.

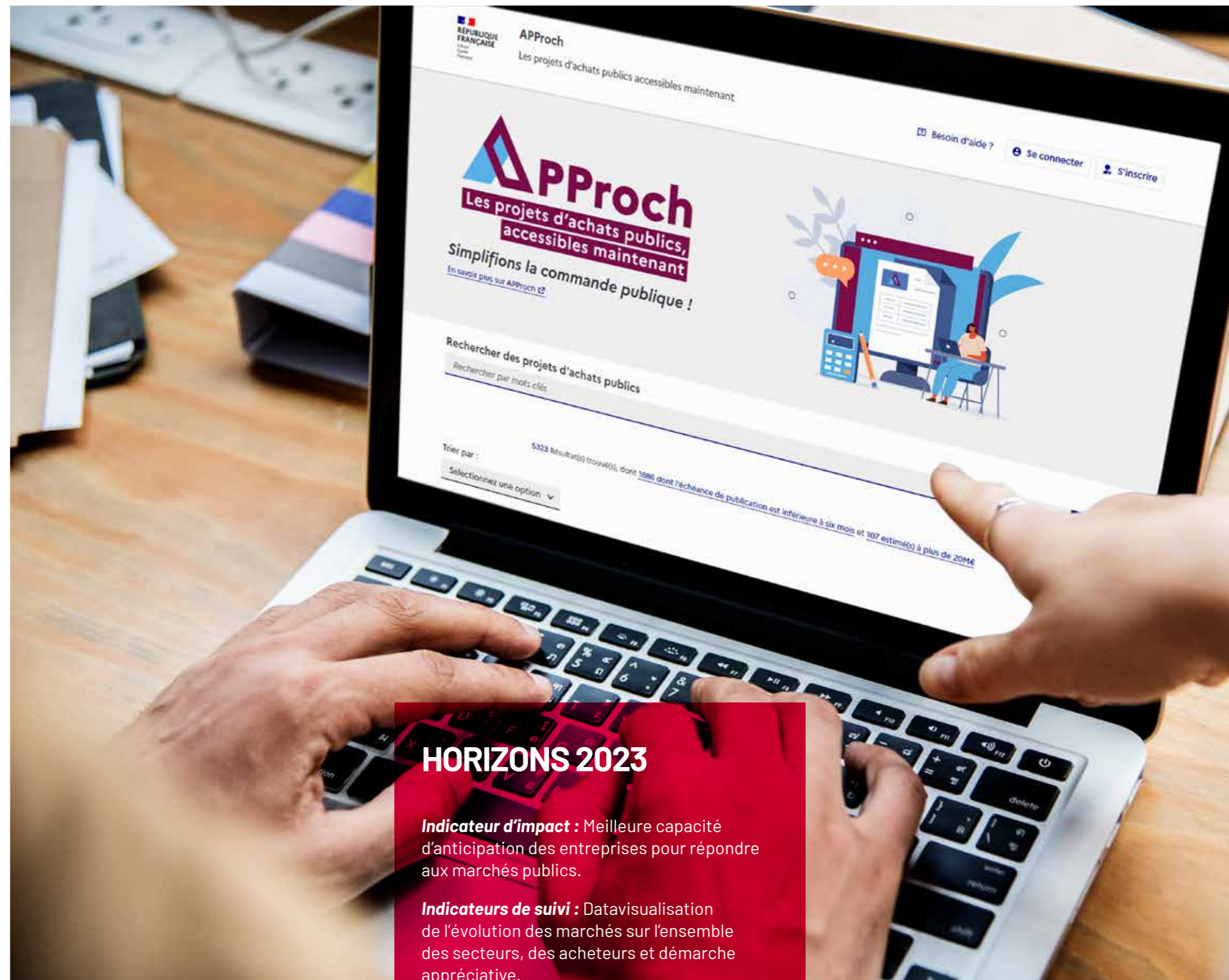
Concrètement, APProch permet aux acheteurs publics de publier leurs projets d'achats publics\* et aux entreprises de les consulter. Les entreprises peuvent également indiquer leur intérêt pour un projet d'achat et ainsi se faire connaître auprès de l'acheteur public en charge du projet. Si l'acheteur le souhaite, elles peuvent échanger avec lui par messagerie interne.

Les acheteurs publics peuvent tenir informées les entreprises de l'évolution d'un projet d'achat jusqu'à la publication de la consultation sur un profil d'acheteur et ainsi compléter le sourcing réalisé en amont de la rédaction du cahier des charges et de la publication de l'offre.

Les entreprises peuvent par ailleurs paramétrer des alertes mails pour être informées en temps réel de la mise en ligne d'un nouveau projet d'achat correspondant à leurs critères ou de la mise à jour d'un projet qui les intéresse afin de ne plus manquer une opportunité.

<https://projets-achats.marches-publics.gouv.fr/>

\*Un projet d'achat public est une perspective d'achat public qui est susceptible d'évoluer à tout moment, jusqu'à donner lieu à la publication d'un appel d'offres sur un site dédié (profil acheteur). Il s'agit d'une information prévisionnelle qui n'engage ni l'acheteur public ni les entreprises qui s'y intéressent.



### HORIZONS 2023

**Indicateur d'impact :** Meilleure capacité d'anticipation des entreprises pour répondre aux marchés publics.

**Indicateurs de suivi :** Datavisualisation de l'évolution des marchés sur l'ensemble des secteurs, des acheteurs et démarche appréciative.

**Indicateur de réalisation :** Publication des PPI 24 ou 36 mois avant le lancement de l'appel d'offres en indiquant la période envisagée de consultation, la taille du marché et le domaine d'activité.

## 2.2 PENDANT : POUR FACILITER ET DÉMOCRATISER L'ACCÈS À LA COMMANDE PUBLIQUE

**L**e « Pendant » est la phase décisive. En effet, celle-ci comprend l'ensemble des contraintes réglementaires et c'est ici que se décide l'attribution d'un marché public. Elle se divise en trois grandes parties : **Publicité - Consultation - Attribution.**

Pour les entreprises, l'enjeu principal du « Pendant » est la simplification. L'objectif est qu'elles puissent consulter gratuitement et facilement tous les appels d'offres publics dans leur domaine d'activité et soient en mesure d'y répondre rapidement et simplement.

Du point de vue de l'acheteur public, cette phase doit répondre à un double enjeu : s'assurer qu'il remplit l'ensemble de ses obligations réglementaires et diffuser efficacement son offre afin d'obtenir une diversité de réponses pouvant y satisfaire.

Depuis le 1<sup>er</sup> octobre 2018, tous les marchés publics d'un montant supérieur à 40 000 € HT doivent être dématérialisés et donc diffusés en ligne sur un profil acheteur. L'acheteur ou l'autorité concédante doit offrir sur son profil d'acheteur un accès libre, direct et complet aux données essentielles des marchés publics et des contrats de concession. Il existe en France une trentaine de plateformes mutualisées couvrant des territoires correspondant à des régions ou à des départements.

Depuis le 1<sup>er</sup>  
octobre 2018, tous  
les marchés publics  
d'un montant  
supérieur à  
**40 000 € HT**  
doivent être  
dématérialisés

Dans ce processus, on distingue deux types de données : les données essentielles et les données de recensement, comprenant environ 50 % de données similaires. Les Données Essentielles de la Commande Publique (DECP) concernent 16 données du contrat initial portant sur la procédure de passation, le contenu du contrat et l'exécution et jusqu'à 7 données complémentaires en cas de modifications du marché public (8 données complémentaires pour les concessions), soit un potentiel de 23 au total pour les marchés publics et 24 pour les concessions (voir annexe n°4 et n°5).

Depuis juin 2021, les DECP sont en ligne sur le portail de données du ministère de l'Économie, des Finances et de la Relance. Des outils d'exploitation de ces données sont également proposés, permettant d'afficher les principales informations, de les filtrer, d'effectuer des recherches par mots-clefs, et enfin de les exporter sous le format souhaité.

[https://data.economie.gouv.fr/explore/dataset/decp\\_augmente/table/](https://data.economie.gouv.fr/explore/dataset/decp_augmente/table/).

### VERS L'INTEROPÉRABILITÉ

L'enjeu désormais est de faire converger l'ensemble des données vers une source unique. Pour être communicants, les systèmes d'information de la commande publique doivent répondre à des prérequis en termes d'interopérabilité technique et sémantique :

> **L'interopérabilité technique** permet l'échange et le partage des données de l'acheteur et des entreprises dans des conditions de sécurité garantissant en particulier la confidentialité.

> **L'interopérabilité sémantique** permet le traitement de ces données et leur compréhension en s'appuyant sur des terminologies communes.

# 5 actions prévues par le PTNCP

Pour atteindre cet objectif essentiel, le Plan de Transformation Numérique de la Commande Publique (PTNCP) prévoit cinq actions.



**1** **Élaborer un cadre commun** d'urbanisation des systèmes d'information de la commande publique



**2** **S'inspirer du modèle européen** pour implanter un référentiel sémantique national



**3** **Créer un cadre d'interopérabilité** des systèmes d'information de la commande publique



**4** **Créer des passerelles** vers les autres outils utilisés dans la commande publique



**5** **Travailler à la standardisation** des catalogues électroniques



## DUME : POUR UNE DÉMATÉRIALISATION SIMPLIFIÉE



Pour répondre aux marchés publics en ligne, l'entreprise dispose de différents services de dématérialisation. Le Document Unique de Marché Européen (DUME) est une déclaration sur l'honneur harmonisée et élaborée sur la base d'un formulaire type établi par la Commission européenne.

C'est aussi un service dématérialisé qui permet aux opérateurs économiques de prouver de manière simple et conformément au droit en vigueur qu'ils remplissent les critères de sélection d'une offre, et aux candidats de ne plus avoir à fournir un document lorsque celui-ci a déjà été transmis à une administration (sur le principe du « Dites-le nous une fois »).

### LES OBJECTIFS DU DUME :

- **simplifier les procédures et réduire les charges administratives** en facilitant la création et la complétion des formulaires ;
- offrir à tous les acheteurs une **solution mutualisée** et néanmoins modulable à travers l'implémentation de services exposés (API - Interface de Programmation d'Application) ;
- proposer un **service accessible** même aux entités ne disposant pas d'un système d'information dédié, à travers la mise à disposition d'un utilitaire en ligne
- permettre et **accélérer la transformation numérique de la commande publique** en facilitant la dématérialisation de la procédure de passation des marchés publics.





# Simplification de la collecte des données...

## HORIZONS 2023

**Indicateur d'impact :** Plus d'entreprises locales répondent aux appels d'offres publics.

**Indicateur de réalisation :** Interopérabilité des plateformes de commandes publiques.

## UNE SEULE PLATEFORME D'ICI 2024

Dans le cadre du processus d'enrichissement et de convergence des données essentielles et des données du recensement des marchés publics (action 16 du PTNCP), le décret n°2022-767 met en œuvre la simplification de la collecte des données avec :

**1 seul type de données**

**1 seuil de publication**

**1 lieu de publication**

(même si la publication n'est pas interdite sur les profils acheteurs).

Concrètement, le 1<sup>er</sup> janvier 2024 au plus tard, la publication d'une quarantaine de données de la commande publique sera obligatoire sur une seule plateforme, chaque donnée étant renseignée une seule fois par les acheteurs avec des remontées automatiques.



## 2.3 AVAL : POUR ÉVALUER LES PRATIQUES ET LES POLITIQUES PUBLIQUES

**L**'« Aval » est la phase qui suit l'attribution du marché public.

L'enjeu est que l'ensemble des données essentielles de la commande publique préalablement collectées puissent être librement accessibles et consultables. Ainsi, elles pourront être utilisées à des fins d'évaluation des pratiques en matière de commande publique et permettront d'envisager des mesures de correction.

Pour les acheteurs publics, « l'Aval » revêt un autre enjeu important : l'archivage des données. La prise en compte du cycle de vie de l'information ainsi que de la conservation pérenne des données à forte valeur juridique s'inscrit dans une gestion efficiente des données numériques. Le Plan de Transformation Numérique de la Commande Publique (PTNCP) a ainsi engagé une réflexion afin de définir les modalités d'un archivage électronique sûr et accessible, indispensable à une dématérialisation « de bout en bout » de la commande publique.



### HORIZONS 2023

**Indicateur d'impact :** Meilleure adéquation des besoins entre l'offre et la demande dans les marchés publics.

**Indicateur de réalisation :** Mise en place d'un comité d'évaluation dédié au suivi et à l'amélioration de l'accessibilité des données de la commande publique.

## EXEMPLES DE SOLUTIONS DIGITALES POUR LA PHASE AVAL

### UN TABLEAU DE BORD GRAND PUBLIC

Depuis juin 2021, les tableaux de bord des DECP, réalisés par le ministère de l'Économie, des Finances et de la Relance, sont en ligne. Gratuitement, en quelques clics, sans connaissance particulière sur le traitement de données, ils permettent de visualiser des indicateurs chiffrés par localisation géographique, par type de marchés et par type d'entreprises bénéficiaires. Des tableaux de bord thématiques sont également accessibles comme ceux sur les marchés bénéficiant aux PME ou sur les marchés de travaux inférieurs à 100 000 €.

<https://datavision.economie.gouv.fr/decp>

### REAP : UNE APPLICATION POUR LE RECENSEMENT OBLIGATOIRE DES CONTRATS

L'Observatoire économique de la commande publique (OECB), instance de concertation et d'échanges d'informations entre les différents acteurs de la commande publique (opérateurs économiques, pouvoirs adjudicateurs, etc.), est chargé du recensement économique des contrats. Une mission qui vise à connaître, analyser et diffuser les données chiffrées de la commande publique en France, et notamment l'évolution de l'accès des TPE/PME aux contrats publics.

Le recensement est obligatoire pour tous les acheteurs et tous les contrats dont le montant est supérieur ou égal à 90 000 € HT et pour les avenants ou actes de sous-traitance de ces contrats. Pour les contrats d'un montant inférieur à 90 000 € HT, le recensement est fortement recommandé. La transmission s'effectue essentiellement par voie dématérialisée via l'application REAP.

<https://www.reap.economie.gouv.fr/reap/servlet/authenticationAcheteur.html>





**attentes**



# témoignages.

## 3.1 ILS SONT ACHETEURS PUBLICS À LA RÉUNION



**Jacques MAUNIER**  
Directeur régional du  
développement économique  
à la Chambre des Métiers et  
de l'Artisanat

**A**

la Chambre des Métiers et de l'Artisanat, nous recensons plus de 20 000 entreprises. La plupart se situent dans les secteurs du BTP et de l'alimentation et sont très sensibles à la commande publique. Pour les accompagner au mieux, nous avons

constitué une mission « marché public » composée de deux techniciens chargés de répondre aux besoins concrets de ces entreprises.

Car les TPE-PME éprouvent beaucoup de difficultés pour accéder à la commande publique. Principalement pour des raisons techniques. Elles ne trouvent pas les offres et ne savent pas comment y répondre. C'est pourquoi nous avons mis en place un service qui recense les offres de la commande publique, sur papier et sur notre site internet, et un service qui aide les entreprises à y répondre.

Le constat aujourd'hui, c'est qu'il existe une trop grande diversité de profils acheteurs et qu'il est donc nécessaire de les rassembler. Le portail APProch, porté par l'État, est une première réponse, car il permet aux acheteurs publics de diffuser leurs prévisions de marchés. Cela permet aux entreprises de se préparer à y répondre et aux donneurs d'ordre de connaître les entreprises susceptibles de répondre sur le territoire.

**“ il est  
indispensable  
que les  
acheteurs  
comme les  
entreprises  
soient  
accompagnés et  
formés à la  
prise en main  
de ce portail**

...

Mais il faut aller plus loin. Il faut ensuite que le marché soit publié sur un même portail afin que les entreprises puissent y répondre. Il faut enfin que soient référencées l'ensemble des données sur les marchés passés afin que l'on puisse mesurer l'évolution et l'impact de la commande publique sur le territoire.

J'ajoute qu'il est indispensable que les acheteurs comme les entreprises soient accompagnés et formés à la prise en main de ce portail. C'est une clé de sa réussite.

L'idée de cette plateforme fait progressivement son chemin et il y a aujourd'hui une volonté réelle de la mettre en œuvre en y associant tous les acteurs. Cette synergie doit être profitable au territoire pour que la commande publique irrigue l'économie réunionnaise.

# L'outil idéal serait une plateforme mutualisée au niveau départemental



## Mickaël FÉLIX

Directeur du service commande publique de la commune de Petite-Île

**L**a commune est dans une forte dynamique d'investissement avec notamment plusieurs projets structurants. Le défi pour le service commande publique est de réussir à accompagner cet élan. Nous sommes actuellement quatre au sein du service contre six il y a une quinzaine d'années, mais la dématérialisation permet de compenser et d'avoir moins de besoins humains.

En matière de bonnes pratiques, nous sommes dans une démarche d'achat socialement responsable via un partenariat avec la Maison de l'emploi du Grand Sud. Elle nous accompagne dans la mise en place et le suivi de la clause d'insertion pour nos appels d'offres en matière de travaux, mais aussi, bientôt, pour les prestations de service et les fournitures. C'est un engagement social important.

En termes de denrées alimentaires, nous avons également mis en place une politique d'achat favorisant les produits locaux en redimensionnant les marchés et en faisant de l'allotissement. Les résultats sont encourageants, mais il y a encore des freins, notamment la capacité des producteurs à fournir les volumes suffisants pour la restauration scolaire.

Le principal levier est à mon sens de faciliter l'accès des TPE à la commande publique. Il y a encore un besoin de structuration et de formation, notamment pour la rédaction du mémoire technique. Elles manquent encore de pratique et doivent être mieux accompagnées.

Il y a également des progrès à faire sur la partie dématérialisation. Nous avons la volonté de dématérialiser l'ensemble de nos appels d'offres, mais c'est encore compliqué. Beaucoup d'entreprises n'ont pas de signature électronique, ne savent pas s'en servir ou confient cette signature à une personne qui n'est pas habilitée à signer. C'est dommage, car c'est un outil qui permettrait de toucher plus d'entreprises, même s'il faut être vigilant pour que la dématérialisation ne crée pas une fracture entre les entreprises.

L'outil idéal serait une plate-forme mutualisée au niveau départemental ou, au moins, intercommunal. Cela permettrait de centraliser toutes les données des profils acheteurs et d'avoir accès à l'ensemble des offres.

Une fois l'étape de la remise des offres passée, ce portail permettrait également d'agréger toutes les données pour avoir une vision d'ensemble des marchés. Aussi bien pour les donneurs d'ordre que pour les entreprises. Nous sommes favorables à cette mutualisation et volontaires pour y participer activement.







**Eric LALLEMAND**

Directeur du service commande publique de la Communauté Intercommunale du Nord de La Réunion

**L**a commande publique à la CINOR a amorcé un virage important en 2013 avec la signature de la 1<sup>ère</sup> convention de Stratégie du Bon Achat (SBA), passant d'une logique purement juridique à un acte de développement durable du territoire.

Veiller à la régularité des procédures reste essentiel, mais l'évaluation annuelle de la performance de notre achat public au regard de trois piliers (efficacité économique, équité sociale et performance environnementale) est venue ajouter une dimension encore plus importante à notre démarche, notamment à l'égard des TPE et PME.

Des indicateurs de suivi ont été mis en place pour atteindre des objectifs précis. Nous pouvons ainsi mesurer de manière régulière si nous nous inscrivons toujours bien dans une logique de progrès. Par exemple, en 2021, la CINOR a attribué 205 marchés pour plus de 21,5 millions d'euros. Plus de 80 % de parts de marchés ont été attribués à des TPE/PME en nombre et plus de 65 % en volume financier. On constate également que plus de 90 % des entreprises attributaires sont implantées sur le territoire.

Cette maximisation des retombées locales est rendue possible par le fait que plus d'entreprises du territoire soumissionnent à nos marchés qu'auparavant. On observe un ratio moyen de près de 3,86 TPE/PME locales soumissionnaires par procédure, ce qui témoigne de l'attractivité de nos consultations pour le tissu économique local.

Nous sommes par ailleurs très attentifs au processus de transformation numérique de la commande publique initiée en 2017. Dès 2018, nous avons organisé des ateliers avec les entreprises pour les aider à déposer de manière obligatoire leurs plis sur la plateforme de dématérialisation. L'échange par voie électronique a amélioré de manière indéniable les relations avec les fournisseurs (gain de temps, facilité d'accès, traçabilité des échanges...), mais il faut veiller à ne pas créer des contraintes inutiles qui pourraient entraver le bon déroulement de ce processus.

Sur notre profil acheteur, nous avons un espace dédié au SBA : les entreprises peuvent prendre connaissance de notre politique d'achats, de notre programme d'activité et surtout faire référencer leurs compétences. Depuis 2017, 209 nouveaux fournisseurs ont ainsi alimenté notre base de données fournisseurs par ce biais.

Nous sommes très favorables au projet de création d'une plateforme rassemblant l'ensemble des appels d'offres publics et projets d'achats du territoire. Dans le cadre du

programme d'actions SBA 2022, nous avons d'ailleurs mis en place un comité d'experts qui vise à réunir les principaux acheteurs du territoire sur cette thématique. Un tel guichet unique permettrait aux entreprises, qui manquent très souvent de temps pour mettre en place une veille efficace, d'avoir plus de lisibilité sur les marchés publiés dans leur domaine d'activité. Pour les acheteurs, cela aurait pour effet de stimuler la concurrence et éviter des

procédures infructueuses par manque de candidats.

Au niveau technique, il est nécessaire que les acheteurs publics ne soient pas confrontés à une double saisie des informations qu'ils renseignent par ailleurs sur leur profil d'acheteur. Pour les entreprises,

c'est la facilité d'utilisation qui sera un facteur clé de la réussite. Au niveau financier, l'approche en coût global doit permettre d'identifier non seulement les coûts d'investissement, mais aussi les coûts de maintenance annuels, ou encore les moyens humains et techniques pour faire fonctionner cette plateforme.

**Un tel guichet unique permettrait aux entreprises d'avoir plus de lisibilité sur les marchés publiés (...) et aux acheteurs de stimuler la concurrence**

## 3.2 ILS SONT CHEFS D'ENTREPRISES À LA RÉUNION



### Daniel MOREAU

PDG de Royal Bourbon Industries et Président de l'Association pour le développement industriel de La Réunion (ADIR) de 2016 à 2022

**L**a commande publique revêt évidemment un enjeu économique capital. En tant qu'ancien Président de l'ADIR et chef d'entreprise dans l'industrie agro-alimentaire, je suis particulièrement attentif à la part de la production locale dans la restauration collective. Il est impératif que nous soyons collectivement mobilisés sur ce sujet.

À mon sens, nous devons travailler à une meilleure connaissance réciproque et les échanges doivent être renforcés. Cela concerne les prix, mais aussi la qualité et les volumes d'approvisionnement. C'est pourquoi, avec l'ADIR et les interprofessions, nous avons conçu un outil baptisé Run'Alim dont l'objectif est de mieux faire connaître aux acheteurs publics l'offre locale. Cela concerne pour le moment l'industrie agro-alimentaire et les filières agricoles, mais nous espérons décliner cet outil à d'autres secteurs d'activité.

Run'Alim va donc permettre aux acheteurs publics d'avoir une meilleure connaissance du marché local en termes de prix et de produits. Mais ce n'est pas tout. Cet outil servira également d'indicateur sur la part de la production locale dans la commande publique. L'idée n'est évidemment pas de stigmatiser, mais d'objectiver les résultats des politiques menées en s'appuyant sur des données concrètes.

À mon sens, la volonté politique d'améliorer la part de production locale dans la commande publique existe. Il manque encore simplement des outils pour mesurer l'efficacité des actions mises en place, suivre l'évolution de la situation et dégager des pistes de progrès, aussi bien du côté des acheteurs publics que des entreprises. C'est pourquoi un projet de « Guichet unique numérique » de la commande publique à La Réunion serait parfaitement complémentaire de Run'Alim et particulièrement précieux.



### Charles Henri DONZ

Directeur d'Atout PC'S

**J**e ne cache pas que nous répondons de moins en moins aux appels d'offres publics, car cela prend énormément de temps et d'énergie, jusqu'à plusieurs jours à temps plein, pour des résultats aléatoires et peu encourageants.

À mon sens, les critères requis sont parfois complexes et inadaptés au tissu économique. Je pense qu'il faudrait notamment plus de concertation en amont pour que les marchés publics correspondent à la réalité du terrain et soient en adéquation avec les moyens et les compétences dont disposent les entreprises.

Pour recenser les marchés publics dans notre secteur d'activité, nous sommes abonnés à plusieurs sites nationaux et recevons des alertes. Une plateforme locale centralisant ces appels d'offres pourrait être utile, mais c'est surtout d'une vision politique dont nous avons besoin pour que la commande publique soit véritablement utile au territoire.

C'est pourquoi j'insiste sur la phase amont et je pense que c'est surtout un outil présentant les projets d'achats qui serait pertinent. Associé à une meilleure concertation, un tel portail permettrait d'adapter le cahier des charges à la réalité de nos entreprises tout en permettant aux entreprises de se préparer à répondre.

En aval de la commande publique, je pense qu'il est également important de renforcer la transparence. La publication de data serait une solution très intéressante pour analyser les pratiques en matière de commande publique et pouvoir s'adapter. Cela pourrait éviter de tomber dans un certain découragement qui, je le reconnais, nous guette.





### **Johnny LAW YEN**

Président de l'Association SBA et du groupe Solynvest

**L**a commande publique s'est modernisée depuis la réforme enclenchée par les directives européennes et la rénovation du Code de la commande publique de 2018 simplifiant les outils à disposition des collectivités. On observe une réelle

volonté des acheteurs de faire de leurs achats un levier de développement environnemental, social et économique. Toutefois, avec les crises successives, on assiste à un retard dans le lancement de certains marchés et un réel besoin d'adaptation des appels d'offres aux capacités des entreprises.

C'est pourquoi, au sein de l'Association SBA, nous travaillons et échangeons avec les acheteurs qui, via la signature d'une convention Stratégie du Bon Achat, s'engagent dans une démarche vertueuse dont le but est de permettre la rencontre entre les besoins des acheteurs et les capacités du tissu économique local.

L'objectif est de développer une stratégie globale de la commande publique reposant sur trois piliers : anticiper, pour mieux connaître le tissu économique et les besoins des collectivités, adapter les usages, afin notamment de rendre équitable entre toutes les entreprises l'accès à la commande publique, et ancrer la commande publique sur le territoire.

En tant qu'entrepreneur, je considère la commande publique comme un moyen de développer le business et de diversifier l'activité de mon entreprise. Je conseillerais aux entrepreneurs qui souhaitent se lancer de mettre en place une veille sur les marchés publics et d'aller à la rencontre des acheteurs pour se faire connaître et mieux appréhender leurs attentes. Il est aussi important de perfectionner son mémoire technique et ne pas hésiter à se faire accompagner s'ils n'ont pas les compétences en interne.

**Je conseillerais aux entrepreneurs qui souhaitent se lancer de mettre en place une veille sur les marchés publics et d'aller à la rencontre des acheteurs pour se faire connaître et mieux appréhender leurs attentes.**

Bien utilisés, les outils digitaux peuvent faciliter l'accès à l'information et simplifier les démarches administratives pour les entreprises. Pour les acheteurs, cela peut être un moyen d'évaluer et d'optimiser leurs achats sur la base d'indicateurs. Pour optimiser l'usage du digital, il faudrait le rendre encore plus accessible, former les chefs d'entreprises et rationaliser les outils. En effet, on assiste aujourd'hui à une multiplicité des plateformes et usages pouvant nuire à la lisibilité et l'accessibilité aux marchés.

C'est pourquoi je serais évidemment favorable à la création d'une plateforme unique qui permettrait d'informer sur les projets d'achats locaux et de rassembler en un lieu l'ensemble des appels d'offres. Ceci faciliterait l'accès du plus grand nombre à la commande publique et élargirait la concurrence. Cette plateforme serait enfin l'opportunité de mesurer efficacement l'impact de la commande publique locale sur le territoire réunionnais.

Ce projet serait un levier pour développer l'ancrage territorial. Mais pour sa réussite, il nous faut sensibiliser l'ensemble des acteurs locaux sur les enjeux d'une telle plateforme et les inciter à l'utiliser. À mon sens, ce projet ne peut fonctionner qu'avec l'implication et la collaboration des acheteurs publics locaux.

### 3.3 ILS SONT ACTEURS NATIONAUX DE LA COMMANDE PUBLIQUE



**Jean-François THIBOUS**  
Directeur de projet  
« Transformation numérique  
de la commande publique »

**L**e principal objectif du projet TNCP est de parvenir à l'interopérabilité entre les différentes plateformes d'achats publics. Il en existe aujourd'hui une quarantaine et notre volonté c'est que d'ici à 2024 une entreprise puisse répondre à l'ensemble des marchés publics avec un seul compte.

La grande différence avec les plateformes régionales existantes, c'est que celles-ci permettent de consulter les marchés dans la région, mais renvoie, pour répondre, vers le site source. Le portail APProch est en quelque sorte la première pierre de ce projet en permettant de consulter les projets d'achats sur l'ensemble du territoire.

Pour une région comme La Réunion, la question est de savoir combien il y a d'acheteurs publics et où ils publient leurs offres pour juger de la pertinence d'un portail local. Portail qui pourra par ailleurs être « raccordé » à la plateforme nationale lorsque celle-ci sera opérationnelle en 2024.

L'intérêt de l'interopérabilité, c'est évidemment de disposer d'un endroit unique où il sera possible de consulter et répondre à l'ensemble des marchés. Mais cela signifie aussi que les entreprises métropolitaines auront un accès facilité aux marchés publics de La Réunion. Et inversement...



**Hervé FORMELL**  
Chef de service - Direction  
de l'Achat Public - Région  
Grand Est

**L**e projet APOGE s'est construit en deux grandes étapes répondant à un seul et même objectif : mieux informer les entreprises. Tout d'abord nous avons voulu mettre en place un agrégateur de l'ensemble des consultations en cours sur la Région Grand Est. Des robots vont chercher ces consultations sur les différentes plateformes locales et nationales existantes et les centralisent sur APOGE. Le système fonctionne et il n'y a aucun trou dans la raquette.

Dans un second temps, en 2020, les forces vives du territoire ont estimé que la commande publique serait un outil essentiel pour la relance de l'économie une fois la crise sanitaire passée. Nous avons alors souhaité que les acheteurs publics puissent publier leurs projets d'achats sur APOGE afin que les entreprises aient la possibilité d'anticiper les projets du territoire et se préparent à y répondre. Le plus gros travail est de récupérer les données des acheteurs publics sur leurs projets d'achats. Nous avons notamment mis en place un système de classement sur le degré de certitude de l'achat.

L'intérêt d'un portail comme APOGE, outre de permettre aux entreprises d'accéder facilement et gratuitement aux consultations en cours et aux acheteurs publics de donner plus de visibilité à leurs appels d'offres, c'est que nous bénéficions de données chiffrées. Nous savons exactement et quotidiennement combien d'entreprises l'utilisent et avons des retours concrets qui nous permettent d'ajuster nos politiques.

APOGE n'a bien sûr pas vocation à remplacer les plateformes nationales. Nous connaissons par ailleurs bien les projets menés par les services de l'État, notamment le portail APProch, mais nous pensons qu'une plateforme reste utile et complémentaire. Nous pourrions la faire évoluer si besoin et en fonction des outils mis en place à l'échelle nationale, mais si c'était à refaire nous le referions sans aucune hésitation, car les résultats sont là pour un investissement que je juge modeste.



**Alexandre GASPARIAN**  
Directeur de la plateforme  
régionale des achats de  
l'État - SGAR Occitanie

**C**e projet est né d'une idée du Club Stratégie Achat qui regroupe les principaux donneurs d'ordre de la Région Occitanie. L'un de nos principaux axes de travail concerne l'accès des TPE à la commande publique. Nous avons la volonté de mettre en commun l'ensemble des annonces sur un même portail pour éviter à ces entreprises d'avoir à jongler entre plusieurs profils acheteurs.

Nous sommes allés chercher des financements et avons bénéficié d'un Programme d'investissements d'avenir (PIA) d'un montant de 130 000 € pour financer 50 % du montant total du projet. Notre projet était construit autour de trois axes : la création d'un portail agglomérant les consultations en cours dans la Région, la création d'une fonctionnalité permettant de renseigner les projets d'achats et l'organisation d'un hackathon sur l'ouverture des données de la commande publique.

Nous avons créé et lancé le portail avec des robots chargés d'aller chercher les consultations en cours sur les différents sites pour les centraliser. Malheureusement, nous nous sommes heurtés aux réticences de certains éditeurs qui ont refusé qu'on exporte ces données. C'est pourquoi, à mon sens, les principales difficultés sur un tel projet ne sont pas techniques, mais juridiques et politiques.

Bien que nous n'ayons pas communiqué massivement sur ce portail, il y a déjà du trafic. La question qui va désormais se poser est de savoir comment nous allons intégrer notre portail au sein du grand projet TCNP. Je reste persuadé qu'un portail régional garde un réel intérêt, car il sera toujours compliqué pour une plateforme nationale de toucher tous les acheteurs d'une région.

**Je reste persuadé qu'un portail régional garde un réel intérêt, car il sera toujours compliqué pour une plateforme nationale de toucher tous les acheteurs d'une région.**

...

# Conclusion.

Ce Livre Blanc précise **les enjeux de l'accessibilité numérique des données de la commande publique**. En relation avec le projet de Transformation Numérique de la Commande Publique mené par l'État, il s'agit désormais pour les acteurs locaux, avec l'aide active du HCCP, de s'appropriier les outils qui vont être mis en place et de les faire fructifier.

Dans cette optique, des actions de formation et de communication devront être menées pour que les forces vives du territoire puissent mutualiser leurs besoins et les solutions apportées. Améliorant ainsi l'accessibilité numérique des données de la commande publique.

À nous de jouer.

## Ils ont participé à l'élaboration de ce Livre Blanc

Olivier Bénard

Charles-Henri Donz

Mickaël Félix

Hervé Formell

Alexandre Gasparian

Claude Haisman

Eric Lallemand

Johnny Law Yen

Jacques Maunier

Rémy Mein

Daniel Moreau

Heddy Ogire

Yannick Paris

Jean-Claude Pitou

Jean-Pierre Potier

Raphaël Serrier

Jean-François Thibous

# remerciements.







# ANNEXE N° 1

## PANORAMA DES PORTAILS PUBLICS

### D'ACHAT A LA RÉUNION

#### PLUS DE 80 PORTAILS IDENTIFIÉS.

Exemples de site privés recensant les appels d'offres : E-marche, Klicanoo, AWS, marchés sécurisé.fr, achatpublic.com, marches.public.info...

#### ACHETEURS CENTRALISÉS

**ÉTAT** : la plateforme PLACE centralise toutes les offres de l'administration centrale et déconcentrée (Université, Établissement pénitencier, Justice, Préfecture, DEAL, ADEME) et des établissements publics + CCIR + Union des groupes d'achats.

#### ACHETEURS DÉCENTRALISÉS :

**RÉGION** : <https://marches-publics.regionreunion.com/?page=entreprise.EntrepriseAdvancedSearch&AllCons>

**DÉPARTEMENT** : <http://marchesformalises.cg974.fr/>

#### ÉTABLISSEMENTS DE COOPÉRATION INTERCOMMUNALE (EPCI) :

**CINOR** : <https://marches.cinor.fr/?page=entreprise.EntrepriseHome&goto=>

**TCO** : <https://www.tco.re/pro/marches-publics/plateforme-des-marches-publics/>

**CIVIS** : <https://civis.e-marchespublics.com/>

**CASUD** : <https://casud.achatpublic.com/sdm/ent/gen/index.do>

**CIREST** : <http://www.cirest.fr/lagglomeration/marches-publics/marchs-en-cours-740.html>

#### COMMUNES :

**Les Avirons** : [https://www.marches-securises.fr/perso/Les-Avirons\\_974/](https://www.marches-securises.fr/perso/Les-Avirons_974/)

**Bras-Panon** : <http://www.braspanon.re/marches-publiques/>

**Entre-Deux** : <http://www.village-entredeux.fr/index/362/fr/Marches+Publics/>

**L'Étang-Salé** : <https://www.letangsale.fr/mes-acces-rapides/mes-services/les-marches-publics> (site mairie) ; <https://www.achatpublic.com/sdm/ent/gen/index.do> (plateforme)

**Petite-Île** : <https://www.petite-ile.re/mes-services/marches-publics>

**La Plaine-des-Palmistes** : <https://www.ville-plainedespalmistes.fr/avis-appels-publics-concurrence/>

**Le Port** : <https://www.ville-port.re/marches-publics/>

**La Possession** : <https://www.lapossession.re/ma-mairie/les-marches-publics.html>

**Saint-André** : [https://www.marches-securises.fr/perso/Saint-Andre\\_974/](https://www.marches-securises.fr/perso/Saint-Andre_974/)

**Saint-Benoît** : <https://www.saint-benoit.re/page/16-marche-publics>

**Saint-Denis** : <https://www.saintdenis.re/marchespublics>

**Saint-Joseph** : [https://saintjoseph.achatpublic.com/sdm/ent/gen/ent\\_recherche.do](https://saintjoseph.achatpublic.com/sdm/ent/gen/ent_recherche.do)

**Saint-Leu** : <https://www.saintleu.re/categorie/mairie/marches-publics>

**Saint-Louis** : <https://marchespublics-saintlouis.omnikles.com/xmarches/indexfs.do#mainContainer>

**Saint-Paul** : <https://www.mairie-saintpaul.re/campaigns/marche-public/>

**Saint-Pierre** : <https://www.marches-publics.info/accueil.htm>

**Saint-Philippe** : <https://saintphilippe.e-marchespublics.com/>

**Sainte-Marie** : <https://www.ville-saintemarie.re/mairie-en-ligne/marches-publics/>

**Sainte-Rose** : <http://www.sainterose.re/fr/marches-publics>

**Sainte-Suzanne** : <https://ville-saintesuzanne.re/marches-publics/>

**Salazie** : <https://www.marches-publics.info/>

**Le Tampon** : <https://agysoft.marches-publics.info/accueil.htm> / <https://webmarche.adullact.org/?page=entreprise.EntrepriseHome&goto=>

**Les Trois-Bassins** : ?

**Cilaos** : <https://ville-cilaos.fr/marches-publics.php>

#### AMÉNAGEMENT :

**EPL** : SPL et SEM de La Réunion

**SPLAR** : <https://www.splar.re/espace-pro/nos-appels-d-offres>

**SPL EST RÉUNION DÉVELOPPEMENT** : (pas de portail intégré, publiée au BOAMP) <https://www.boamp.fr/>

**SAPHIR** : <https://www.achatpublic.com/sdm/ent/gen/index.do>

**SPLA GRAND SUD** : pas de portail intégré, publiée au BOAMP, <https://www.boamp.fr/>

#### BAILLEURS SOCIAUX :

**SIDR** : [https://sidr.achatpublic.com/sdm/ent/gen/ent\\_recherche.do](https://sidr.achatpublic.com/sdm/ent/gen/ent_recherche.do)

**SEMADER** : <https://www.semader.fr/qui-sommes-nous/consultez-nos-avis-de-marches/>

**SEDRÉ** : <https://www.sedre.fr/appels-doffres/>

**SHLMR** : <https://shlmr.achatpublic.com/sdm/ent/gen/index.do>

**SODIAC** : <https://www.sodiad.fr/appels-doffres/consultations>

**SOEGIS** : [https://sodegis.achatpublic.com/sdm/ent/gen/ent\\_recherche.do](https://sodegis.achatpublic.com/sdm/ent/gen/ent_recherche.do)

**SEMAC** : <https://www.sodiad.fr/appels-doffres/consultations>

#### DÉVELOPPEMENT DURABLE :

**SPL HORIZON Réunion** : <https://www.marches-securises.fr/entreprise/>

**SPL EDDEN** : <https://spl-edden.e-marchespublics.com/>

**SPL TAMARUN** : <http://www.tamarun.fr/> (rubrique achat)

#### TRANSPORT

**SEMATRA** : <https://marches-publics.regionreunion.com/app.php/consultation/3334>

**SEMTO** : <https://marches-publics.regionreunion.com/?page=entreprise.EntrepriseAdvancedSearch&AllCons>

**SEMTEL** : pas de portail intégré, publiée au BOAMP, <https://www.boamp.fr/>

**SEM SODIPARC** : pas de portail intégré, publiée au BOAMP, <https://www.boamp.fr/>

**SEMIR** : pas de portail intégré, publiée au BOAMP, <https://www.boamp.fr/>

#### RECYCLAGE, TRI :

**SEM Réunion recyclage environnement** : <https://semrre.e-marchespublics.com/>

**SEM CYCLEA** : <https://www.cyclea.fr/marches-publics/>

**SEM MARCHÉ DE GROS** : (pas de site) <https://www.boamp.fr/>

**SPL SUDEC** : pas de portail intégré, publiée au BOAMP, <https://www.boamp.fr/>

#### SERVICE EAUX :

**SEMOP EAUX DE LA POSSESSION** : pas de portail intégré, publiée au BOAMP, <https://www.boamp.fr/>

**SPL SOURCES ET EAUX** : <https://www.petite-ile.re/mes-services/marches-publics>



## ÉDUCATION / CULTURE / TOURISME

**SPL AFDAR** : [http://www.marches-securises.fr/perso/AFDAR\\_974/](http://www.marches-securises.fr/perso/AFDAR_974/)

**SPL OPE** : <https://www.marches-publics.info/>

**SPL Réunion des musées Régionaux** : <https://museesreunion.e-marchespublics.com/>

**SPL TERRITO'ART** : <https://citedesarts.e-marchespublics.com/>

**SPL Petite Enfance** : <https://www.achatpublic.com/sdm/ent/gen/index.do>

**SPL TI BABA** : <https://www.crechetibaba.re/actualites/marches-publics.html>

**SEM ESTIVAL** : (pas de portail intégré, publié BOAMP) <https://www.boamp.fr/>

**SEM PIPANGAI PRODUCTION** : pas de marché (à priori) <https://www.boamp.fr/>

**SEM OTI DU SUD** : pas de portail intégré, publié BOAMP <https://www.boamp.fr/>

## DÉVELOPPEMENT INNOVATION :

**SPL OPUS** : pas de portail intégré, publié au BOAMP, <https://www.boamp.fr/>

**SPL MARAINA** : [https://spl-maraina.achatpublic.com/sdm/ent/gen/ent\\_recherche.do](https://spl-maraina.achatpublic.com/sdm/ent/gen/ent_recherche.do)

**SEM NEXA** : (pas de portail intégré, publié au BOAMP) <https://www.boamp.fr/>

**SEM NORDEV** : (pas de portail intégré, publié au BOAMP) <https://www.boamp.fr/>

## EPA / EPIC LOCAUX :

**SDIS** : <http://www.sdis974.re/navigation-haut/marches-publics.html>

**DEAL** : <http://www.reunion.developpement-durable.gouv.fr/marches-publics-r36.html>

**Grand port maritime de La Réunion (GPMDLR)** : <https://marches-publics.info/accueil.htm>

**EPF Réunion** : <http://www.epf-reunion.com/epfreunion/index.php/publications/appel-doffres>

**CAF** : <https://www.caf.fr/presse-institutionnel/marches-publics>

**Pôle emploi** : <https://pole-emploi.e-marchespublics.com/>

**CHU Réunion** : <http://achats.chu-reunion.fr/accueil.htm>

**CSTB (EPIC)** : [https://www.marches-securises.fr/entreprise/?module=liste\\_consultations&presta=;services;travaux;fournitures;autres&r=cstb&date\\_cloture\\_type=0](https://www.marches-securises.fr/entreprise/?module=liste_consultations&presta=;services;travaux;fournitures;autres&r=cstb&date_cloture_type=0)

**Aéroport de Pierrefonds (Syndicat mixte)** : <http://www.pierrefonds.aeroport.fr/espace-pro/marches-publics.html>

**La CRÉOLE (régie)** : <https://regie-lacreole.e-marchespublics.com/>

## SOCIÉTÉS PRIVÉES :

**EDF** : [https://pha.edf.com/page.aspx/fr/usr/login?ReturnUrl=/page.aspx/fr/buy/home&\\_ga=2.142834869.1432938837.1614174236-801495168.1614174236](https://pha.edf.com/page.aspx/fr/usr/login?ReturnUrl=/page.aspx/fr/buy/home&_ga=2.142834869.1432938837.1614174236-801495168.1614174236)

**Aéroport de Roland Garros** : [http://www.marches-securises.fr/perso/AR-Roland-Garros\\_974/](http://www.marches-securises.fr/perso/AR-Roland-Garros_974/)

**Groupe La Poste** : <https://e-sourcing.extra.laposte.fr/web/login.html>

## ANNEXE N° 2



**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'agrèger 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%) suivie 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.

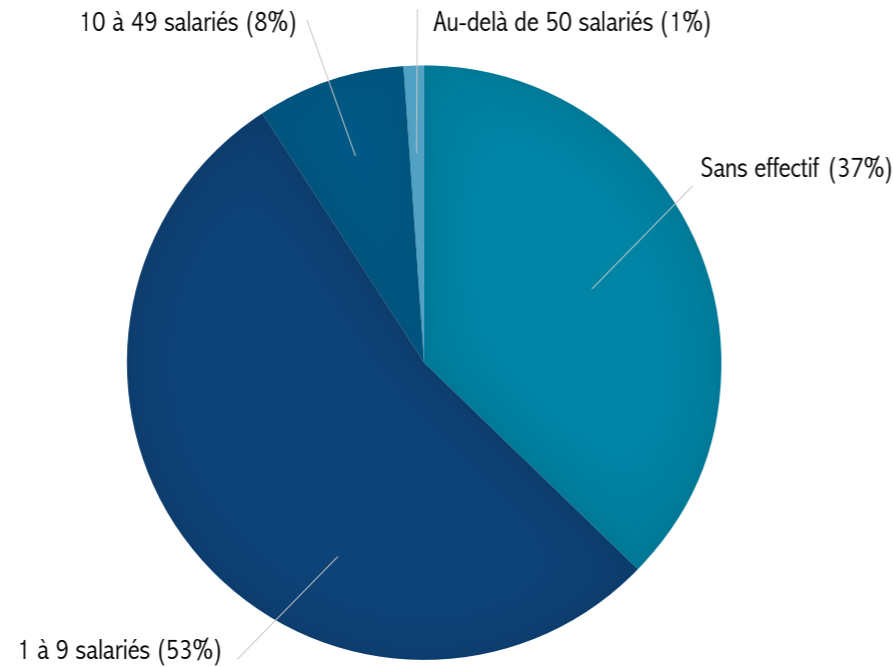
### #4 LES ATTENTES

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

**NOMBRE DE RÉPONDANTS À L'ENQUÊTE**  
**249**

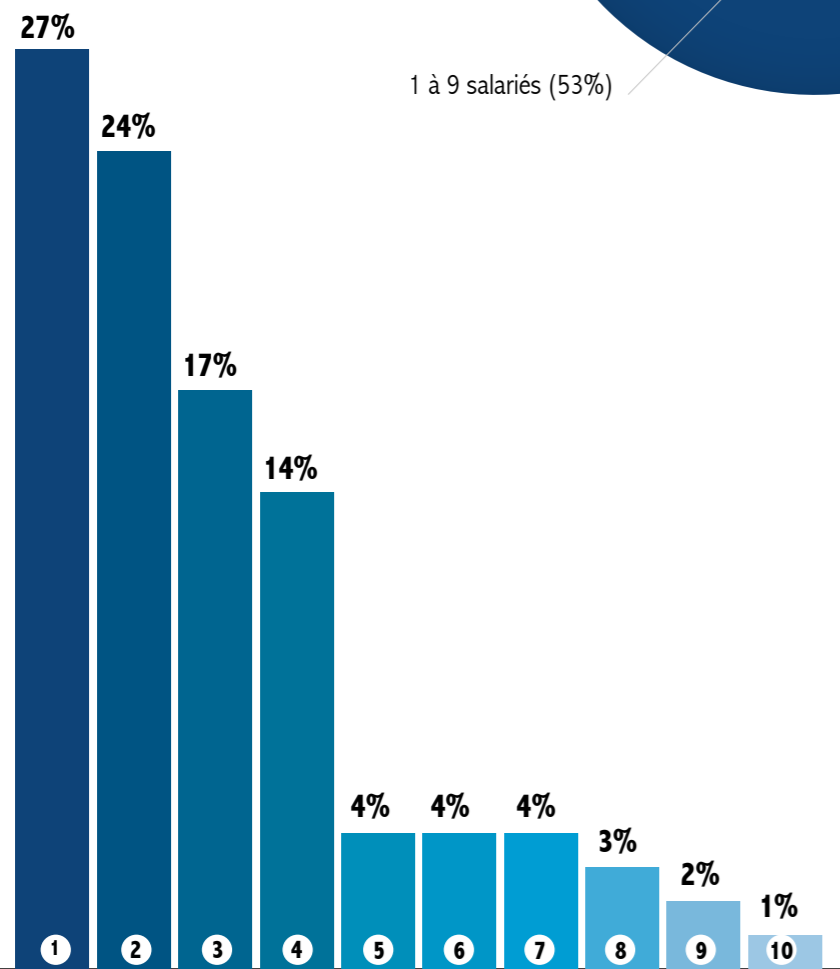
## TAILLE DE L'ENTREPRISE



## 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 Energie et fluides

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



# L'ACCÈS À LA COMMANDE PUBLIQUE

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



### PARMI «NON» LES PRINCIPAUX FREINS POUR RÉPONDRE 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 RÉPONDRE À UN MARCHÉ PUBLIC SONT :

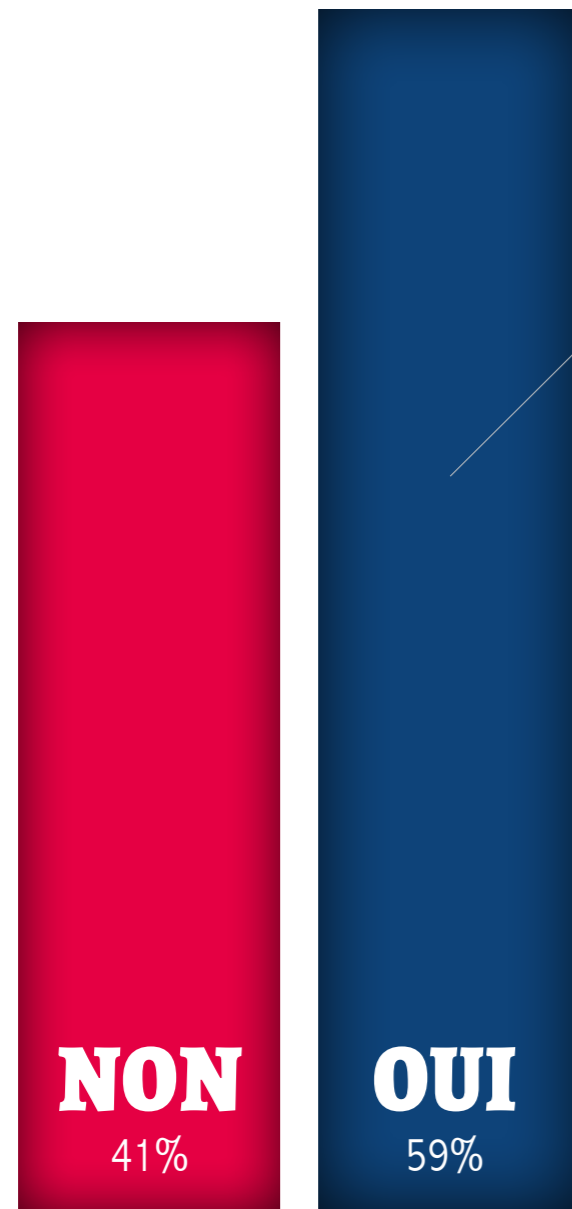
- 49% Complexité des procédures
- 46% Capacités financières
- 39% Rédaction des réponses aux appels d'offres
- 24% Difficultés de compréhension des documents administratifs et techniques

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

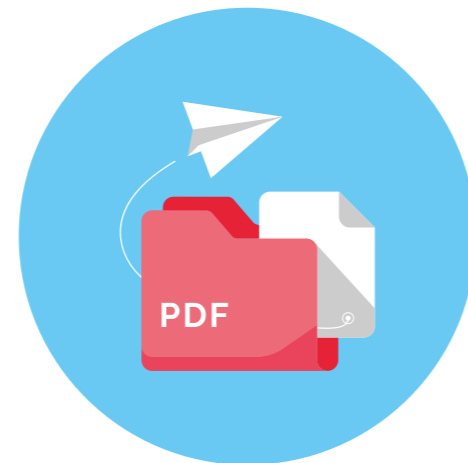


# LA FORMATION DES ENTREPRISES

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%**

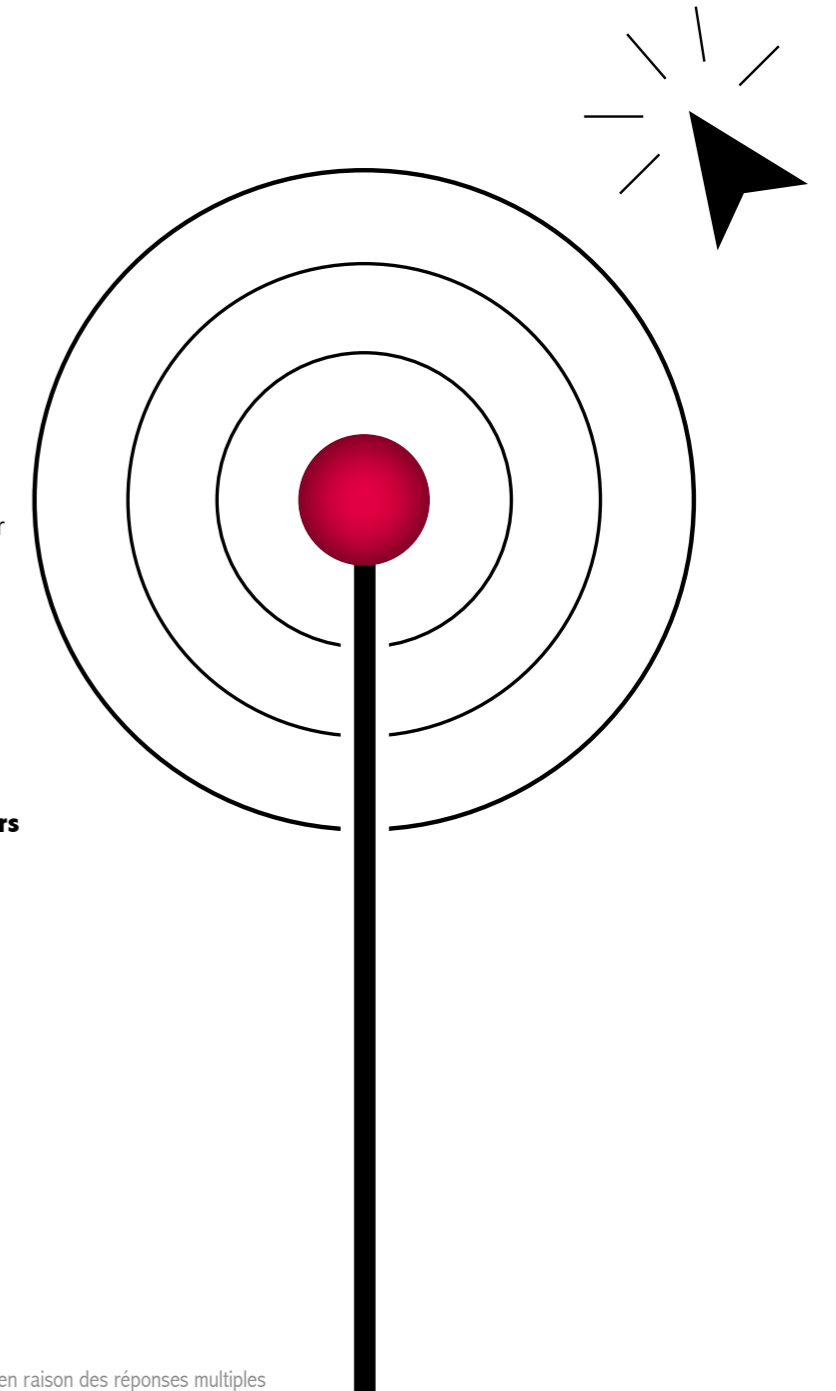
Vous consultez des sites de **publication et profils acheteurs** BOAMP, PLACE, AWS-ACHAT, ... Vous êtes abonné à une société privée pour recevoir une veille et des alertes

**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**

**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



**44%**  
**MOYEN**



**10%**  
**MAUVAIS**

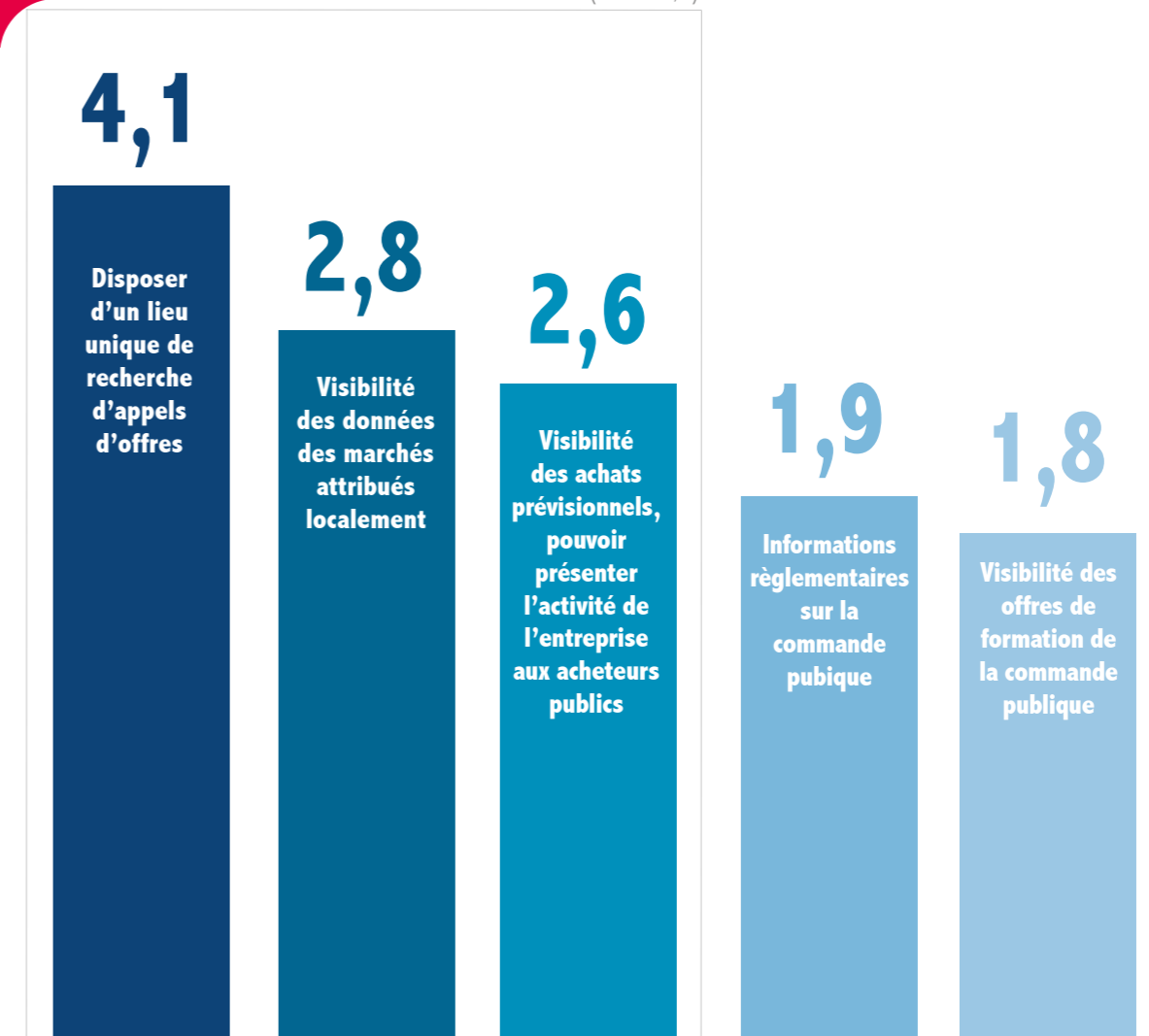
En raison des arrondis appliqués au % supérieur, il est possible de constater des écarts de 1 point

# 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)

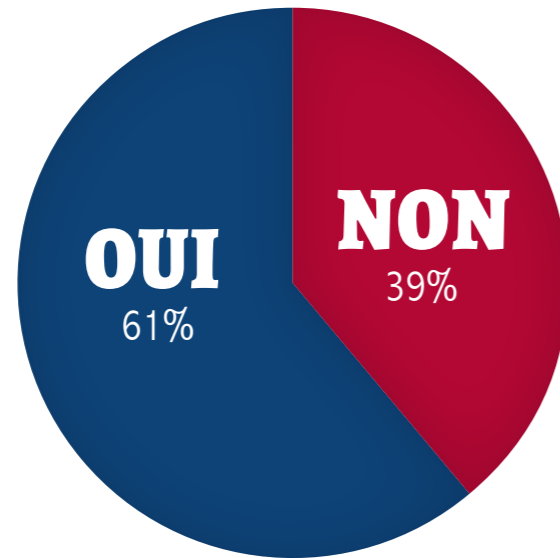
**CRITÈRES LES PLUS IMPORTANTS** (>= à 2,5)





# 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'ÉCONOMIE VIA LA COMMANDE PUBLIQUE**

réalisée du 10 au 25 juin 2021

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



# Étude sur les pratiques des acheteurs en matière d'accès des TPE-PME à la commande publique, d'achats innovants et d'achats durables



## Sommaire

- Préambule**..... p3
- A | Données générales**..... p4
  - TYPOLOGIE DES ACHETEURS AYANT PARTICIPÉ À L'ENQUÊTE..... p5
- B | Accès des TPE/PME à la commande publique** ..... p6
  - 1/ PRATIQUE DE L'ALLOTISSEMENT ..... p6
  - 2/ PRATIQUE DES VARIANTES ..... p7
  - 3/ MESURE DE LA PARTICIPATION DES TPE/PME..... p8
- C | Achats innovants** ..... p9
  - 1/ FORMATION AUX ACHATS INNOVANTS ..... p9
  - 2/ CONNAISSANCE DU DISPOSITIF EXPÉRIMENTAL ISSU DU DÉCRET DU 24 DÉCEMBRE 2018..... p10
  - 3/ CONNAISSANCE DU DÉCRET DU 22/07/2020 fixant les seuils temporaires de dispense de mise en concurrence établis à 70.000 € pour les travaux et à 100.000 € pour les denrées alimentaires ..... p11
  - 4/ CONNAISSANCE DE LA STRATÉGIE DU BON ACHAT ..... p12
- D | Achats durables**..... p13
  - 1/ MISE EN PLACE D'UNE POLITIQUE D'ACHAT DURABLE ..... p13
  - 2/ PRISE EN COMPTE DES OBJECTIFS DU DÉVELOPPEMENT DURABLE DANS LA DÉFINITION DES BESOINS ..... p13
  - 3/ FORMATION AUX CLAUSES SOCIALES ET ENVIRONNEMENTALES..... p14
  - 4/ INTÉGRATION DES CLAUSES SOCIALES ET ENVIRONNEMENTALES DANS LES MARCHÉS ..... p15
- E | Sourcing et avances** ..... p16
  - 1/ ACHETEURS AYANT RECOURS AU SOURCING ..... p16
  - 2/ ACHETEURS PROCÉDANT À LA VALORISATION DES AVANCES ..... p16





## Préambule

Cette étude a été menée dans le but de repérer les pratiques actuelles de l'achat public et les améliorations possibles, pour renforcer à La Réunion :

- 1/ l'accès des TPE-PME,
- 2/ l'innovation,
- 3/ la performance de la commande publique.

Ses résultats permettront notamment d'alimenter une étude sur les besoins de formation à la commande publique des acteurs réunionnais (élus, acheteurs publics et entreprises), lancée en février 2021, ainsi que la réflexion menée au sein des groupes de travail du HCCP, et notamment le GT4 intitulé « Accès à la commande publique des TPE PME réunionnaises ».

Il nous est apparu essentiel de poser un diagnostic factuel de la pratique des nombreuses possibilités déjà permises par le code de la commande publique pour permettre l'accès des TPE/PME. En effet, le volume global de la commande publique, estimé à 10% du PIB réunionnais (par symétrie à celui de la France métropolitaine), soit 1,8 milliards d'euros, trouvera une maximisation de ses retombées économiques et sociales, par la place accordée aux savoir-faire locaux.



## A | Données générales

Cette étude s'est déroulée en août/septembre 2020 auprès d'un panel représentatif des acheteurs publics de La Réunion (services de l'État, hôpital et collectivités locales principalement).

Inspiré librement de celui conçu par l'Observatoire économique de la commande publique (OECPP), ce questionnaire, grâce à quelques questions simples, permet de mesurer la mise en œuvre de la réglementation dans le domaine de la commande publique.

Les résultats présentés ont été obtenus sur la base des 45 questionnaires renseignés par les acheteurs volontaires du 14 août au 26 octobre 2020 (sur 67 contactés).

Il convient de noter qu'il s'agit d'une enquête de perception. Les conclusions n'ont pas valeur démonstrative absolue. Néanmoins, elles peuvent donner des indications sur le ressenti et les pratiques.

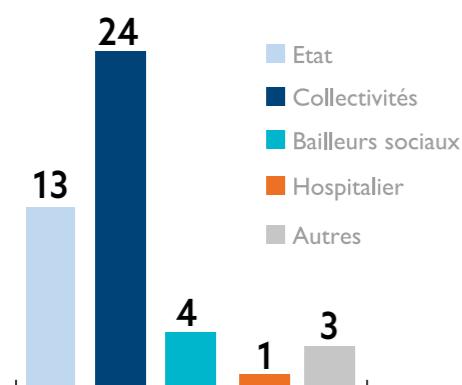
Après quelques données générales de cadrage, l'étude vise à mesurer les pratiques des acheteurs selon trois axes stratégiques : l'accès des TPE/PME à la commande publique, les achats innovants et les achats durables, au travers d'un nombre limité d'indicateurs retenus pour l'étude.



## TYPOLOGIE DES ACHETEURS AYANT PARTICIPÉ À L'ENQUÊTE

Comme indiqué en introduction, les statistiques présentées sont fondées sur les 45 réponses enregistrées.

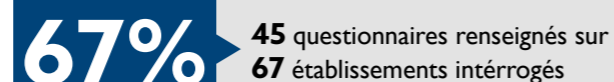
### Catégories d'acheteurs ayant participé à l'enquête



Au sein des acheteurs, les collectivités locales et leurs établissements représentent plus de la moitié des participants (53%), ce qui peut s'expliquer par le fait qu'elles correspondent aussi à la grande majorité des acheteurs à La Réunion.

Elles sont suivies par l'État (29 % des réponses) et par les « autres » qui comprend les bailleurs sociaux, les hospitaliers...

### Taux de sondage de l'enquête



### Les répondants

- **Etats et leurs établissements (13) :** PIAP, DEAL, DRFIP, Rectorat (2), INSEE, FAZSOI (2), TAAF, Météo France, ONF, Cour d'Appel, RSMA
- **Collectivités et leurs établissements (24) :**
  - Région, Département
  - Intercommunalités : CINOR, TCO, CASUD, CIVIS
  - Villes : Le Port, Le Tampon, Saint-Denis, Petite-Île Saint-Paul, Sainte-Rose, Les Aviron, Saint-Pierre, Trois-Bassins, Saint-Benoît, Bras-Panon, Étang Salé, La Possession, Saint-André, Sainte-Marie, Saint-Joseph, Plaines des Palmistes
  - ILEVA
- **Bailleurs sociaux (4) :** SIDR, SEMADER, SHLMR, SODIAC
- **Hospitalier (1) :** CHU
- **Autres (3) :** Aéroport, Port (GPMDLR), SPLAR

## B | Accès des TPE/PME à la commande publique

Les indicateurs retenus sont les suivants :

### 1/ PRATIQUE DE L'ALLOTISSEMENT

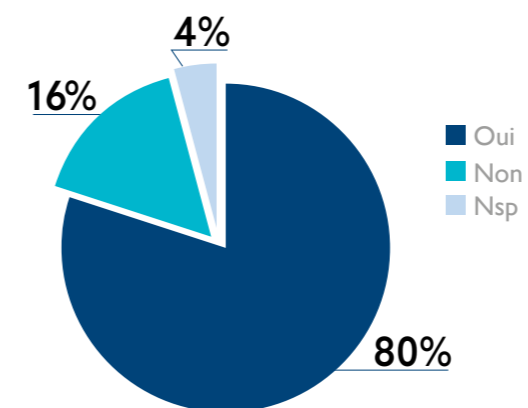
Le CCP (Code de la Commande Publique) dispose que « les marchés sont passés en lot séparés, sauf si leur objet ne permet pas l'identification de prestations distinctes. L'acheteur détermine le nombre, la taille et l'objet des lots ».

Le principe de l'allotissement s'applique à l'ensemble des acheteurs, indépendamment de leur qualité de pouvoir adjudicateur, et à l'ensemble des marchés, quelle que soit la procédure utilisée.

80 % des acheteurs considèrent que l'allotissement est un élément qui contribue effectivement à favoriser l'accès des TPE/PME à la commande publique.

### Pratique de l'allotissement

*L'allotissement contribue-t-il à favoriser l'accès des TPE-PME à la commande publique ?*





## 2/ PRATIQUE DES VARIANTES

Le terme « **variante** » correspond à une offre qui peut être différente des spécifications techniques de la solution de base, tout en satisfaisant le besoin conformément au cahier des charges.

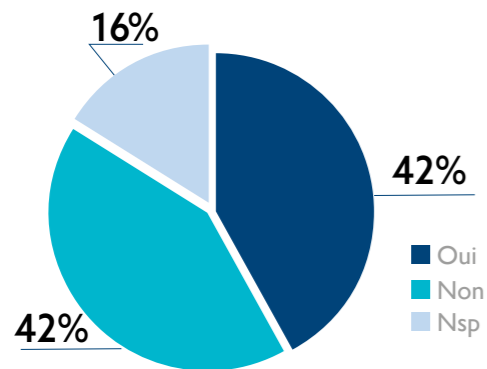
Les variantes permettent, d'une part, aux entreprises de faire valoir leur savoir-faire et leur capacité d'innovation et, d'autre part, aux administrations d'optimiser la réponse à leurs besoins par des procédés alternatifs plus performants, qui n'ont pas nécessairement été envisagés au départ.

Contrairement à la question précédente, l'avis des acheteurs est très partagé ici : 42 % d'entre eux sont convaincus que les variantes sont un levier d'accès pour les TPE/PME et 42 % ne le sont pas ; les 16 % restant ne se prononcent pas.



### Pratique des variantes

*Le recours aux variantes contribue-t-il à favoriser l'accès des TPE-PME à la commande publique ?*



### Pistes d'action à envisager

- Autoriser les variantes dans les documents de consultation. Cela revient également à envoyer un signal positif en faveur de l'innovation.
- Inciter les entreprises à décrire et justifier avec précision l'amélioration technique ou l'économie générée par la variante par rapport à la solution de base dans la trame de mémoire technique.

## 3/ MESURE DE LA PARTICIPATION DES TPE/PME

L'OECP calcule annuellement, à l'échelle du territoire national, la part des PME dans la commande publique en tant que titulaires de marché.

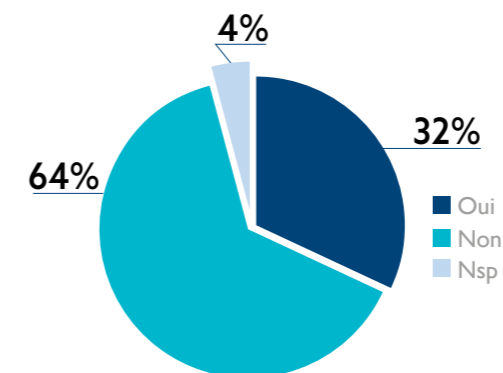
En moyenne, sur la période 2015-2018, les PME représentent 60 % des titulaires des marchés en nombre et 30 % en valeur, tous acheteurs confondus.

Dans le cadre de notre enquête, 64 % des acheteurs ont déclaré que leurs entités ne calculaient pas la part que représentent les TPE/PME au sein de leurs marchés.



### Mesure de la participation des TPE-PME à la commande publique

*Votre organisation calcule-t-elle la part des TPE-PME accédant à la commande publique ?*



64% des acheteurs ont déclarés que leurs entités ne calculaient pas la part des TPE-PME au sein de leurs marchés.

### Améliorations envisagées en faveur de l'accès des TPE/PME

- Simplification des procédures, des documents de la consultation
- Amélioration de l'information des entreprises sur les marchés
- Formation aux marchés publics (action en cours de montage à La Réunion)
- Accompagnement à la dématérialisation des marchés
- Approfondissement de l'allotissement
- Renforcement du sourcing : connaissance et promotion du tissu économique,
- Amélioration de la trésorerie des entreprises

## C | Achats innovants

Il s'agit principalement, dans cette sous-partie, de mesurer la formation des acheteurs à l'innovation en général et leur appréhension du dispositif expérimental du décret du 24/12/2018 en particulier.

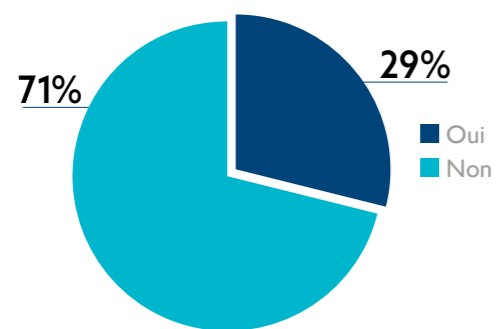
### 1/ FORMATION AUX ACHATS INNOVANTS

71 % des acheteurs déclarent ne pas être formés aux achats innovants.

Cela démontre **l'effort qui doit encore être mené pour sensibiliser les acheteurs à cette problématique.**

#### Acheteurs formés aux achats innovants

Êtes-vous formé aux achats innovants ?



**À noter que l'OECP a contribué à la sensibilisation des acheteurs par la production d'un guide dédié à l'achat public innovant, diffusé localement par le secrétariat du HCCP.**



## 2/ CONNAISSANCE DU DISPOSITIF EXPÉRIMENTAL ISSU DU DÉCRET DU 24 DÉCEMBRE 2018

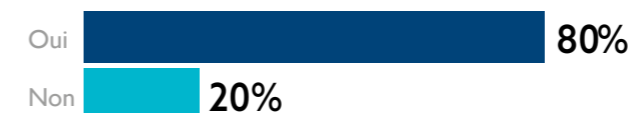
Ce décret prévoit, qu'à titre expérimental, **pour une période de 3 ans** (jusqu'au 25/12/2021), **les acheteurs peuvent passer un marché public négocié sans publicité ni mise en concurrence préalables** portant sur les travaux, fournitures ou services innovants répondant à un besoin dont la valeur estimée est inférieure à 100.000 € HT.

À l'inverse de la question précédente, 80 % des acheteurs déclarent bien connaître le dispositif expérimental ce qui ne présume pas de leur capacité à employer utilement le dispositif puisque seulement 9 % d'entre eux l'envisagent (29 % n'ont pas cette intention et 62 ne se prononcent pas).



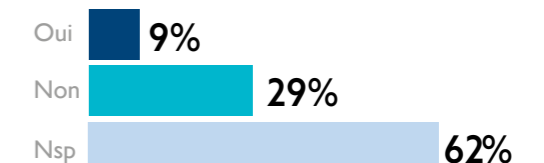
#### Connaissance de la mesure expérimentale par les acheteurs

Connaissez-vous le dispositif expérimental relatif aux achats innovants mis en place par le décret du 24 décembre 2018 ?



#### Intention d'expérimentation d'achats innovants

Avez-vous l'intention de recourir à l'expérimentation pour réaliser un achat innovant inférieur à 100 K€ HT sans publicité ni mise en concurrence ?



**La problématique de la qualification de l'achat innovant est sans doute un frein à la mise en œuvre de ce dispositif, tout comme la difficulté d'envisager une procédure sans mise en concurrence préalable.**



### 3/ CONNAISSANCE DU DÉCRET DU 22/07/2020 FIXANT LES SEUILS TEMPORAIRES DE DISPENSE DE MISE EN CONCURRENCE ÉTABLIS À 70.000 € POUR LES TRAVAUX ET À 100.000 € POUR LES DENRÉES ALIMENTAIRES

Cette disposition réglementaire est connue de 98 % des acheteurs publics (le secrétariat du HCCP a notamment diffusé une information aux acheteurs publics en la matière) mais **seulement 36 % d'entre eux ont l'intention de mettre en œuvre ce dispositif** de façon pérenne.



#### Acheteurs ayant connaissance des nouveaux seuils de dispense de mise en concurrence

Avez-vous connaissance du décret du 22 juillet 2020 fixant les nouveaux seuils temporaires de dispense de mise en concurrence établis à 70K€ pour les travaux et 100 K€ pour les denrées alimentaires ?



#### Acheteurs ayant l'intention de pérenniser ce dispositif

Avez-vous l'intention de mettre en œuvre ce dispositif de façon pérenne ?



### 4/ CONNAISSANCE DE LA STRATÉGIE DU BON ACHAT

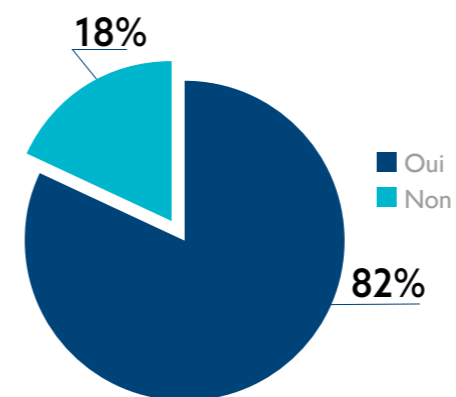
**82 % des acheteurs publics à La Réunion ont connaissance de la stratégie du bon achat** (décret du 31/01/2018 pris pour l'application de la loi du 28/02/2017 de programmation relative à l'égalité réelle en outre-mer et portant autres dispositions en matière économique et sociale).

Mais seulement les 2/3 des acheteurs publics mettent en œuvre une telle stratégie du bon achat et 50 % envisagent d'en mettre une en œuvre à terme



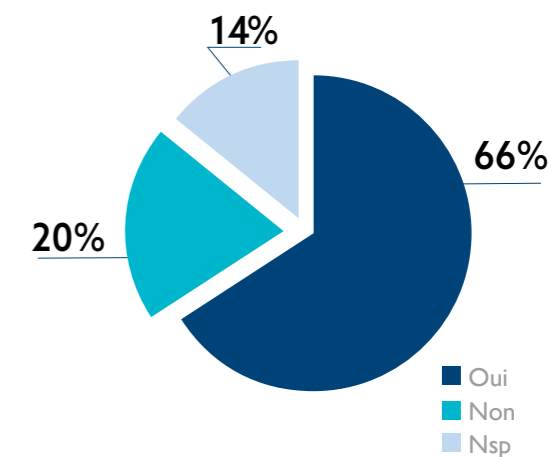
#### Connaissance de la Stratégie du Bon Achat par les acheteurs

Connaissez-vous la stratégie du bon achat et le décret n° 2018-57 du 31 janvier 2018 pris pour l'application du 3ème alinéa de l'article 73 de la loi n°2017-256 du 28 février 2017 de programmation relative à l'égalité réelle outre-mer et portant autres dispositions en matière sociale et économique ?



#### Mise en œuvre de la Stratégie du Bon Achat par les acheteurs

Mettez-vous en œuvre une stratégie du bon achat ?



## DI Achats durables

### 1/ MISE EN PLACE D'UNE POLITIQUE D'ACHAT DURABLE

Le CCP fait obligation aux acheteurs dont le montant annuel des achats est supérieur à 100 millions d'euros HT de mettre en place un **schéma de promotion des achats publics socialement et écologiquement responsables (SPASER)**.

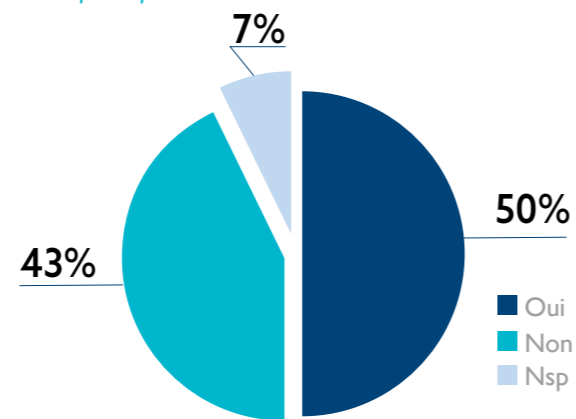
Cette mesure ne concerne pas la grande majorité des acheteurs à La Réunion du fait du seuil retenu.

La politique d'achat durable qu'ils adoptent relève donc d'une démarche volontaire.

La moitié des acheteurs locaux déclarent que leur entité a mis en place une politique d'achat durable.

#### Mise en place d'une politique d'achat durable au sein des services acheteurs

*Votre organisme a-t-il mis en place une politique d'achat durable ?*



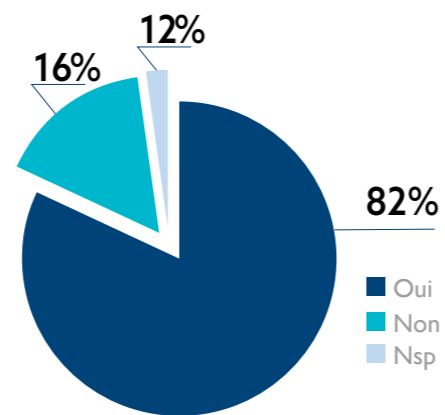
### 2/ PRISE EN COMPTE DES OBJECTIFS DU DÉVELOPPEMENT DURABLE DANS LA DÉFINITION DES BESOINS

La définition du besoin est une obligation posée à l'article L. 2111-1 du CCP.

**82 % des acheteurs déclarent prendre en compte les objectifs du développement durable** au stade de la définition du besoin, ce qui, s'agissant d'une obligation ancienne, n'est pas un chiffre exceptionnel, mais illustre cependant l'adhésion des acheteurs à cette règle.

#### Prise en compte des objectifs de développement durable dans la définition des besoins

*Lors de la définition du besoin, prenez-vous en compte les objectifs du développement durable ?*



Étude sur les pratiques des acheteurs en matière d'accès des TPE-PME à la commande publique, d'achats innovants et d'achats durables

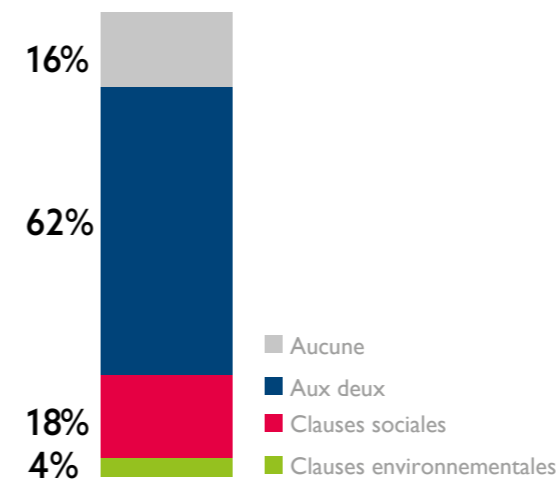
### 3/ FORMATION AUX CLAUSES SOCIALES ET ENVIRONNEMENTALES

On constate que 62 % des acheteurs se déclarent formés simultanément aux clauses environnementales et sociales.

Si on ajoute à cela les acheteurs formés uniquement aux clauses sociales, ce sont 80 % des répondants qui s'estiment formés.

#### Part des acheteurs formés aux clauses sociales et/ou environnementales

*Êtes-vous formé aux clauses sociales et environnementales ?*



Ce résultat est nettement plus important que celui relevé pour les achats innovants (29% des acheteurs y ont été initiés). Cet écart s'explique entre autres par la sensibilité des acheteurs au domaine du développement durable, qui s'est accrue au fil des années, tandis que l'innovation reste un sujet d'expertise un peu moins répandu, même s'il gagne du terrain.

Étude sur les pratiques des acheteurs en matière d'accès des TPE-PME à la commande publique, d'achats innovants et d'achats durables



## 4/ INTÉGRATION DES CLAUSES SOCIALES ET ENVIRONNEMENTALES DANS LES MARCHÉS

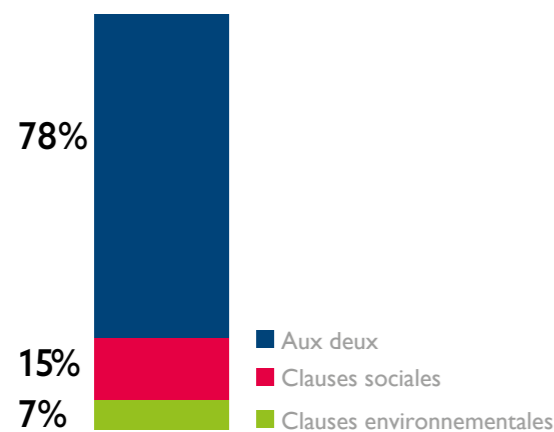
Dans le cadre du recensement économique annuel des contrats de la commande publique, l'OECP mesure la mise en œuvre de ce type de clauses au niveau national et 2/3 des acheteurs déclarent avoir déjà intégré des clauses environnementales et sociales dans un marché.

**Ce taux est de 78 % à La Réunion.** En ajoutant les acheteurs ayant seulement employé l'une ou l'autre des clauses, on arrive à un total de 100 %.



### Intégration des clauses sociales et environnementales dans les marchés

*Avez-vous déjà intégré au moins une fois dans un marché les clauses sociales et/ou environnementales ?*



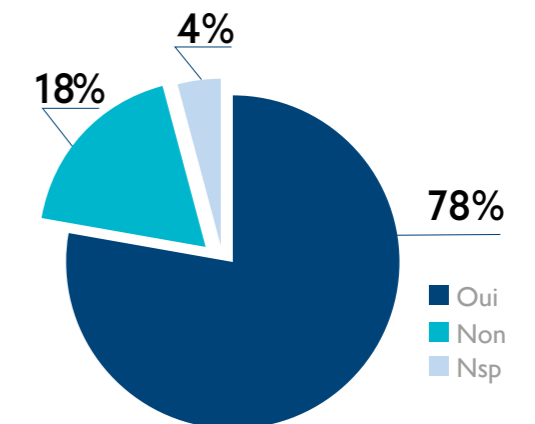
## E | Sourcing et avances

### 1/ ACHETEURS AYANT RECOURS AU SOURCING

**78 % des acheteurs publics à la Réunion** ont recours au sourcing contre 18 % qui n'utilisent pas cette méthode de travail (4 % ne se prononcent pas).

#### Acheteurs ayant recours au sourcing

*Votre organisme a-t-il recours au sourcing ?*

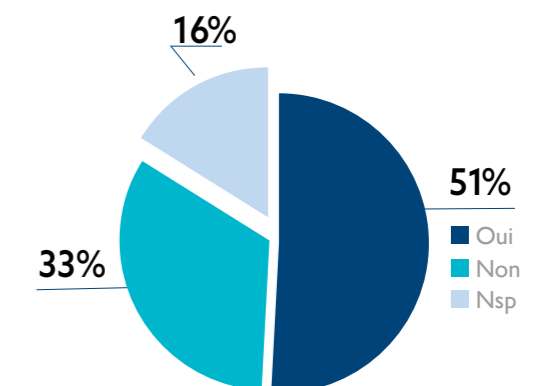


### 2/ ACHETEURS PROCÉDANT À LA VALORISATION DES AVANCES

**51 % des acheteurs y ont recours** alors qu'un tiers d'entre eux ne procède pas de la sorte (16 % ne se prononcent pas)

#### Acheteurs procédant à la valorisation des avances

*Votre organisme procède-t-il à la revalorisation des avances ?*



# ANNEXE N° 4

## LISTE DES DONNÉES ESSENTIELLES – CONCESSIONS

  
MINISTÈRE  
DE L'ÉCONOMIE,  
DES FINANCES  
ET DE LA RELANCE

Liberté  
Égalité  
Fraternité

### Liste des données essentielles – Concessions (Cf. annexe 15 du Code de la commande publique)

I. - Les données essentielles relatives aux contrats de concession sont :

- 1° Le numéro d'identification unique attribué au contrat de concession ;
- 2° La date de début d'exécution du contrat de concession ;
- 3° La date de publication des données essentielles du contrat de concession ;
- 4° Le nom de l'autorité concédante ;
- 5° Le numéro SIRET de l'autorité concédante ;
- 6° La nature du contrat de concession correspondant à l'une des mentions suivantes : concession de travaux, concession de service, concession de service public ou délégation de service public ;
- 7° L'objet du contrat de concession ;
- 8° La procédure de passation utilisée correspondant à l'une des mentions suivantes : procédure négociée ouverte, procédure non négociée ouverte, procédure négociée restreinte, procédure non négociée restreinte ;
- 9° Le nom du lieu principal d'exécution ;
- 10° L'identifiant du lieu principal d'exécution, sous la forme d'un code postal ou d'un code INSEE ;
- 11° La durée du contrat de concession en nombre de mois ;
- 12° La valeur globale hors taxes attribuée en euros ;
- 13° Le montant en euros des subventions ou de tout autre avantage financier octroyés par des tiers pour l'exploitation de la concession ;
- 14° Le nom du concessionnaire ;
- 15° Le numéro d'inscription du concessionnaire au répertoire des entreprises et de leurs établissements, prévu à l'[article R. 123-220 du code de commerce](#), à défaut le numéro de TVA intracommunautaire lorsque le siège social est domicilié dans un État membre de l'Union européenne autre que la France ou le numéro en vigueur dans le pays lorsque le siège social est domicilié hors de l'Union européenne ;
- 16° La date de signature du contrat de concession par l'autorité concédante ;

II. - Les données relatives à l'exécution du contrat de concession mises à disposition tous les ans :

- 1° Les dépenses d'investissement réalisées par le concessionnaire ;
- 2° Les intitulés des principaux tarifs à la charge des usagers ;
- 3° Les montants des principaux tarifs à la charge des usagers ;

III. - Les données relatives aux modifications apportées au contrat de concession sont :

- 1° La date de publication des données relatives aux modifications apportées au contrat de concession ;
- 2° L'objet de la modification du contrat de concession ;
- 3° La durée modifiée du contrat de concession ;
- 4° La valeur globale hors taxes modifiée en euros du contrat de concession ;
- 5° La date de signature de la modification du contrat de concession.

# ANNEXE N° 5

## LISTE DES DONNÉES ESSENTIELLES – MARCHÉS PUBLICS

  
MINISTÈRE  
DE L'ÉCONOMIE,  
DES FINANCES  
ET DE LA RELANCE

Liberté  
Égalité  
Fraternité

### Liste des données essentielles – Marchés publics (Cf. annexe 15 du Code de la commande publique)

I. - Données essentielles relatives aux marchés publics :

- 1° Le numéro d'identification unique du marché public ;
- 2° La date de notification du marché public ;
- 3° La date de publication des données essentielles du marché public initial ;
- 4° Le nom de l'acheteur ou du mandataire en cas de groupement ;
- 5° Le numéro SIRET de l'acheteur ou le numéro SIRET du mandataire en cas de groupement ;
- 6° La nature du marché public correspondant à l'une des mentions suivantes : marché, marché de partenariat, accord-cadre, marché subséquent ;
- 7° L'objet du marché public ;
- 8° Le principal code du Vocabulaire commun pour les marchés publics (CPV) prévu par le règlement (CE) n° 213/2008 du 28 novembre 2007 susvisé ;
- 9° La procédure de passation utilisée correspondant à l'une des mentions suivantes : procédure adaptée, appel d'offres ouvert, appel d'offres restreint, procédure avec négociation, dialogue compétitif, marchés publics passés sans publicité ni mise en concurrence préalables ;
- 10° Le nom du lieu principal d'exécution ;
- 11° L'identifiant du lieu principal d'exécution, sous la forme d'un code postal ou d'un code INSEE ;
- 12° La durée du marché public initial en nombre de mois ;
- 13° Le montant HT forfaitaire ou estimé maximum en euros ;
- 14° La forme du prix du marché public correspondant à l'une des mentions suivantes : ferme, ferme et actualisable, révisable ;
- 15° Le nom du ou des titulaires du marché public ;
- 16° Le ou les numéros d'inscription du ou des titulaires au répertoire des entreprises et de leurs établissements, prévu à l'[article R. 123-220 du code de commerce](#), à défaut le numéro de TVA intracommunautaire lorsque le siège social est domicilié dans un État membre de l'Union européenne autre que la France ou le numéro en vigueur dans le pays lorsque le siège social est domicilié hors de l'Union européenne ;

II. - Les données relatives aux modifications des marchés publics sont :

- 1° La date de publication des données relatives à la modification apportée au marché public initial ;
  - 2° L'objet de la modification apportée au marché public ;
  - 3° La durée modifiée du marché public ;
  - 4° Le montant hors taxes modifié en euros du marché public ;
  - 5° Le nom du nouveau titulaire, en cas de changement de titulaire ;
  - 6° Le numéro d'identifiant du nouveau titulaire, en cas de changement de titulaire ;
  - 7° la date de notification par l'acheteur de la modification apportée au marché public.
- Les modifications résultant de la mise en œuvre des clauses de variations de prix sont dispensées de publication.



*Livre blanc*

# **L'accessibilité numérique de la commande publique (ANCP).**

