



ACHAT

LES RÈGLES DE LA COMMANDE PUBLIQUE NE SONT PLUS UN FREIN À L'INNOVATION

Dès novembre 2012, le Pacte national pour la Croissance, la compétitivité et l'emploi entendait faire de la commande publique un levier au soutien de la capacité d'innovation des entreprises. Pour « aider les acheteurs à construire leur propre méthode pour repérer et capter cette force d'innovation. Et, en janvier 2014, la DAJ* éditait le Guide Pratique de l'achat public innovant, sous-titré « *Conjuguer au présent l'innovation avec les politiques d'achat public* » et annoncé comme une boîte à outils, un réservoir d'idées, de procédés et d'amorces de réflexion pour enrichir les pratiques des services acheteurs.

Il semblerait que les pouvoirs publics, conscients de la force de frappe que représente l'achat public - en 2018, le montant des marchés a dépassé les 100 milliards d'euros - aient fait en sorte que le cadre législatif et les recommandations de pratique soient en place pour que la commande publique devienne effectivement un outil de politique économique.

Ce qui devrait satisfaire le recteur Gérard-François Dumont, président du Conseil scientifique de TERRITORIA, qui ne cesse de répéter qu'il faut « *encourager tous les territoires à aller à la redécouverte de leur propre génie dans le cadre de lois dont il est souhaitable qu'elles soient ouvertes à l'inventivité et allégées du poids de normes superfétatoires* ».

Dans tous les préambules à ces textes et guides,

les acheteurs publics sont présentés comme « *fortement mobilisés autour de thématiques comme le développement durable, la performance, les considérations sociales, l'accès de toutes les entreprises - dont les PME - à la commande publique* ». La commande publique est donc maintenant « *investie d'un double objectif : satisfaire les besoins avec des moyens contraints et optimiser l'impact économique, social, environnemental de l'acte d'achat* ».

D'où viennent alors - dans les territoires - les réticences, les freins, le recours aux bonnes vieilles pratiques « *du moins disant* », aux appels d'offres même quand ils ne sont pas obligatoires, aux cahiers des charges « *copiés-collés* », ... si souvent constatés et dénoncés par les entreprises soumissionnaires, ou non, d'ailleurs, car découragées ?

Manque de volonté politique, insuffisance d'information et de formation des services acheteurs (comment arriver à suivre les changements et les « simplifications »), constat du manque d'uniformité des contrôles réglementaires et législatifs ?

À chacun d'analyser les raisons profondes.

LE CODE DE LA COMMANDE PUBLIQUE 2019/2020

L'obligation de transposer en droit français les trois directives européennes de 26 février 2014, avait suscité la mise en œuvre d'une démarche globale de rénovation du droit de la commande publique. Par la réforme de 2016, les règles applicables aux marchés publics et concessions avaient été simplifiées et mises en cohérence afin d'assurer la sécurité juridique des entreprises et des acheteurs. La loi Sapin 2 de 2016

« relative à la transparence, à la lutte contre la corruption et à la modernisation de la vie économique » annonçait un nouveau Code la commande publique (par ordonnance) avant la fin de 2018. Publié au JO le 5 décembre 2018, son CCP se décompose en deux parties - une partie législative et une partie réglementaire - et comprend 21 annexes publiées fin mars, juste avant son entrée en vigueur le 1^{er} avril 2019.

Beta.gouv : le réseau des incubateurs de Startups d'État peut également être sollicité par les territoires. Il a pour mission d'améliorer le service public de l'intérieur en favorisant le passage à l'action d'agents publics. Une Startup d'État est un service public développé par une équipe autonome pour répondre à un problème lié à une politique publique, financée par une administration porteuse. Un responsable d'administration décide de créer une Startup d'État, soit pour répondre à un problème de politique publique prédéfini, soit en lançant un appel à innovateurs permettant d'identifier des agents publics au profil d'intrapreneur. Une équipe est ensuite mise en place pour développer une solution en travaillant au plus près des usagers. Elle dispose d'un délai de six mois pour lancer une première version de sa solution et obtient des financements complémentaires si et seulement si elle fait la preuve de l'utilité de sa solution.

Prix
TERRITORIA
2020
CANDIDATEZ !

Votre collectivité se transforme et ose l'innovation.

Partagez vos réussites en participant au Prix TERRITORIA 2020 !

PROLONGATION EXCEPTIONNELLE

Dépôt des candidatures avant **15 juillet 2020**

Remise des trophées en novembre 2020

Renseignements et inscriptions secretariat@territoria.asso.fr

Pour plus d'infos www.territoria.asso.fr

LES OUTILS LÉGISLATIFS DE L'INNOVATION PUBLIQUE

25 mars 2016 :

Article 38 du décret modifié relatifs aux marchés publics : les conditions d'exécution d'un marché public peuvent prendre en compte « des considérations relatives à l'économie, à l'innovation, à l'environnement, au domaine social ou à l'emploi, à condition qu'elles soient liées à l'objet du marché public ».

26 décembre 2018 :

Pour favoriser l'achat public innovant, le décret prévoit, à titre expérimental pour une période de trois années, que les acheteurs soumis à l'ordonnance du 23 juillet 2015 peuvent conclure un marché public négocié sans publicité ni mise en concurrence préalables portant sur des travaux, y compris

un marché public de défense ou de sécurité, fournitures ou services innovants dont la valeur est inférieure à 100 000 euros hors taxe (25 000 euros précédemment).

Les **Partenariats d'Innovation**, prévus à l'article L2172-3 du Code la commande publique, ont pour objet la recherche et

le développement ainsi que l'acquisition de fournitures, services ou travaux innovants qui en sont le résultat. L'objectif est de faciliter la passation de marchés publics à visée innovante ainsi que d'aider les acheteurs publics à faire une meilleure utilisation stratégique de leurs marchés pour stimuler l'innovation.

LA CRISE, LES CRISES ?

C'est vrai, en période de crise, il peut être tentant - car sécurisant - de faire « comme d'habitude », de ne prendre aucun risque, de sauvegarder ce qui semble essentiel. Compréhensible mais dommageable pour tous ! En osant l'innovation, la demande publique peut soutenir les entreprises

innovantes dont les produits et services permettront aux collectivités d'améliorer le service rendu.

Il faut être convaincu que l'innovation sera un levier de reprise et de dynamisation de l'activité et, à terme, de la croissance. Et que l'innovation dans les pratiques internes (management,

évaluation, formation, ...) permettra de mobiliser et d'optimiser les ressources humaines dont nous avons pu constater la volonté et l'énergie depuis le début de la crise sanitaire.

*DAJ : direction des affaires juridiques, www.economie.gouv.fr/daj/marches-publics