

# Les groupements d'achats

## 1. Qu'est-ce qu'un groupement d'achats ?

Un groupement d'achats est :

- Une mutualisation des achats dans un marché commun
- Un collectif d'acheteurs adhérents d'un groupement (coût d'adhésion : 50-100€) pouvant comprendre différents types de structure : collèges, lycées, hôpitaux, communes...

Les groupements d'achats (GA) sont dits « académiques » car ils ont été créés par le Rectorat. Le Rectorat gère les gestionnaires/intendants, donc ceux qui passent les marchés publics d'achats des denrées alimentaires. Dans l'ex région Nord-Pas de Calais, les lycées et collèges se sont organisés. Ils sont un tout petit peu financés car ils reçoivent une dotation du Rectorat représentant ½ ETP pour l'établissement coordinateur du GA.

Dans l'ex région Nord-Pas de Calais, on dénombre :

- 30% des denrées achetées via les groupements d'achats
- 14 GA portés par des lycées et 1 GA porté par 1 collège soit 15 groupements d'achat qu'il faut garder car considéré comme une richesse par la Région.

## 2. A quoi sert le groupement d'achats ?

### Les avantages pour l'établissement

- **Gagner du temps :**
  - Mutualisation du travail administratif de rédaction et de passation du marché
- **Gagner de l'argent :**
  - Réduction du coût car négociation de gros volumes
  - Mutualisation du coût de publication du marché
- **Simplifier le travail juridique**
  - 1 seul gestionnaire rédige le cahier des charges

Eléments d'analyse d'un point de vue extérieur :

Les avantages	Les limites
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Donne de la <b>visibilité sur la demande</b> (si les seuils minimum et maximum sont renseignés et finement calculés)</li> <li>- <b>Facilite la réponse</b> des fournisseurs (si le marché est bien rédigé)</li> <li>- <b>Encourage la structuration</b> à l'échelle d'un territoire autant pour les structures acheteuses que pour les producteurs car limite l'individuel et pousse au collectif pour échanger les bonnes pratiques, compléter la gamme de produit proposée... (si une animation est bien mise en place en amont et pendant la durée du marché)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Ne simplifie et n'optimise pas la logistique</b> d'approvisionnement : Chaque établissement reste un point de livraison donc les minimums de commande par point de livraison doivent être pris en compte pour chaque établissement ce qui peut représenter une difficulté pour les petites structures</li> <li>- La <b>taille du marché</b> (zone géographique, type de produit, volumes) doit être réfléchi pour ne pas dépasser les capacités des fournisseurs régionaux afin que ces derniers puissent répondre</li> </ul>

### 3. Quelles pistes de travail ?

- Réfléchir à la nomenclature et la définition des lots avec les territoires qui travaillent également sur la thématique de la restauration collective:
  - Tester « un groupement d'achats territorial pilote » (ex : Avesnois, Douaisis)
- Accompagner les fournisseurs à répondre
  - Structurer la réponse des producteurs (réponse conjointe) sinon se baser sur les coopératives et distributeurs régionaux
- Accompagner les coordinateurs à rédiger un marché cohérent avec l'offre régionale existante :
  - Faire le sourcing, délimiter les lots...
- Se servir de la thématique « groupement d'achats » pour animer le territoire
- Approfondir la thématique de la mutualisation/structuration des achats :
  - Etudier les centrales d'achats, le format SCIC, la taille optimale d'un groupement d'achats