

Fiche de présentation



Le **Médiateur des entreprises** offre un service gratuit sur l'ensemble du territoire. Placé auprès du ministre de l'Économie, de l'Industrie et du Numérique, il vient en aide à toute entreprise, organisation publique ou privée (quels que soient sa taille et son secteur d'activité) qui rencontre des difficultés dans ses relations commerciales avec un partenaire (client, fournisseur).

Pierre PELOUZET, médiateur des entreprises, a été nommé par décret du Président de la République le 14 janvier 2016. Il assure les fonctions précédemment exercées par le médiateur des relations interentreprises et par le médiateur des marchés publics.

Il s'appuie sur une équipe de 16 médiateurs nationaux délégués et 44 médiateurs régionaux placés auprès des DIRECCTE, partout en France, ainsi que sur une équipe nationale d'une vingtaine de personnes.

Le Médiateur des entreprises remplit trois missions principales :

- il aide les acteurs économiques rencontrant des difficultés contractuelles ou relationnelles à résoudre leurs différends de façon amiable ;
- il encourage l'adoption et la diffusion de bonnes pratiques dans les relations commerciales entre partenaires privés ou entre acteurs publics et privés ;
- il contribue à faciliter l'innovation.

1 – Le service de médiation : gratuit, confidentiel et rapide

La médiation s'adresse à **tous les acteurs économiques, publics comme privés, qui rencontrent des difficultés dans leurs relations commerciales**. C'est un service gratuit et confidentiel. Tout acteur économique (TPE, PME, ETI, grand groupe, acteurs publics), quels que soient sa forme juridique, sa taille, son secteur d'activité ou sa localisation en France peut saisir le Médiateur des entreprises.

Trois types de médiation s'offrent aux entreprises :

- La médiation individuelle concerne les relations d'un acteur économique seul avec un client ou un fournisseur ;
- La médiation collective regroupe plusieurs entreprises face à un même client ou fournisseur, ou à un groupe de clients ou de fournisseurs ;
- La médiation de branche ou de filière implique tous les acteurs d'une même filière, ou bien deux branches s'opposant sur un sujet ;

Les principaux motifs de saisine

Toute difficulté, qu'elle concerne les relations contractuelles ou la commande publique, peut faire l'objet d'une saisine. Les motifs de saisine les plus fréquents sont les suivants :

1. Conditions de paiement (délais, retenues, pénalités, etc.)
2. Rupture et/ou désengagement brutal de contrat
3. Blocage d'une commande
4. Non-reconnaissance d'un contrat tacite
5. Non-paiement des travaux ou fournitures réceptionnés sans réserve
6. Modification unilatérale du contrat
7. Conditions générales d'achat ou contrats commerciaux léonins
8. Activités non rémunérées

Le déroulement d'une médiation

Dans les jours qui suivent la saisine, un des 60 médiateurs du réseau entre en contact avec l'organisme saisissant afin d'affiner l'objet de sa demande et les conditions dans lesquelles la médiation pourra se dérouler. La médiation vise ensuite à convaincre les parties de renouer le dialogue afin qu'elles s'accordent sur une solution commune, donnant lieu à un protocole d'accord signé par les deux parties.

Sur les 900 dossiers de médiation traités en 2015, 75% ont trouvé une issue favorable.

2 – La promotion des comportements d'achats responsables

Au-delà de la résolution des litiges contractuels, le Médiateur des entreprises a pour mission de faire évoluer positivement et durablement les comportements des acteurs concernés par les relations client-fournisseur, tant privés que publics, via la promotion de la charte et du label "Relations Fournisseur Responsables", en partenariat avec la Compagnie des Dirigeants et Acheteurs de France (CDAF).

**La charte Relations fournisseur responsables :
1.500 signataires, entreprises et organismes publics**

Charte 
**RELATIONS FOURNISSEUR
RESPONSABLES**

La charte RFR liste 10 engagements en faveur de relations durables et équilibrées entre fournisseurs et donneurs d'ordre :

1. Assurer une **équité financière** vis-à-vis des fournisseurs
2. Favoriser la **collaboration entre grands donneurs d'ordres et fournisseurs stratégiques**
3. **Réduire les risques de dépendances réciproques** entre donneurs d'ordres et fournisseurs
4. Impliquer les grands donneurs d'ordres dans leur filière
5. Apprécier le **coût total de l'achat**
6. Intégrer la **problématique environnementale**
7. Veiller à la **responsabilité territoriale** de son entreprise
8. Les achats : une fonction et un processus
9. Une fonction achat chargée de piloter globalement la relation fournisseurs
10. Fixer une politique cohérente de rémunération des acheteurs

Créée en 2010, la **charte Relations fournisseur responsables comptait à fin avril 2016 environ 1.500 signataires**, privés ou publics. Chaque jour, de nouvelles entreprises de toutes tailles, des collectivités locales et des organismes publics rejoignent la communauté de l'achat responsable.

Le label Relations fournisseur responsables : la marque de « l'excellence achats »



Lancé en 2012, le label Relations fournisseur responsables s'inscrit dans le prolongement de la charte. **Premier et seul label décerné par les pouvoirs publics en matière d'achat responsable**, il distingue les entreprises ou entités publiques françaises ayant fait la preuve de relations durables et équilibrées avec leurs fournisseurs.

Toute entreprise ou organisation publique signataire de la charte est éligible au label, et doit, pour y prétendre, se soumettre à une **évaluation approfondie de ses pratiques d'achat** conduite par un des quatre organismes agréés par le Médiateur des entreprises et le CDAF.

Fin mars 2016, 34 organisations privées ou publiques étaient labellisées RFR.

3 – Le soutien à l'innovation des entreprises

Le Médiateur des entreprises a vu sa mission étendue à l'innovation en mars 2014. Présent aux côtés de porteurs de projets innovants, particulièrement les plus petits d'entre eux, start-up, TPE ou PME, il contribue par ses actions à améliorer le fonctionnement complexe de la chaîne Recherche & Développement, innovation, et les relations entre les multiples acteurs qui la composent. Parmi ces actions, on peut citer :

- la possibilité de **saisir le médiateur sur tous les sujets freinant l'innovation notamment : crédit d'impôt recherche et crédit d'impôt innovation, propriété intellectuelle, différends entre TPE/PME et laboratoires publics ou privé, différends avec les financeurs ;**
- le **soutien à la propriété intellectuelle et industrielle** en partenariat avec l'INPI ;
- l'extension à l'ensemble des grandes entreprises de la "**charte de bonnes pratiques à destination des PME innovantes**" (signée par 19 grands comptes de l'APE en décembre 2012) ;
- la mise en place d'un **dispositif de référencement des cabinets conseil en CIR-CII ;**
- la participation à la mobilisation des acheteurs publics pour atteindre l'objectif de 2% de commande publique consacrée à l'innovation ;
- la facilitation du financement de l'innovation.

Le Médiateur des entreprises : un réseau national de 44 médiateurs régionaux à votre écoute, placés auprès des Directions régionales des entreprises, de la concurrence, de la consommation, du travail et de l'emploi (DIRECCTE).

Au contact des entreprises et des acteurs publics, nos médiateurs œuvrent en faveur de solutions négociées entre partenaires d'affaires et entre entreprises et acteurs publics.

