Marchés publics : bien choisir pour mieux servir

Autor(en): **Guyaz, Jacques**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Domaine public**

Band (Jahr): **40 (2003)**

Heft 1584

PDF erstellt am: **24.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-1021639

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

L'information en ligne ne détrône pas le papier

L'information en ligne poursuit son cheminement sans frontière. Mais elle n'a pas révolutionné le monde de la presse qui utilise Internet pour sa propre promotion.

La rapidité d'Internet a fasciné le monde de l'information. Des sites indépendants se sont créés dans l'espoir d'attirer la manne publicitaire. Les journaux se sont mis en ligne pour se prémunir des nouveaux prédateurs. Les journalistes ont revendiqué la protection de la propriété intellectuelle de leurs écrits diffusés sur la Toile. Mais la publicité a rapidement boudé Internet. L'effervescence médiatique a fléchi pour disparaître avec l'éclatement de la bulle informatique. Mais l'information en ligne, redimensionnée, a conservé sa place. Les sites indépendants qui subsistent se spécialisent la plupart du temps dans les informations économiques et financières. Pour ce type d'information, l'immédiateté est primordiale.

Les grands journaux conservent leur édition électronique. La consultation entièrement gratuite a disparu en même temps que la publicité. Mais la plupart offrent la version en ligne à leurs abonnés. C'est le cas en Suisse pour la *NZZ*, le *Tages Anzeiger* et *Le Temps*. En plus de l'édition complète du jour, ces journaux présentent une actualisation des principaux titres, une version élargie de quelques grandes interviews. Ils donnent aussi accès à leurs archives. Les autres journaux proposent une sélection de leurs articles quotidiens voire un choix des dépêches les plus récentes.

De la publicité pour les versions en papier

L'information électronique a évidemment un coût. Elle est pratiquement désertée par la publicité. Mais les éditeurs tiennent à rester présents sur la Toile, simplement pour faire leur autopromotion. Toute crainte de cannibalisation du papier par l'électronique doit être écartée. Selon une étude internationale* 15% des internautes affirment qu'ils achètent plus régulièrement un quotidien après avoir visité son site.

Si l'offre d'information électronique n'est qu'un appoint dans nos sociétés libérales, elle peut représenter une réponse efficace à la censure dans les pays autoritaires. Deux exemples donnés par *Courrier International*. En Corée, un site alternatif ose s'en prendre à la présence de l'armée américaine dans le pays en diffusant des informations écartées par une presse trop conservatrice. Au Zimbabwe, le *Daily News* interdit de diffusion, a pu poursuivre son activité par une édition en ligne diffusée depuis l'Afrique du Sud. *at*

*« Le guide mondial de la presse en ligne », *Courrier International*, hors série octobre-décembre 2003.

Marchés publics

Bien choisir pour mieux servir

La législation sur les marchés publics est considérée comme un progrès. La concurrence ouverte encadrée par la loi vaudrait mieux que les ententes cartellaires. On connaît la vieille pratique de «l'ardoise», la répartition des marchés entre toutes les entreprises présentes dans une région de manière à peu près équilibrée. Ces manières traditionnelles d'agir, avec parfois un rien de corruption, étaient un frein indiscutable à l'innovation.

L'ouverture des marchés publics crée aussi son lot de problèmes. La loi fédérale indique que «le marché est adjugé au soumissionnaire ayant présenté l'offre la plus avantageuse économiquement». Encore faut-il s'entendre sur la définition de l'avantage économique. Généralement les appels d'offre proposent une batterie de critères avec des pondérations. Ce domaine très technique peut être lourd de conséquences politiques.

Lorsqu'une administration achète des meubles ou du papier, il s'agit d'un problème de gestion interne. Lorsqu'elle achète des tuyaux pour des conduites d'eau, le problème se complique. Ce choix d'apparence anodin, s'il est mal effectué, entraînera des geysers à répétition dans les rues des villes vingt ou trente ans après la pose. Et si l'on passe au choix d'un consortium pour percer un tunnel, on entre dans un domaine où des milliards de francs peuvent être en jeu, sans parler de la vie des ouvriers et des futurs usagers. Dans ce cas, il vaut mieux en effet choisir au mieux.

Le livre que viennent de publier Jacques Pictet et Dominique Bollinger a justement cette ambition : apporter des méthodes et des outils à tous ceux qui doivent effectuer un appel d'offres et proposer un choix. Certes, *Adjuger un marché au mieux-disant* n'est pas à proprement parler un livre de chevet et il vaut mieux avoir une solide culture mathématique ou statistique pour s'y lancer. Mais c'est sans doute un ouvrage indispensable si l'on veut mieux utiliser l'argent public. Notons enfin que l'une des méthodes décrite porte le nom de Macbeth, mais elle ne recommande pas l'assassinat des adjudicataires comme critère de choix. *jg*

Jacques Pictet, Dominique Bollinger, *Adjuger un marché au mieux-disant*, Presses polytechniques romandes, Lausanne, 2003.