



PRÉFET
DE LA RÉGION
HAUTS-DE-FRANCE



GT « Place de l'innovation dans la commande publique »

Déroulé de présentation

- Présentation de la politique d'achat d'innovation
- Présentation du GT « Place de l'innovation dans la commande publique »
- Feuille de route et plan d'action pour 2017

Présentation de la politique d'achat d'innovation

Objectifs

- Objectif de 2% de la commande publique consacrée aux achats innovants à horizon 2020 pour l'Etat, ses opérateurs et les établissements hospitaliers
- Objectifs de la politique d'achats innovants :
 - Stimuler l'innovation des entreprises et soutenir leur croissance
 - Renforcer les dispositifs classiques de soutien à l'innovation
 - Maîtriser la dépense publique

Présentation de la politique d'achat d'innovation

Outils existants

- **Volet réglementaire** : stratégie favorable au développement des achats d'innovation et existence d'un cadre juridique propice à cela (sourçage, cahier des charges fonctionnel, dialogue compétitif, partenariat d'innovation, ...)
- **Actions de sensibilisation à l'innovation**
 - ✓ Formation des acheteurs de l'Etat (IGPDE)
 - ✓ Guides pratiques (DAJ)
- **Rapprochement entre entreprises innovantes et acheteurs**
 - ✓ Réseau de référents achats innovants en DIRECCTE
 - ✓ Création des PFRA
 - ✓ Plateforme des achats d'innovation de l'Etat
 - ✓ Matinales des achats innovants : événements thématique

Présentation de la politique d'achat d'innovation

Stratégie commune DAE-DGE

- **Axe 1** : mieux structurer la politique d'achats innovants au niveau des ministères, par un travail de la DAE avec chaque ministère sur la programmation des achats et l'identification des budgets associés
- **Axe 2** : installer les PFRA dans un rôle de détection vis-à-vis des PME régionales
- **Axe 3** : amorcer et structurer la collaboration entre PFRA et DIRECCTE
- **Axe 4** : Dépasser les réticences : changement culturel, formation, professionnalisation, contractualisation, expérimentation, évaluation mise en œuvre progressive

GT « Place de l'innovation dans la commande publique »

Périmètre

Définition de l'achat innovant : « Sont innovants les travaux, fournitures ou services nouveaux ou sensiblement améliorés. » (décret 2016-360 du 25 mars 2016)

4 Segments d'achat concernés :

- Les achats de santé (établissements hospitaliers, EHPAD...)
- Les prestations intellectuelles
- Les prestations de services numériques (communication, numérisation, dématérialisation...)
- L'immobilier (travaux/maintenance des bâtiments)

L'innovation sociale sera traitée dans un deuxième temps lorsque la première phase sera plus « mature ».

GT « Place de l'innovation dans la commande publique »

Objectifs

- Faire un **état des lieux** sur le territoire des pratiques d'achats innovants
- Recenser les **principaux freins, leviers et bonnes pratiques** pour la pratique de l'achat innovant, tant du point de vue des acheteurs publics que de celui des entreprises
- Construire un **plan d'action** en soutien à l'action commune DAE/DGE visant à l'amélioration des pratiques d'achats innovants

Le groupe de travail est constitué des deux « sphères » concernées par l'innovation, à savoir les **acheteurs publics** et les **entreprises innovantes** (écosystème de l'innovation)

GT « Place de l'innovation dans la commande publique »

Premiers constats

Côté acheteurs

- Méconnaissance de la thématique
- Absence de données statistiques à l'échelle régionale
- Problème de définition de l'innovation
- Freins financiers / contexte budgétaire
- Craintes autour des nouvelles procédures
- Manque de soutien politique et hiérarchique à innover
- Changement de mentalité à opérer

Côté entreprises

- Difficultés pour **trouver une porte d'entrée** et **faire connaître leurs innovations**
- Méconnaissance des **besoins des administrations**
- Méconnaissance des **processus d'achat public** et de leur formalisme,
- Méconnaissance de l'**organisation administrative** et des organes de décision
- Difficultés à **évaluer le caractère innovant**
- Craintes concernant les délais de paiement
- Manque de structure et de temps homme (TPE/PME)

Feuille de route et plan d'action 2017

Stratégie et objectifs

Objectif : définir une stratégie régionale

Cette stratégie régionale sera une déclinaison de la stratégie nationale DAE-DGE portée par ses relais locaux, à savoir la PFRA et la DIRECCTE. Elle peut se décliner en trois axes :

- Sensibiliser les entreprises innovantes et les acheteurs publics
- Rapprocher et faciliter les relations entre acheteurs publics et entreprises innovantes
- Évaluer le déploiement des achats innovants

Feuille de route et plan d'action 2017

Plan d'action

Sensibiliser les entreprises innovantes et les acheteurs publics

- Conseiller les entreprises innovantes sur les opportunités offertes par les marchés publics en Hauts de France.
- Sensibiliser et accompagner les acheteurs publics sur les enjeux que recouvrent l'innovation et son intégration en tant que composante de leur stratégie d'achat.

Rapprocher et faciliter les relations entre acheteurs publics et entreprises innovantes

- Créer et animer un réseau entre parties prenantes (pouvoirs publics et structure d'accompagnement / écosystème)
- Organiser des rencontres entre acheteurs publics et entreprises innovantes en collaboration avec les acteurs locaux

Feuille de route et plan d'action 2017

Plan d'action

Accompagner les acheteurs publics dans leur pratique d'achat d'innovation

- Recenser les outils existants et les faire connaître
- Apporter une définition de l'innovation et établir une grille d'évaluation
- Accompagner les acheteurs publics dans le « sourcing » des entreprises porteuses d'offres innovantes, notamment par la construction d'un référentiel d'offres innovantes.
- Étudier la faisabilité d'une plate-forme mutualisée d'achats innovants en région

Évaluer le déploiement des achats innovants

- Établir une méthodologie de recensement des actes d'achat d'innovation
- Recenser les bonnes pratiques grâce au réseau d'acheteurs publics cité plus haut

Feuille de route et plan d'action 2017

Partenariat Etat-UGAP

Prochaines étapes :

- 1) Signature de la convention : Janvier 2017
- 2) Définition et collecte des besoins des acheteurs : Février/Mars 2017
- 3) Organisation de l'AMI auprès des entreprises régionales : Avril 2017
- 4) Traitement des candidatures (constitution d'une liste et sélection des solutions « prioritaires ») : Mai 2017
- 5) Organisation des rendez-vous BtoB avec les entreprises retenues : Juin-Juillet 2017
- 6) Recensement des engagements d'achat : Août-Septembre 2017
- 7) Communication sur les résultats : Octobre 2017



Feuille de route et plan d'action 2017

Partenariat Etat-LilleisFrenchTech

4 objectifs :

- Sourcer : Identifier les start-up dans les Métropoles French Tech, dont les innovations peuvent intéresser les administrations
- Sensibiliser : Organiser des événements de sensibilisation et de promotion sous le format de matinale : pitches / séquences d'échanges one to one.
- Mise en visibilité : Valorisation au niveau national des start-up identifiées sur un portail dédié
- Développer les intentions d'achats innovants des acheteurs dans les territoires

Note de cadrage DGE/Mission FrenchTech attendue en début d'année 2017 pour préciser les modalités de collaboration