

## MÉDIATION DES MARCHÉS PUBLICS : FACILITER L'ACCÈS DES ENTREPRISES À LA COMMANDE PUBLIQUE

Pyrénées-Orientales - Vie des entreprises

Mardi 24 septembre 2013



Dans le cadre du partenariat avec la Région L.-R. dans le dispositif Preserve « Anticiper pour réussir », la CGPME 66, présidée par Myriam Subiros, a organisé ce 19 septembre une réunion d'information au domaine Cap de Fousté à Villeneuve-la-Raho, en présence de Jean-Lou Blachier, le Médiateur national des marchés publics, venu exposer ses missions et surtout écouter les préoccupations des entreprises sur le terrain. L'homme est aussi vice-président national de la CGPME et co-fondateur et gérant de Promaxion (98 salariés, CA : M€), une holding spécialisée dans le bâtiment (désamiantage), la plasturgie, la sécurité bancaire.

### Les P.-O., un département test

En amont de cette réunion, qui a rassemblé une centaine de participants, dont le président de l'UPE 66, Jacques Font, Jean-Lou Blachier a rencontré les services de l'Etat, le préfet des P.-O. et Didier Tanyères, le médiateur régional, pour préciser le rôle de la médiation des marchés publics, car les P.-O. font partie des quatre départements test avec la Seine Saint-Denis, le Tarn et les Alpes-Maritimes. « *Il s'agit de faciliter l'accès des entreprises à la commande publique mais aussi de faire bouger les lignes, être force de propositions mais aussi de protéger les entreprises face aux acheteurs publics, mais je suis des deux côtés !*, explique Jean-Lou Blachier et d'ajouter : « *il s'agit d'un service gratuit, confidentiel qui ne casse pas les liens avec les collectivités.* » Sur les 200 cas de médiation traités au niveau national, 80 % ont abouti à des solutions et dans la plupart des cas les liens entre entreprises et collectivité ont été recréés.

### Un guide des marchés publics

Pour aider les entreprises à mieux cerner le cadre des marchés publics, la médiation nationale va éditer un guide des marchés publics « Osez la commande publique ! », dont la sortie est prévue le 16 octobre (28 pages). « *L'enjeu des marchés publics consiste à mettre l'argent public au service des entreprises* » explique Jean-Lou Blachier conscient de la difficulté à convaincre les entreprises locales qui sont majoritairement des TPE et des PME souffrant de la concurrence transfrontalière. « *Je constate d'une part que les petites entreprises pensent souvent que les marchés publics ne leur sont pas destinés alors que les acheteurs publics regrettent de n'avoir que des offres nationales au regard de marchés d'intérêt régional* », indique le médiateur national.

### Les mêmes chances pour toutes les entreprises

Une proposition visant à demander aux entreprises étrangères d'avoir les mêmes obligations que les entreprises françaises est à l'étude selon lui. « *Je souhaite que les entreprises françaises aient les mêmes chances que les entreprises étrangères sur les marchés publics européens.* » Par ailleurs, sur les sept groupes de travail mis en place au sein de la médiation un concerne « la simplification ». « *La complexité des dossiers est un frein pour les entreprises* » convient-il. Un point confirmé lors d'une des deux tables rondes organisées par la CGPME 66. « *Je suis obligée de refuser des réponses à l'appel d'offre car les dossiers ne sont pas correctement rendus* », explique Charlotte Cibaud de l'OPH Perpignan Méditerranée. Jean-Lou Blachier assure aussi que la sous-traitance, les marchés de communication, d'architecture font l'objet de toute l'attention de la Médiation nationale. Si Virginie Lahoz, de Expert-AO a mis en exergue, lors de cette rencontre, l'ensemble des freins (procédures, alignement des prix, délais de paiement, entreprise trop jeune ou manquant de référence...), elle a indiqué aux entreprises présentes qu'elles avaient la possibilité de « *prospector les collectivités en amont des marchés* » pour faire connaître leur service, savoir-faire, technologie innovante... Elle a aussi évoqué les avantages de répondre aux marchés publics : développement de l'entreprise, diversification du type de clientèle, notoriété, assurance de paiement sans oublier de préciser les devoirs des entreprises : respects des procédures, des délais,...

Véronique Coll