

## [Achats publics d'innovation : le challenge des hôpitaux](#)

Publié le 21/09/2015 par [Charlotte Marchalant](#)

Entre forces et faiblesses, le bilan de l'hexagone en matière d'achats publics d'innovation dans la santé est contrasté. Il existe pourtant de nombreuses pistes d'optimisation, pour faire des achats publics un pilier de la compétitivité d'un des secteurs clés de la French Tech.



*"Les mots " innovation " et "public " ne seraient-ils pas antinomiques ?"* Dans l'auditorium du centre hospitalier Diaconesses Croix Saint Simon (Paris XIIe) qui abritait le 9 septembre dernier, les [secondes rencontres européennes de l'achat public d'innovation en santé](#) - un événement organisé par Resah - les questions ont fusé de l'assemblée, parfois provocantes. Il faut dire que les faits s'y prêtent. **4e pays le plus producteur de solutions dans le domaine de la santé** sur le plan mondial, la France est à la traîne lorsqu'il s'agit d'acheter... ce qu'elle produit. Tel est le *"constat sans appel"* qui ouvre le rapport du médiateur des marchés public, Jean-Lou Blachier, publié en mai 2015. Son titre : [Faire de la commande publique un vrai moteur de croissance des achats hospitaliers innovants](#). Enjeu national et même, à l'heure de l'UE, international, il a servi de fil rouge au programme de la journée - et suscité bien des débats.

### ***"N'ignorez pas 200 milliards d'argent public !"***

*"Ayez de l'audace ! N'ignorez pas 200 milliards d'argent public!"* En clôture de sa présentation programmée en milieu de matinée, Jean-Lou Blachier a choisi de ne pas tergiverser pour expliquer aux acteurs de l'innovation présents l'intérêt, tout financier, qu'ils ont à rentrer dans une relation client-fournisseur avec les hôpitaux publics. Un incentive n'est pas de trop. Jusqu'à présent, l'histoire des relations commerciales entre " innovateurs " - majoritairement des PME et ETI - dans le domaine de la santé et acheteurs publics se limite, globalement, à une série de rencontres ratées. En cause : outil à-tout-faire des acheteurs, l'appel d'offres serait à bien des égards inadapté pour [" capter " l'innovation](#).

## Donner de la puissance à l'appel d'offre

" Si l'on se manifeste hors de la phase d'appel d'offre, c'est raté " témoigne une participante présente dans la salle. Rajouté à la complexité de la commande publique ainsi qu'à sa lenteur (alors que l'innovation est " *fugace par définition* " comme l'a souligné Jean-Lou Blachier), cela explique que nombre de structures innovantes, s'étant cassé le nez à la porte des hôpitaux publics, fuient à l'étranger et notamment aux États-Unis, où le " business " est plus facile. Une situation qui n'est pas pour autant une fatalité. Parmi les outils existants pour faciliter les échanges entre acheteurs publics et "innovateurs", Jean-Lou Blachier a ainsi rappelé sa foi dans le **partenariat d'innovation**. Un dispositif lancé fin septembre 2014 qui vise à "[aider les acheteurs publics à faire une meilleure utilisation stratégique de leurs marchés pour stimuler l'innovation](#)". Pour aider les plus petits acteurs à gagner des marchés, le gouvernement a également mis en place une [plateforme des achats d'innovation](#). Le principe : après s'être créé, gratuitement, un compte, les PME innovantes remplissent un questionnaire détaillant leurs services. Une carte d'identité qui leur permet notamment de rentrer en relation avec des acteurs du public ou d'être notifiés d'appel d'offres. Se faire identifier est, de fait, l'un des défis majeurs des petites structures pour rentrer dans l'écosystème des achats publics. "*Les PME ont un besoin immense de l'aide des centrales d'achats*" a plaidé Béatrice Falise-Mirat, déléguée générale de Medicen. Un vœu exaucé par l'Ugap, qui initie chaque année un appel d'offre en santé à destination des PME innovantes. "*La centrale d'achats a réalisé 13 millions d'euros d'achats innovants en 2014 et devrait dépasser 20 millions en 2015*" précise Sébastien Taupiac, directeur délégué de la structure. Soit 2% de l'enveloppe globale des achats pour la santé ce qui répond à l'objectif prévu pour la commande publique pour... 2020.

## "Faire rentrer" l'innovation dans les hôpitaux publics

La problématique de l'achat public d'innovation ne relève néanmoins pas que de l'optimisation de l'appel d'offres. Alors que les acteurs de l'innovation se plaignent d'une seule voix de ne pas savoir vers qui se tourner dans les hôpitaux, un débat fait rage, en sourdine : **les acheteurs sont-ils les mieux placés pour faire rentrer l'innovation au sein des structures qui les emploient ?** La question a donné son thème à la première table ronde de la journée. Nerf de la guerre, l'argent s'impose bien sûr comme le levier sine qua non de montée en puissance de l'acteur dans l'écosystème de l'innovation. Or, il fait souvent défaut dans les petits hôpitaux où l'heure est plutôt à la réduction des dépenses. Nathalie Desnoyer, de Paris Région Entreprises, soulève en outre le problème de la formation des acheteurs. De son dire, ces derniers ne sont pas toujours capables "*d'évaluer l'innovation produit*". Logiquement plus à même de réaliser ce travail d'expertise, les médecins qui sont parfois directement approchés par les acteurs de l'innovation, manquent quant à eux d'influence sur le processus achat. Pour parer à ce double problème, une idée fait doucement son chemin : coordonner les achats avec des "**opinion leaders**" parmi le corps médical. À noter enfin que **certaines structures, dont notamment la [DGOS](#), prennent en charge l'évaluation de produits d'innovation dans la santé.**

Mot clés : [Commande publique](#) | [e-santé](#) | [Innovation achats](#) | [Resah-idf](#)