



Médiation

DES MARCHÉS PUBLICS



Présentation de la médiation

Janvier 2014

SOMMAIRE

Introduction générale	p. 3
Les missions de la Médiation des Marchés publics	p. 4
Biographie de Jean-Lou BLACHIER	p. 10
Quelques chiffres	p. 11




Introduction générale



La création de la Médiation des Marchés publics est le fruit de la volonté du Président de la République. Elle répond à la fois à la **nécessité d'améliorer les relations entre les entreprises et les donneurs d'ordre publics**, et au besoin de **faciliter l'accès des entreprises aux marchés publics**, dans le but de consolider et de développer leur activité.

Tout l'enjeu de la mission consiste à placer la commande publique au cœur de la bataille pour l'emploi, dans un contexte valorisant la production des entreprises implantées sur le territoire national.

Par un décret du Président de la République en date du 19 décembre 2012, Jean-Lou BLACHIER a été nommé Médiateur des Marchés publics. Directement rattaché au Ministre du Redressement productif, sa mission se décline en trois axes :

-  Jouer **un rôle de facilitateur** dans les relations entre entreprises et grands donneurs d'ordre publics ;
-  Instaurer une **démarche de progrès dans les relations** entre acheteurs publics et entreprises dans le but promouvoir le « made in France » ;
-  Offrir **un recours de médiation opérationnel** aux entreprises s'estimant victimes de mauvaises pratiques de la part d'un donneur d'ordre public.



La mission de la Médiation des Marchés publics



- Jouer **un rôle de facilitateur** dans les relations entre entreprises et grands donneurs d'ordre publics



Comprendre les besoins des entreprises et des acheteurs publics sur le terrain

Le Médiateur s'emploie à sensibiliser les chefs d'entreprise à l'intérêt de candidater aux marchés publics par les nombreux déplacements sur le terrain. A l'écoute des entreprises, il va à leur rencontre pour identifier les difficultés contractuelles et/ou relationnelles qu'elles peuvent avoir avec les pouvoirs adjudicateurs.

Lors de 24 déplacements, le Médiateur national des Marchés publics s'est rendu dans de nombreux territoires de métropole et d'Outre-mer. L'objectif de ces déplacements est de mieux faire connaître ses missions auprès des acteurs socio-économiques et des entreprises.

Afin de rapprocher le secteur public et le milieu entrepreneurial et suite aux constats faits sur le terrain, le Médiateur a mis en place des actions pour que les relations entre les acheteurs publics et leurs fournisseurs se modernisent.

Le réseau des chefs d'entreprise : les Ambassadeurs des marchés publics

Pour accompagner les entreprises sur les marchés publics, le Médiateur a décidé la mise en place du réseau des chefs d'entreprise, les Ambassadeurs des marchés publics.



Se réunissant à intervalles réguliers, les Ambassadeurs des marchés publics sont à disposition des entreprises du territoire pour remonter les informations ou problématiques locales rencontrées sur les marchés publics. Leur rôle est également d'accompagner les chefs d'entreprise en leur transmettant de l'information.

Il s'agit d'instaurer une relation directe et territorialisée entre l'entreprise et la Médiation des Marchés publics avec le concours des services de l'Etat.

Composés de 9 à 12 représentants des entreprises et de l'état, il constitue un relais efficace en soutien des entreprises sur les problématiques relevant de la commande publique. Ils sont également force de proposition sur des dispositions relatives à un meilleur accès des aux marchés publics.

Les 5 sites pilotes pour la mise en œuvre de ce réseau sont :

- Les Alpes-Maritimes (06)
 - Les Pyrénées-Orientales (66)
 - Le Tarn (81)
 - La Seine-Saint-Denis (93)
 - La région Midi-Pyrénées
-
- Il va également à la **rencontre des acheteurs publics** pour attirer leur attention sur les problématiques de fonctionnement des entreprises et leur démontrer les avantages d'un achat responsable, dans le respect du Code des marchés publics. Les grands donneurs d'ordre publics (État, collectivités territoriales, hôpitaux, etc..) seront renseignés sur l'enjeu que représente, dans les marchés publics, le respect des délais de paiement pour la trésorerie des entreprises.



Conférence « Vers de meilleures relations entre donneurs d'ordre publics et entreprises - Bourges – juin 2013

De plus, pour donner du sens, informer et conseiller, **des guides sont été réalisés pour faciliter les relations entre donneurs d'ordre et entreprise :**

- Un guide pratique à destination des chefs d'entreprise pour inciter les entreprises à oser la commande publique; (sorti le 25 octobre 2013)



- Un guide pédagogique à destination des acheteurs publics pour faciliter leurs démarches de candidatures sur les marchés publics (sortie prévue en 2014).

■ Instaurer une démarche de progrès dans les relations entre acheteurs publics et entreprises dans le but de « faire bouger les lignes ».



Pour **bâtir des relations contractuelles de qualité**, le médiateur a mis en place 7 groupes de travail transversaux ou sectoriels. Ces groupes de travail associent les décideurs publics et les entreprises contractant des marchés publics. L'objectif est de déboucher sur des **solutions opérationnelles** pour améliorer les relations entre pouvoirs adjudicateurs et entreprises.



- « **Normes et sécurité** » : Ce groupe de travail a été constitué car, à l'instar du modèle allemand, la sécurité et les normes doivent permettre de faciliter l'accès des entreprises françaises aux marchés publics.
- « **Entreprises santé innovantes** » : Ce groupe de travail vise à aider les entreprises du secteur de la santé à se développer sur les marchés publics grâce à l'innovation, levier majeur de croissance pour nos entreprises.

- **« Les entreprises textiles »** : Ce groupe de travail a été constitué pour les entreprises de la filière textile qui souffrent de la concurrence internationale très forte, suite à leur demande de soutien sur les marchés publics.
- **« Simplification des procédures »** : Dans le cadre du choc de simplification initié par le Président de la République, ce groupe de travail a été mis en œuvre afin de proposer des solutions concrètes pour faciliter les démarches administratives des acheteurs publics et ouvrir plus largement l'accès des marchés publics aux PME.
- **« Numérique et innovation »** : Priorité gouvernementale du gouvernement, ce groupe de travail sur le numérique et l'innovation a été constitué en collaboration avec les Chambres de commerce et d'industrie des Alpes-Maritimes, de l'Isère et de la Bretagne. Le numérique est une priorité gouvernementale forte qui doit être soutenue par la commande publique. L'ambition de la Médiation des Marchés publics est de rendre plus fluide l'accès des entreprises innovantes dans le secteur du numérique.
- **« Intelligence économique »** : Pour que l'intelligence économique soit un levier à activer sur les marchés publics, pour favoriser l'accès des entreprises françaises à la commande publique.
- **« Juridique »** : constitué en partie par des experts juridiques dont la Direction des affaires juridiques du Ministère de l'Economie et des Finances. Ce groupe de travail vise à traduire en termes juridiques les propositions établies que les six autres groupes de travail doivent mettre en œuvre.

- Offrir un recours de médiation opérationnel aux entreprises s'estimant victimes de mauvaises pratiques de la part d'un donneur d'ordre public



Le recours en médiation peut se traduire de deux façons :

- **Afin de régler les litiges** pouvant survenir lors de l'exécution d'une commande publique, les entreprises peuvent saisir le Médiateur. Le processus de médiation des marchés publics est gratuit et totalement confidentiel

La saisine du Médiateur s'effectue en déposant un dossier sur le site internet de la médiation. Le dossier est instruit par un médiateur délégué qui prend contact avec les parties.

Le Médiateur porte une attention particulière au respect des délais de paiement et il veille à ce que les critères de sélection retenus par les décideurs publics prennent davantage en compte le coût global tout au long du cycle de vie du produit, les performances environnementales et le caractère innovant des offres.

- En second lieu, le médiateur **aide les entreprises à mieux répondre à la commande des acteurs publics** (Etat, collectivités territoriales, hôpitaux, entreprises publiques...).

Il s'agit d'être à l'écoute des entreprises n'ayant pas réussi à candidater à un marché public et d'identifier les obstacles ayant pu survenir dans leurs démarches afin d'augmenter leurs chances de remporter une commande publique à l'avenir.

Jean-Lou BLACHIER

Médiateur des marchés publics



Le 19 décembre 2012, Jean-Lou BLACHIER a été nommé Médiateur des marchés publics par décret du Président de la République et placé sous la tutelle d'Arnaud MONTEBOURG, ministre du Redressement productif.

Jean-Lou BLACHIER est gérant de la société Promaxion Sarl depuis 1988, l'activité principale étant la création et la distribution de produits industriels (sécurité bancaire, plasturgie, désamiantage...). Il exerce par ailleurs des fonctions représentatives. Depuis 2010, il est Vice-président Confédéral de la CGPME, Président de l'Union Territoriale des Petites et Moyennes Industries (UTPMI), Conseiller du Commerce Extérieur de la France et Membre du Comité de suivi de Pacte PME. Il occupe également les fonctions de Président de la CGPME Seine Saint Denis (depuis 2007), Président Honoraire d'UCAPLAST (Union des syndicats des PME du caoutchouc et de la Plasturgie, depuis 2004) et est membre de la CCI de Paris-Île-de-France. Auparavant, il fut Vice-président National de la CGPME (2000-2003) et Président des Jeunes européens (1975-1979). Diplômé de l'Institut Supérieur de Commerce de Paris, il est également Docteur en philosophie.

Jean-Lou BLACHIER est Chevalier dans l'Ordre National de la Légion d'Honneur et Colonel de réserve citoyenne de la Gendarmerie Nationale.

Quelques chiffres

- Rencontre de près de **4000 entreprises** lors de **25 déplacements**.
- **80 entreprises** ont pris rendez-vous directement avec le médiateur **national** pour aborder leur situation et trouver des solutions convenables à leurs problématiques.
- **22 visites d'entreprises** ont été réalisées depuis sa nomination.
- **Intervention dans des conférences** sur les achats responsables.
- **Plus de 230 cas de médiation ou difficultés** ont été portés à la connaissance du médiateur

CONTACT PRESSE

Justine Leugé Maillet

justine.leuge-maillet@finances.gouv.fr

06.08.49.79.32

