

Y a-t-il une place pour l'achat patriotique des DM ?

Le ministre de l'Économie, du Redressement productif et du Numérique veut réorienter les achats publics vers plus de patriotisme, dans le respect du Code des marchés publics. Cependant, les directives européennes interdisent un tel protectionnisme. Les acheteurs hospitaliers sont-ils en capacité de faire sauter ce verrou ? Si l'enjeu est de taille pour les nombreuses PME du secteur des technologies de santé, les avis sur la question sont partagés.

POUR « Le développement durable au cœur de notre politique d'achat »



Dominique Legouge, directeur du Resah-Idf : 150 établissements hospitaliers adhérents, un périmètre d'achat de 1,5 milliard d'euros.

« **L**a politique des achats mutualisés du Resah vise quatre objectifs principaux : l'amélioration constante de la qualité des achats, la maîtrise des coûts dans un contexte budgétaire contraint, le développement de l'activité et de l'attractivité de nos établissements et la participation au développement durable. En Ile-de-France, notre réseau d'acheteurs hospitaliers favorise ainsi le volet économique du développement durable. En outre, comme membre fondateur de l'association Pacte PME, qui regroupe des grands comptes publics et privés ainsi que des petites et moyennes entreprises, le réseau déploie, depuis sept ans, une politique d'achat favorable à l'innovation, aux PME et aux entreprises de taille intermédiaire.

Explorer le tissu économique

Le réseau s'est ainsi assigné pour tâche d'aller à la rencontre des entreprises, notamment des medtech françaises,

CONTRE « C'est irréaliste, à moins de changer le Code des marchés publics »



Bruno Carrière, directeur général d'UniHA : 58 hôpitaux membres, un portefeuille d'achat de 2 milliards d'euros.

« **L'**activité des acheteurs publics est encadrée par un ensemble de textes qui définissent les droits et délimitent les espaces de liberté. Or la réglementation européenne interdit toute discrimination entre les entreprises, et notamment la réservation de marchés de la commande publique à des entreprises nationales sur le seul critère de la nationalité.

Impossible dans l'Union européenne

Dans ces conditions, l'achat patriotique est totalement impossible aujourd'hui dans l'Union européenne. Passer outre cette interdiction conduirait à s'exposer à la nullité des contrats pour le motif d'illégalité de la mise en concurrence. Toutes les parties prenantes, notamment les entreprises, le savent. D'ailleurs, il n'est pas certain que les entreprises hexagonales elles-mêmes, qui développent

qui n'ont pas les moyens commerciaux suffisants pour se faire connaître des hôpitaux. Ces derniers pourraient ainsi passer à côté de leurs produits et solutions. Ensuite, la performance et la qualité de leurs offres sont évaluées et mises en regard des besoins définis des acheteurs. Puis, avant de lancer ses campagnes d'achat, le Resah-Idf élabore les cahiers des charges, avec des critères de choix spécifiques et des allotissements particuliers. De plus, il est en mesure d'éliminer l'une des difficultés majeures de ces acteurs, notamment en accélérant les circuits de paiement par la mise en place de systèmes d'avance. Cette politique d'achat a ainsi permis à plusieurs dizaines de PME françaises de remporter des appels d'offre en Ile-de-France. Mais soyons clairs : le Resah-Idf ne soutient pas les entreprises petites et moyennes du territoire qui ne sont pas porteuses de performance. Pour autant, cette prise de risque maîtrisée permet de prendre en compte toute la diversité de l'offre de ces acteurs innovants et, par là même, d'enrichir la concurrence indispensable à la bonne santé économique des territoires.

Une discrimination positive

En effet, les pépites sont capables d'apporter autant, si ce n'est plus, de performance que les gros opérateurs de santé à l'échelle des territoires, qu'elle soit régionale, nationale ou européenne. C'est pourquoi le Resah-Idf porte

le projet de centrale européenne d'achat d'innovations, représentant un potentiel annuel de plusieurs dizaines de millions d'euros de commandes. Ce projet, nommé HAPPI (1), vise à dénicher les produits et services innovants susceptibles de concourir au bien-être des séniors, de plus en plus nombreux en Europe, et de faciliter le travail du personnel soignant ou accompagnant, tout en soutenant le tissu économique. La plate-forme collaborative européenne, ouverte depuis septembre 2013, a identifié 200 innovations, dont la moitié émanant de sociétés françaises. Le consortium de centrales d'achat européen lancera un premier appel d'offres conjoint avec un minimum de commandes de 2,5 millions d'euros cet été. Dans le cadre du partenariat qui existe entre Resah-Idf et Pacte PME, nous avons le projet d'adapter cette plate-forme au recensement d'innovations au niveau hexagonal. Ainsi pourrions-nous identifier les savoir-faire et les capacités encore plus en amont de nos campagnes d'achat. Enfin, un indicateur sur nos achats de produits fabriqués dans l'Hexagone sera mis en place. Un outil de sensibilisation pour nos équipes d'acheteurs... » ■

Propos recueillis par Bernard Banga, MD Report

(1) Healthy Ageing - Public Procurement of Innovations (www.happi-project.eu)

également leur marché à l'étranger, le souhaitent. En effet, réserver le marché français aux entreprises françaises conduirait inexorablement en retour à l'émergence de difficultés sur leurs marchés d'exportation. Ensuite, une entreprise inscrite au registre du commerce et affichant un site en France peut tout à fait fabriquer ses biens manufacturés hors de la zone de l'Union européenne. Dans ce cas, quelle serait la réalité de l'achat patriotique ? L'achat patriotique dans la commande publique traduit une méconnaissance de l'organisation de l'économie mondiale et de la manière dont la répartition des zones de production s'est progressivement installée entre les pays européens et au-delà de l'Union européenne.

Améliorer le référencement

Si la proximité géographique présente un avantage pour une entreprise, elle ne doit pas occulter l'essentiel : la capacité de l'entreprise à mieux adapter son offre à la demande des hôpitaux publics français. La raison d'être des achats hospitaliers est avant tout de mettre à disposition des patients et des équipes médicales les meilleurs produits qui leur rendent les meilleurs services. Nous ne sommes pas là pour soutenir l'économie française mais pour travailler en bonne intelligence avec le tissu économique dans le cadre d'activités de soins mises en œuvre dans nos hôpitaux. D'ailleurs, nous déployons cette année un dispositif pour mieux identifier les entreprises qui, par

leur organisation, leurs produits et leurs services, peuvent faire progresser les hôpitaux dans la prise en charge des patients. Ensuite, nous facilitons l'accès des porteurs de projets aux équipes hospitalières qui peuvent conduire des évaluations de produits et services de santé. Nous accompagnons la conduite de l'évaluation médico-économique pour construire et documenter l'impact de leurs produits. Enfin, UniHA va organiser, dans un cadre juridique sécurisé, l'accès au marché hospitalier pour les premières commercialisations, notamment au travers de sa centrale d'achat, créée en 2012. Celle-ci sera "le véhicule" afin de multiplier les opportunités des nouveaux entrepreneurs. Enfin, nous venons de signer un partenariat avec l'Union des groupements d'achats publics (Ugap) afin de créer une synergie dans le cadre de référencement. »

Propos recueillis par Bernard Banga, MD Report