

Les marchés publics comme outils de développement économique

Philippe Faucher
Professeur titulaire
Directeur du Département de science politique

Les marchés publics contribuent à créer des champions nationaux

Les exemples sont nombreux:

- Le TGV, Airbus, le nucléaire en France,
- Aux États-Unis ce que l'on appelle le « complexe militaro-industriel »,
- Au Brésil, Embraer a été soutenu de la même manière.

Une relation d'échange

- Les règles qui s'appliquent sont différentes. Le rapport marchand (prix/qualité/délais de livraison) dans un contexte de concurrence est remplacé par un rapport de négociation, entre donneurs d'ordres et fournisseurs.
- Ne jamais oublier que le donneur d'ordre est redevable de ses décisions auprès des autorités publiques.



La tentation du Concorde

- Ne pas laisser la volonté politique l'emporter sur la logique de marché.
- Respecter les contraintes commerciales (existe-t-il un marché pour ce produit?)
- Partir du vieux pour faire du neuf.
- Ne pas rejeter l'option des produits « tablette ».



Bénéfices pour les fournisseurs

L'obtention d'une commande dans un marché public:

1. Contribue a soutenir le développement de nouveaux produits/procédés
2. Permet de développer des lignes de production permettent la réalisation d'économies d'échelle.
3. Permet de diversifier l'offre de produits



Bénéfices pour les fournisseurs

L'obtention d'une commande dans un marché public:

- Donne accès au crédit et soutien l'investissement.
- Contribue à distribuer les risques
- Contribue à libérer des ressources permettant la prospection de nouveaux marchés, dont l'exportation



Le rôle essentiel de l'acheteur

- C'est l'utilisateur qui est à la source du processus d'innovation.
- C'est l'utilisateur qui identifie le premier le nouveau besoin.
- D'où la nécessité de très bien définir le besoin,
- Et d'accepter le risque de l'innovation.



Responsabilités des acheteurs

1. Posséder une très bonne connaissance des marchés, en particulier des nouveaux produits et des nouveaux procédés.
2. Avoir une exigence de contenu local qui soit en lien avec la capacité de production du marché domestique.
3. Définir les appels d'offre de manière à renforcer les filières productives locales.



Responsabilités des acheteurs

4. Les spécifications doivent tenir compte des disponibilités en amont (matériaux, équipements, main d'oeuvre) et des débouchés en aval (marchés domestiques et exportations)
5. Ne jamais sacrifier la qualité à l'exigence de contenu local.



Responsabilités des acheteurs

6. Soutenir l'innovation et contribuer au partage des risques.
7. Participer au contrôle de qualité.
8. Définir les spécifications du produit en donnant priorité aux normes des plus grands marchés (USA).
9. Eviter le sur-mesure (disjoncteurs HQ) non exportable.



Des marchés aux règles différentes

- Le fournisseur engage la responsabilité de l'acheteur.
- Le fournisseur met en jeu son image de marque: respect des coûts, des délais de livraison, des spécifications, des normes de qualité.
- Les procédés de fabrication doivent être conformes aux normes les plus élevées (santé et sécurité, environnement).



CONCLUSION

- Le véritable donneur d'ordres c'est le public (toujours exigeant et toujours mal informé). Ceci complique la relation d'affaires, plus pour l'acheteur, constamment soumis à des pressions multiples et souvent contradictoires.

