

MARCHÉS PUBLICS DE NETTOYAGE

L'État et les collectivités... de pas si mauvais clients !

→ Même si les idées reçues ont la vie dure, les marchés publics dans le tertiaire ne sont pas de si mauvaises options pour les entreprises de propreté. Derrière la caricature de l'appel d'offres compliqué et chronophage et de l'acheteur uniquement préoccupé par le prix, se cache une autre réalité. L'exigence de qualité, de transparence et d'engagements sociaux et environnementaux des donneurs d'ordres publics est bien réelle. Bien que des efforts soient encore nécessaires pour rendre les procédures plus accessibles aux PME locales, les entreprises de propreté ne doivent pas négliger les offres de nettoyage des bâtiments publics et administratifs.



Le nettoyage récurrent des bâtiments, tous types confondus, représente aujourd'hui plus de la moitié du marché du nettoyage des donneurs publics. (Getty)

Les marchés publics représentent aujourd'hui 25 % des quelque 17 milliards d'euros de chiffre d'affaires réalisés par les entreprises de propreté. Une enveloppe de 4,25 Md€ dont plus de la moitié est consacrée au nettoyage et à l'entretien des locaux tertiaires des collectivités et services publics. « Ces prestations sont très importantes dans le secteur de la propreté et contrairement à certaines idées reçues les donneurs d'ordres publics ne sont pas forcément les pires clients qui existent, ni les moins intéressants pour une entreprise de propreté. Il faut bien les connaître, ne pas sous-estimer les acheteurs et sortir de cette croyance que seul le prix va permettre à un prestataire de l'emporter ! », synthétise Alain Miralles, dirigeant de la société Pcrprop Conseil, dédiée à l'assistance à la maîtrise d'ouvrage (AMO), aux audits et au conseil auprès des donneurs d'ordres. L'expert connaît parfaitement le métier de la propreté, les évolutions du marché, et ses contraintes, mais également la réalité des entreprises de propreté. Pendant vingt-cinq

ans, il a occupé des postes de direction et des responsabilités opérationnelles auprès de plusieurs grands groupes du secteur.

RÉPONDRE AUX ATTENTES DES UTILISATEURS FINAUX

« Il existe bien sûr des carences au niveau des marchés publics, comme on peut en trouver dans le secteur privé. La commande publique a souvent un temps de retard dans l'intégration de nouveaux critères de qualité de services, mais cela peut être considéré comme un avantage. Celui de pouvoir analyser les erreurs commises dans le secteur privé ! », ironise Alain Miralles, avant d'aligner quelques arguments solides, fruit de son expérience auprès des acheteurs publics et de leurs prestataires de propreté. « Nous assistons aujourd'hui à une réflexion avancée de la part de grandes administrations, comme Bercy, sur leur patrimoine immobilier. Comme leurs homologues du secteur tertiaire privé, les gestionnaires de bâtiments et responsables de l'environnement de travail doivent répondre aux attentes des nouvelles générations d'utilisateurs finaux. Les choses sont en train de bouger. Y compris, bien entendu, du côté des acheteurs et responsables des marchés. Croire que l'entreprise retenue sera celle qui affiche le prix le plus bas et les plus belles promesses est une erreur. Être le mieux disant économique ne veut pas dire être le moins cher. Quand on répond à un appel d'offres public il faut arrêter de penser que l'on a en face de soi des fonctionnaires qui travaillent à l'aide de tableaux Excel et ne comprennent pas ce qu'est une promesse générale », prévient l'expert, qui reconnaît par ailleurs que certaines entreprises de propreté jouent avec un handicap.

PRIX CASSÉS ET PRESTATIONS AU RABAIS

Lorsque le prix du précédent marché était le fruit d'un mensonge du prestataire affichant 12 €/heure, avec une annexe VII à respecter, les repreneurs sont dans une situation pour le moins délicate pour mesurer le risque et définir le bon positionnement technique et économique sur le nouveau marché. Mais l'enjeu pour les donneurs d'ordres publics est aussi d'écarter les « menteurs » et les « marchands de bonheur ». Pour Alain Miralles, les acheteurs utilisent de mieux en mieux le levier de la notation technique et environnementale pour écarter les entreprises adeptes des prix cassés, mais également des prestations au rabais. Selon les données fournies par la Cellule des



Alain Miralles, dirigeant de Pcrprop Conseil,

« Sur des marchés tertiaires à faible investissement matériel, une entreprise qui affiche un taux horaire à 19 €/21 € HT avec les justes moyens humains sera comparable à une entreprise à taux à 18 € avec plus de moyens. L'acheteur se doit de vérifier que le prestataire sera en capacité de faire sa prestation à travers le croisement de ratios acceptables. Il est essentiel de regarder la faisabilité et la cohérence de la prestation, ainsi que l'organisation mise en place. Je pense sincèrement que la plupart des marchés publics sont équitables et bienveillants. La grande majorité d'entre eux sont réalisés par des gens motivés et compétents. S'ils ne sont pas experts il faut que les entreprises de propreté ou un AMO sachent les accompagner. »

appels d'offres publics (CAF), créée en 2018 et portée par le Fare propreté, la notation des 1500 marchés publics se décompose, en moyenne, de la façon suivante : 48 % pour la technique, 45 % pour le prix, 7 % pour le développement durable. La profession plaide pour que le prix ne dépasse pas 40 % dans la note finale. Même si les entreprises de propreté s'en défendent, elles sont les premières à rapporter les heures du marché au budget pour se comparer. Le taux horaire sans être une finalité reste un indicateur. ■

Prêt pour un avenir hygiénique ?

Les exigences en matière d'hygiène quotidienne ont augmenté. C'est pourquoi nous veillons à ce que l'hygiène professionnelle soit là où elle est nécessaire – avec des solutions convaincantes et des concepts de service complets pour les espaces publics et semi-publics.

L'hygiène fiable d'une seule source. **satino-by-wepa.eu**

Tout est simplifié avec la caméra de votre portable au-dessus du code QR

satino
Easy. Clean. Professional.