

Dossier

IA et commande publique

Quand l'intelligence artificielle impose la vigilance achat

Sébastien Taupiac

Expert en achat public

Fondateur ST Agency

À l'heure où l'intelligence artificielle générative infiltre les réponses aux appels d'offres, l'acheteur public doit faire preuve d'une vigilance accrue. Face à des contenus séduisants mais souvent creux ou artificiels, il doit réapprendre à douter, vérifier, et exiger des preuves concrètes.

L'intelligence artificielle transforme notre quotidien professionnel, nos usages, nos repères. Et dans le monde de l'achat public, ce bouleversement n'a rien d'anecdotique. L'IA produit des offres d'apparence impeccable, parfois plus rapides que la lumière, souvent plus belle que la réalité. Mais à force de lisser, d'optimiser, de formater, elle efface les aspérités, gomme les différences, et finira par mettre l'acheteur face à des copies conformes. C'est là que la vigilance doit redevenir centrale. Car quand tout se ressemble, c'est la boussole de l'achat qui perd le nord.

Des offres calibrées au millimètre... Mais creuses à l'intérieur

Il fut un temps où lire une offre permettait d'évaluer une méthode, de deviner une équipe, de percevoir une ambition, un projet. Aujourd'hui ou plutôt dans un avenir très proche, les réponses produites (ou assistées) par IA donneront l'impression d'avoir été réalisées par la même main invisible. Fluides, joliment tournées, sans fautes ni accros – et souvent... Sans contenu réel.

Les candidats l'ont bien compris : avec un prompt bien calibré, l'IA peut leur livrer dès aujourd'hui en quelques clics une réponse séduisante, parfois trop belle pour être vraie. Résultat : des discours impeccables sur l'entreprise, ses produits, ses services, le développement durable, ses engagements sociaux enjolivés, ses références tout aussi pertinentes qu'approximatives. Bref, un défilé d'éléments de langage où notamment le greenwashing et le socialwashing prospèrent, au détriment de la sincérité. Rien de grave quand le critère pesait 5 % mais demain ?

On voit apparaître des éléments comme : « nous mettons en œuvre une politique RSE ambitieuse », ou « notre démarche qualité est au cœur de notre stratégie d'entreprise », sans qu'aucune preuve tangible ne vienne étayer ces affirmations. L'IA a appris à rédiger ce que l'on attend d'elle, pas ce qui est vrai.

Et ce phénomène s'amplifiera dans les marchés où les réponses volumineuses sont exigées : mémoire technique, mémoire environnemental, mémoire social... Tous les blocs se ressemblent. Jusqu'à parfois retrouver dans plusieurs offres des phrases identiques. L'intelligence artificielle réutilise ce qu'elle connaît – et ce qu'elle connaît, c'est ce qu'elle a déjà vu. Les acheteurs publics sont prévenus.

Quand tout se ressemble, le prix devient roi

Dans un monde d'offres standardisées, où les engagements qualitatifs se copient-collent, l'analyse devient une épreuve d'endurance. Et face à cette uniformité, le réflexe est humain : se rabattre sur le prix. Parce qu'au moins, lui, a le mérite d'être objectif, mesurable, tangible. Et même si ce critère ne pèse que 30 ou 40 %, *in fine* il risque bien de peser 100 % quitte à en devenir le seul critère, ce que le droit de la commande publique rejette... Du moins dans les textes.

Mais ce retour en force du critère prix « involontaire », loin d'être anodin, fragilise tout l'édifice de l'achat responsable. Il court-circuite les efforts pour évaluer le coût global, encourage les baisses artificielles, et finira par décourager les opérateurs sérieux au profit de ceux qui savent mieux raconter que faire. L'achat public perdra alors sa capacité à transformer l'économie, à valoriser des pratiques vertueuses, à exiger de la cohérence.

C'est l'effet domino : plus les offres se ressemblent, plus le prix prend de poids, plus la qualité réelle est dévalorisée. Et plus l'écosystème économique s'ajuste... Au détriment de la sincérité, de la solidité des prestations, de la durabilité des partenariats. On finit par acheter moins cher, mais surtout moins bien.

Cela pose aussi la question de l'impact sur la place des petites et moyennes entreprises ? Des entreprises habiles à manipuler le langage algorithmique peuvent évincer des TPE/PME locales au discours plus artisanal mais plus sincère. L'achat public se coupe alors de son ancrage territorial, au moment même où les collectivités cherchent à relocaliser leurs dépenses.

L'automatisation : une fausse promesse de rigueur

On l'a cru un temps : automatiser, c'était fiabiliser. Éviter les biais, gagner du temps, sécuriser les procédures. Mais à trop déléguer aux algorithmes, on a oublié que l'analyse d'une offre est aussi une affaire de doute, de questionnement, de lecture entre les lignes.

N'est-il pas vrai qu'une même offre peut être appréciée différemment selon l'acheteur public qui l'évalue ? Cette subjectivité, inhérente à l'humain, ne disparaîtra pas avec l'intelligence artificielle. Car rassurez-vous les algorithmes et les données sur lesquels elle s'appuie évoluent constamment, rien n'est figé. C'est peut-être là l'unique similitude entre l'humain et la machine... Mais après tout, l'IA n'est-elle pas une création de l'homme ?

Les IA génératives peuvent inventer des références, citer des labels inexistants, broder autour de concepts flous avec une aisance confondante. Et parce qu'elles écrivent bien, on est tenté de leur faire confiance. Or c'est précisément ce vernis de crédibilité qui est le plus redoutable. L'acheteur devient alors simple valideur de flux automatisés, quand il devrait rester l'expert capable de dire : « ceci ne tient pas debout ».

Il suffit de quelques exemples concrets pour s'en convaincre : une entreprise prétend utiliser un outil de mesure de l'empreinte carbone... qui n'existe pas. Une autre décrit une équipe projet... dont les profils sont fictifs. Si l'acheteur ne vérifie pas, si la procédure n'oblige pas à produire des preuves, tout cela passera sans difficultés sauf si l'acheteur investigate les preuves et ce tout de manière préalable et continue. Mais en a-t-il les compétences et surtout les moyens ?

On touche ici à une dimension presque éthique de la fonction achat. Car laisser passer une offre faussement vertueuse, c'est désavantager ceux qui font réellement l'effort. C'est abîmer la confiance dans la commande publique. Et à terme, c'est nourrir un cynisme généralisé chez les opérateurs économiques, qui n'y verront plus qu'un jeu de façade.

L'acheteur public, vigie stratégique

Loin de rejeter l'IA, il faut la replacer à sa juste place : un outil, pas un oracle. L'acheteur doit redevenir un acteur stratégique, un analyste exigeant, un lecteur de preuves. Face à une promesse, il doit demander la démonstration. Face à une belle histoire, il doit demander les faits. L'acheteur public devient alors un contrôleur de cohérence, un enquêteur de sincérité, un arbitre de crédibilité.

Cela implique de revoir nos pratiques : exiger des livrables vérifiables, valoriser les engagements concrets, construire des grilles d'analyse qui confrontent les mots aux actes. Et surtout, refuser le piège de la lecture rapide, du copier-coller de fiches de notation, de l'acceptation paresseuse.

Certaines collectivités s'y mettent déjà : elles demandent des preuves filmées, des démonstrations en conditions réelles, des audits en cours de marché. Et surtout, elles instaurent une double lecture des offres : une lecture technique et une lecture de cohérence narrative. Car aujourd'hui, raconter ne suffit plus. Il faut prouver.

Pourquoi ne pas aller plus loin ? On pourrait imaginer une clause obligatoire de sincérité, avec pénalités renforcées en cas d'inexactitude manifeste, ou encore une vérification par tiers indépendant sur des marchés sensibles. Dans les cas où l'IA est manifestement utilisée, pourquoi ne pas exiger la mention explicite de son recours, à l'instar de ce qui se profile dans certaines législations européennes ?

Retrouver le goût du discernement

C'est peut-être cela, le véritable défi de l'IA dans les marchés publics : nous forcer à réapprendre à douter. À redevenir curieux, critiques, rigoureux. L'acheteur public doit se former à l'IA, comprendre ses limites, ses biais, ses zones d'ombre. Il doit aussi prendre le temps de lire vraiment, d'analyser finement, d'aller au-delà des apparences.

Et cela suppose aussi d'investir dans les compétences humaines. Ce n'est pas l'outil qui est en cause, mais le fait qu'on le laisse prendre trop de place là où l'intelligence humaine est irremplaçable. On ne confie pas la sûreté d'un pont à un générateur de texte : pourquoi confier la réussite d'un marché public à un contenu généré ?

Cela suppose aussi de redonner du temps à l'analyse. Un achat de qualité, une lecture approfondie d'une offre, une évaluation en équipe, cela prend du temps. Ce n'est pas un luxe, c'est une nécessité. Le pilotage stratégique de la commande publique mérite mieux que des filtres automatiques et des scores issus de tableaux Excel.

En conclusion : la vigilance ou la vacuité ?

L'intelligence artificielle n'est pas un danger en soi. C'est l'usage qu'on en fait – ou qu'on accepte sans le questionner – qui peut devenir problématique. L'acheteur public ne doit pas devenir le spectateur d'une machine bien huilée, mais rester le chef d'orchestre d'un achat qui a du sens, de la cohérence, et de l'impact.

Exiger des preuves, refuser les engagements flous, croiser les sources, demander des résultats, voilà les nouveaux réflexes à cultiver. Parce que demain, entre deux offres générées par IA, ce n'est pas celle qui sera la plus jolie qui comptera, mais celle qui sera la plus sincère.

Et c'est à l'acheteur de le décider. Pas à l'algorithme. Pas à l'automate. Pas au prompt bien tourné. À lui, et à lui seul.