

**GUIDE
DE MUTUALISATION
DES ACHATS
PUBLICS**



FRANCE
SILVER | ÉCO

resah 
Réseau des Acheteurs Hospitaliers

**DANS
LE DOMAINE
DE LA SILVER ÉCONOMIE**



ÉDITO



LUC BROUSSY

Président de France Silver Éco

FRANCE SILVER ÉCO a certes comme vocation première de fédérer toute la palette des acteurs de la Silver économie en France (entreprises, collectivités territoriales, organismes de protection sociale, professionnels du secteur sanitaire et médico-social...). Mais cette vocation a un objectif essentiel : promouvoir la Silver économie dans notre pays et lui donner les moyens de se déployer.

À ce titre, les Guides que publie FRANCE SILVER ÉCO sur la question de l'achat public doivent faire œuvre utile. Il est essentiel en effet que les acheteurs publics (départements, régions, Agences Régionales de Santé, CCAS, hôpitaux...) soient informés et sensibilisés aux caractéristiques et aux particularités des innovations dans le champ de la Silver économie.

Pour ce faire, FRANCE SILVER ÉCO s'est d'abord adjoint le concours du Resah Idf. Sans l'expertise incontestable et reconnue de cet organisme, nous n'aurions pu arriver à nos fins. Mais ces réflexions sont aussi le fruit du travail de la Commission « Achats publics » de FRANCE SILVER ÉCO, commission composée d'acteurs très divers.

Nous avons d'abord souhaité ici être un appui à la professionnalisation des acheteurs publics dans le domaine de la Silver économie. Nous avons voulu ensuite encourager la mutualisation et les démarches conjointes d'achat notamment en matière d'innovation. Nous avons, enfin, insisté sur la nécessité d'identifier les acteurs de l'achat public et, pour les acheteurs publics, sur la nécessité d'identifier les solutions innovantes.

Ces Guides ont vocation à aider les acheteurs publics notamment dans un contexte où l'installation des Conférences départementales des financeurs de la prévention doit encourager ces acteurs à appréhender avec plus de technicité et de professionnalisme le repérage des solutions innovantes qui auront pour objectif final de mieux prendre en charge la question de la prévention et du vieillissement.

Avec ces outils, FRANCE SILVER ÉCO espère apporter un tribut utile et positif aux travaux du Comité National de filière "Silver économie" pour que cette économie du vieillissement si prometteuse puisse se développer rapidement dans notre pays au service des seniors d'aujourd'hui et de demain



DOMINIQUE LEGOUGE

Président de la Commission Achats publics de France Silver Éco, Directeur du Resah

L'acheteur a un rôle clé à jouer dans le développement et la promotion de l'innovation dans le domaine de la Silver économie. Véritable interface entre l'industriel et les prescripteurs, il est un acteur incontournable du déploiement de la filière.

Conscient de cet enjeu, le Resah (Réseau des Acheteurs Hospitaliers), dont l'objet est d'appuyer la recherche de performance des acteurs du secteur sanitaire, médico-social et social, grâce à la mutualisation et à la professionnalisation des achats, a souhaité placer les acheteurs au cœur des enjeux de la Silver économie.

Membre de FRANCE SILVER ÉCO, le Resah a mis à disposition de l'Association l'expérience qu'il a acquise dans le cadre de ses deux pôles d'activité (centrale d'achat et centre de ressources et d'expertise) en co-pilotant un groupe de travail sur les achats publics.

Les trois guides que vous allez découvrir sont le fruit de plusieurs mois de travail entre le Resah et FRANCE SILVER ÉCO. Ils sont destinés aux acheteurs de la Silver économie et ont vocation à les accompagner dans leur recherche de performance.

Le premier guide dédié aux bonnes pratiques vous donnera, au travers d'exemples et d'illustrations, les clés pour optimiser vos achats tout au long du processus, tout en prenant en compte les spécificités liées à la filière.

Le second guide vous expliquera en quoi la mutualisation des achats, encore trop peu pratiquée dans le secteur de la Silver économie, est pourtant un levier essentiel à actionner pour gagner en performance. Coûts moins élevés, meilleure qualité des produits et des prestations, sécurité juridique des procédures garantie, gain de temps : autant d'avantages directement entraînés par le groupement des achats.

Enfin, le troisième guide s'intéresse aux spécificités de l'achat d'innovations. Dans un environnement considéré comme extrêmement dynamique, comment identifier et évaluer les solutions vraiment innovantes ? Deux étapes fondamentales que vous pourrez mieux maîtriser grâce aux conseils et aux méthodes décrits dans le document.

Dans la continuité de son action en faveur du soutien à l'achat public, le Resah espère que ces guides aideront les acheteurs à prendre toute leur place dans le secteur de la Silver économie.

Bonne lecture !

TABLE DES MATIÈRES

ÉDITO	3
INTRODUCTION	
Pourquoi mutualiser ses achats?	5
FICHE 1	
Définition d'une centrale d'achat public	6
FICHE 2	
4 raisons pour recourir à une centrale d'achat public.....	8
FICHE 3	
Les centrales d'achat public nationales agissant dans le domaine de la Silver économie.....	9
FICHE 4	
Avantages et inconvénients de la mise en place d'un groupement de commandes	10
FICHE 5	
3 clés de succès à appliquer pour mettre en place un groupement de commandes	11
À propos de FRANCE SILVER ÉCO et du Resah.....	13
ANNEXE	
Modèle de convention constitutive d'un groupement de commandes.....	14

INTRODUCTION

Pourquoi mutualiser ses achats ?

Les achats publics dans le domaine de la Silver économie sont portés par tous les pouvoirs adjudicateurs soumis aux règles de la commande publique redéfinies par l'ordonnance n° 2015-899 du 23 juillet 2015 relative aux marchés publics. Il peut s'agir notamment des EHPAD, qu'ils soient publics ou privés à but non lucratif, mais aussi des collectivités territoriales (communes, principalement via les centres communaux d'action sociale, ou départements).

La commande publique représente 10% du PIB en France et dans un contexte budgétaire de plus en plus contraint, les acheteurs publics ont un rôle clé à jouer. La mutualisation des achats est souvent considérée comme l'un des principaux leviers de performance achat. Force est cependant de constater que ce levier est encore trop peu utilisé aujourd'hui, et les achats publics en Silver économie n'échappent pas au constat.

A l'exception des travaux de construction, trop spécifiques, tous les segments d'achat peuvent être mutualisés, qu'il s'agisse de besoins récurrents de fournitures (produits liés à l'incontinence par exemple) ou de services (portage de repas à domicile par exemple), ou de besoins ponctuels (achat ou location de matelas de prévention des escarres).

Passer par les achats groupés apporte plusieurs avantages. Il s'agit notamment de :

- mieux maîtriser son budget achat ;
- obtenir une meilleure qualité des produits ou des prestations ;
- être garanti de la sécurité juridique de ses procédures ;
- gagner du temps, qui peut être redéployé sur d'autres activités ;
- décloisonner les relations entre l'acheteur et les professionnels de terrain (prescripteurs) ;
- générer une synergie par la mise en commun des expériences et des compétences, allant au-delà de l'achat vers un échange sur les pratiques et une optimisation des approvisionnements.

La réglementation relative à la commande publique prévoit dans une section intitulée "achats centralisés et groupés" (titre 2, chapitre 1, section 1), deux voies de mutualisation des achats : les centrales d'achat et les groupements de commandes.

L'objectif de ce guide est de donner au lecteur les clés pour identifier les solutions qui s'offrent à lui en matière d'achat mutualisé afin de l'aider à prendre les décisions qui lui permettront d'augmenter sa performance achat.

Pour cela, seront présentés les éléments essentiels à connaître sur les centrales d'achat qui peuvent répondre aux besoins des acteurs de la Silver économie (fiches 1 à 4) et sur les modalités pratiques des groupements de commandes (fiches 6 et 7).

FICHE 1

DÉFINITION D'UNE CENTRALE D'ACHAT PUBLIC

Très peu traitées au sein des précédentes directives marchés 2004/17 et 2004/18 du 31 mars 2004, les caractéristiques des centrales d'achat sont aujourd'hui davantage précisées.

Au sens de l'ordonnance n° 2015-899 du 23 juillet 2015 relative aux marchés publics, **une centrale d'achat est un acheteur soumis à la réglementation relative aux marchés publics et qui a pour objet d'exercer des activités d'achat centralisées qui sont :**

- l'acquisition de fournitures ou de services destinés à des acheteurs ;
- la passation des marchés publics de travaux, de fournitures ou de services destinés à des acheteurs.

L'article 26-III de l'ordonnance du 23 juillet 2015 apporte une précision supplémentaire :

“Les acheteurs qui recourent à une centrale d'achat pour une activité d'achat centralisée peuvent également lui confier, sans appliquer les procédures de passation prévues par la présente ordonnance, des activités d'achat auxiliaires.

Les activités d'achat auxiliaires consistent à fournir une assistance à la passation des marchés publics, notamment sous les formes suivantes :

1° Mise à disposition d'infrastructures techniques permettant aux acheteurs de conclure des marchés publics de travaux, de fournitures ou de services ;

2° Conseil sur le déroulement ou la conception des procédures de passation de marchés publics ;

3° Préparation et gestion des procédures de passation de marchés publics au nom de l'acheteur concerné et pour son compte”.

POINT D'ATTENTION : Les différences entre une centrale d'achat et une centrale de référencement

Il n'existe pas de définition légale de la centrale de référencement privée. En pratique, il s'agit d'une société privée, qui propose des prestations de services de référencement, de conseil et d'assistance à l'achat.

Une centrale de référencement privée exerce deux types d'activités :

- une activité de référencement : elle répertorie des informations sur les fournisseurs potentiels d'un marché déterminé, qu'elle met à la disposition de ses adhérents ;
- une activité de conseil et d'assistance à l'achat (préparation des procédures, négociations).

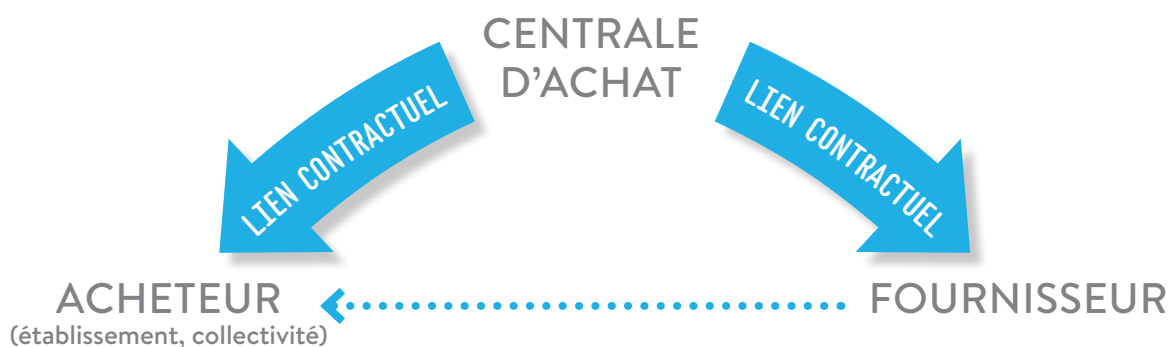
À défaut d'être un pouvoir adjudicateur au sens de l'ordonnance du 23 juillet 2015, une centrale de référencement privée n'a pas la qualité de centrale d'achat public. Par conséquent, il n'est pas possible pour les acheteurs publics d'avoir recours directement à ses services. Les personnes soumises aux règles de la commande publique désireuses d'accéder aux services d'une centrale de référencement doivent lui confier un mandat, contrat lui-même soumis à la réglementation relative à la passation des marchés publics s'il est conclu à titre onéreux (et donc à une mise en concurrence).

Il existe deux modalités d'exercice des activités de centrale d'achat.

1. L'acquisition de fournitures ou de services destinés à des acheteurs

Il s'agit d'un modèle dit d'“achat pour revente”, dans lequel la centrale d'achat exécute elle-même le marché qu'elle a passé. Il n'y a pas de lien contractuel entre l'acheteur et le titulaire du marché passé par la centrale d'achat.

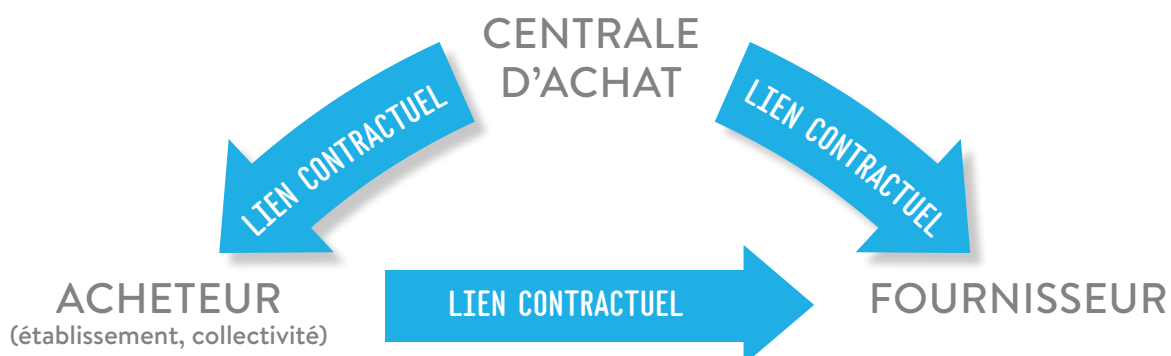
L'acheteur passe sa commande auprès de la centrale d'achat.



2. La passation des marchés publics de travaux, de fournitures ou de services destinés à des acheteurs

Il s'agit d'un modèle “de mise à disposition” du marché passé la centrale d'achat. L'acheteur va lui-même exécuter le marché qui lui est mis à disposition et a ainsi un lien direct avec le titulaire du marché.

L'acheteur passe sa commande auprès du fournisseur retenu par la centrale d'achat.



FICHE 2

4 RAISONS POUR RECOURIR À UNE CENTRALE D'ACHAT PUBLIC

1. Réaliser des gains sur achat

Dans un contexte de maîtrise des dépenses publiques, l'intérêt d'une diminution des dépenses liées aux achats ne peut qu'être évident. La mutualisation des achats va permettre de bénéficier de gains économiques immédiats via les leviers de la massification et de la standardisation des achats réalisés.

Ainsi, pour les achats récurrents qui sont souvent assez facilement standardisables, il apparaît que le recours aux centrales d'achat entraîne immédiatement des gains économiques.

2. Accéder à une expertise

Le fait de recourir aux marchés passés par une centrale d'achat va permettre de bénéficier d'une véritable expertise et connaissance du marché. En effet, il est parfois difficile de pouvoir s'appuyer en interne sur des personnes pouvant être qualifiées d'expertes sur un sujet d'achat. Le pouvoir adjudicateur peut alors avoir recours à une assistance à maîtrise d'ouvrage mais cela a un coût, qui peut d'ailleurs souvent être assez élevé.

Les centrales d'achat vont mutualiser l'expertise nécessaire à l'élaboration d'un marché en ayant soit les compétences en interne soit en s'appuyant sur des personnes extérieures mais dont le coût sera moins impactant compte tenu du nombre de pouvoirs adjudicateurs bénéficiaires potentiels du marché.

3. Être dispensé de mise en concurrence

Le recours au mécanisme de la centrale d'achat présente comme avantage de permettre à un pouvoir adjudicateur d'accéder directement aux produits et aux services qu'elle a sélectionnés, sans avoir à passer par une procédure de mise en concurrence. Cela permet, dans certains cas, de gagner de longs mois de procédures et de réaliser rapidement les achats nécessaires à la réalisation d'un projet.

L'article 26-II de l'ordonnance du 23 juillet 2015 dispose que : "Les acheteurs qui recourent à une centrale d'achat pour la réalisation de travaux ou l'acquisition de fournitures ou de services sont considérés comme ayant respecté leurs obligations de publicité et de mise en concurrence. Toutefois, ils demeurent responsables du respect des dispositions de la présente ordonnance pour les opérations de passation ou d'exécution du marché public dont ils se chargent eux-mêmes."

À NOTER :

une direction des achats doit estimer le coût de passation d'un appel d'offres directement par ses services. Cela permettra de faciliter la prise de décision quant au recours à une centrale d'achat public et de calculer le gain qui en résulte.

4. Bénéficier d'un accès aux innovations

Les centrales d'achat deviennent aujourd'hui une porte d'entrée incontournable de l'innovation. Elles ont la capacité d'aller chercher les solutions innovantes, de savoir les évaluer, de les sélectionner et de les diffuser auprès des acheteurs publics. Elles jouent un rôle d'interface entre l'offre industrielle et la demande interne aux pouvoirs adjudicateur.

Dans le domaine de la Silver économie, les innovations sont nombreuses. Les centrales d'achat vont avoir un rôle de "tête chercheuse" de l'innovation que ne peut pas jouer chaque établissement ou collectivité.

À NOTER :

à l'inverse d'une mutualisation des achats par groupement de commandes, les pouvoirs adjudicateurs n'ont pas à s'engager sur une exclusivité de commandes totale ou partielle pendant une certaine durée en amont de la procédure. Ils peuvent décider d'accéder au marché postérieurement à sa conclusion entre la centrale d'achat et un fournisseur. C'est une souplesse de fonctionnement qui est propre aux centrales d'achat et qui confère davantage de liberté à l'acheteur.

FICHE 3

LES CENTRALES D'ACHAT PUBLIC NATIONALES AGISSANT DANS LE DOMAINE DE LA SILVER ÉCONOMIE

Si l'UGAP (Union des groupements d'achat public) est la centrale d'achat public nationale historique, le Resah (Réseau des Acheteurs Hospitaliers) agit également comme centrale d'achat public nationale dans le domaine de la Silver économie.

Il n'existe pas à ce jour d'autres centrales d'achat public agissant sur le secteur au niveau national. En revanche, on observe une tendance à la création de centrales d'achat à vocation territoriale, principalement régionale.

Afin de répondre à la demande, l'UGAP et le Resah ont pour ambition de développer davantage leurs offres (produits ou services) à destination des acteurs de la Silver économie, même si elles proposent déjà aujourd'hui de nombreux marchés à destination du secteur (lits et mobiliers pour les EHPAD par exemple). Les deux centrales d'achat vont également jouer un rôle fondamental dans la détection de solutions innovantes et en tant que soutien à l'écosystème industriel.

L'UGAP

L'UGAP est un établissement public industriel et commercial créé en 1985 et placé sous la double tutelle du ministre chargé du budget, d'une part, et du ministre chargé de l'éducation nationale, d'autre part. Elle est aujourd'hui la seule centrale d'achat public "généraliste" française et constitue un acteur spécifique de l'achat public. L'UGAP opère principalement au profit de l'État et de ses opérateurs, des collectivités locales et du secteur hospitalier et, plus accessoirement, auprès des personnes privées assurant une mission de service public.

Exemples d'offres proposées par l'UGAP dans le domaine de la Silver économie :

- solutions d'éveil sensoriel (type Snoezelen) ;
- baignoires « bien-être » à stimulations sensorielles ;
- banc pour sénior ergonomique ;
- véhicules de transports de personnes à mobilité réduite.

Toutes les offres sont accessibles via le site internet : www.ugap.fr

Le RESAH

Le Resah est un groupement d'intérêt public créé en 2007 et dont les statuts sont approuvés par arrêté interministériel. Il est aujourd'hui l'un des principaux opérateurs spécialisés dans la mutualisation et la professionnalisation des achats du secteur sanitaire et médico-social public et privé non lucratif. Il se compose d'une centrale d'achat et d'un centre de ressources et d'expertise dédiées à l'appui des acteurs de la santé et du médico-social.

Exemples d'offres proposées par le Resah dans le domaine de la Silver économie :

- solution de détection et d'alerte des chutes des résidents ;
- location de matelas anti-escarres ;
- fourniture de produits liés à l'incontinence ;
- solution de détection des errances ;
- solution de traçabilité du linge des résidents en EHPAD.

Toutes les offres sont accessibles via le site internet : www.resah.fr

FICHE 4

AVANTAGES ET INCONVÉNIENTS DE LA MISE EN PLACE D'UN GROUPEMENT DE COMMANDES

Les modalités de constitution et d'organisation d'un groupement de commandes sont définies à l'article 28 de l'ordonnance n° 2015-899 du 23 juillet 2015.

Les groupements de commandes peuvent être constitués entre :

- des acheteurs publics ou privés soumis à l'ordonnance (pouvoirs adjudicateurs et entités adjudicatrices);
- des acheteurs publics ou privés soumis à l'ordonnance et des personnes morales de droit privé qui ne sont pas des acheteurs soumis à l'ordonnance ;
- des pouvoirs adjudicateurs ou des entités adjudicatrices d'autres États membres de l'Union européenne.

À NOTER :

les groupements de commandes peuvent être créés de manière temporaire ou permanente.

Avantages

Les avantages de l'adhésion à un groupement de commandes sont importants. Cela conduit de nombreux pouvoirs adjudicateurs à retenir cette formule lorsqu'ils souhaitent externaliser leurs achats. Parmi les avantages les plus fréquents, on peut citer :

- la forte diminution du coût de gestion de la procédure d'achat qui est prise en charge par le coordonnateur du groupement et partagée entre tous les membres ;
- la réduction du coût de suivi de tout ou partie de l'exécution des marchés passés lorsque celle-ci a été confiée au coordonnateur ;
- la réalisation de choix de produits et de solutions plus performants sur le plan tant qualitatif qu'économique. Cette meilleure performance est obtenue grâce aux effets positifs de la standardisation des besoins, de la mutualisation des volumes commandés, des expertises et des moyens que permettent les groupements.

Inconvénients

Les inconvénients des groupements de commandes ne doivent cependant pas être négligés. Parmi ceux-ci, on peut citer :

- une tendance à une recherche de consensus entre les adhérents lors de l'expression des besoins qui peut s'avérer défavorable à la recherche de solutions innovantes ou performantes ;
- une gamme de besoins couverte par le groupement de commandes insuffisamment large qui laisse aux adhérents un travail significatif en matière de mise en concurrence résiduelle à réaliser (exemple : la nécessité de lancer un appel d'offres complémentaire) ;
- une divergence d'intérêts entre la stratégie d'achat choisie par le groupement et celle qu'il aurait été souhaitable de mettre en œuvre pour optimiser la performance du pouvoir adjudicateur adhérent (exemple : externalisation de l'achat de certains produits qui prive le pouvoir adjudicateur de leviers d'actions locaux performants sur l'ensemble de la famille d'achat);

À NOTER :

vérifiez que la typologie des membres du groupement, son mode de gouvernance interne, la stratégie d'achat choisie et le périmètre d'achat couvert sont en phase avec les besoins et les contraintes du pouvoir adjudicateur pour le compte duquel vous intervenez. Cela implique de faire, si possible, un bilan prévisionnel quantifié des avantages et des inconvénients qui sont attendus de l'adhésion à un groupement de commandes.

- Le caractère fermé des groupements de commandes : il n'est plus possible, une fois le marché notifié par un groupement des commandes, d'intégrer de nouveaux besoins.

Dans le domaine de la Silver économie, des groupements de commandes pourraient être mis en place dès lors qu'il n'existe pas d'offre de la part des centrales d'achat public et que les besoins d'au moins deux pouvoirs adjudicateurs sont identiques. La notion de territoire commun peut aussi être prise en compte, notamment pour les prestations de service pour lesquelles la proximité prime. C'est le cas par exemple des marchés de portage de repas à domicile.

FICHE 5

3 CLÉS DE SUCCÈS À APPLIQUER POUR METTRE EN PLACE UN GROUPEMENT DE COMMANDES

1. Répartir clairement les tâches

La convention constitutive définit les modalités de fonctionnement (durée, modalités de financement) et désigne un coordonnateur qui sera chargé de la procédure. Elle précise également les rôles et obligations des membres et peut créer un comité consultatif ou technique.

Il existe 3 possibilités de répartition des tâches entre les membres et le coordonnateur :

- 1) les adhérents signent et exécutent le marché ;
- 2) le coordonnateur signe et notifie le marché, les membres exécutent ;
- 3) le coordonnateur signe, notifie et exécute le marché.

➔ Exemple de convention constitutive en Annexe.

CONSEIL :

afin d'apporter de la cohérence, il est peut être conseillé de confier au coordonnateur les actes relatifs à la conclusion des avenants, la reconduction des marchés, la révision des prix et la résiliation des marchés.

2. Trouver le "bon" coordonnateur

Le coordonnateur a deux objectifs principaux :

- garantir la performance économique et qualitative de l'achat mutualisé ;
- assurer la sécurisation juridique des contrats conclus dans le cadre du groupement.

Pour atteindre ces objectifs, le coordonnateur doit :

- être volontaire et motivé ;
- être un fédérateur et un leader ;
- avoir un grand sens de la communication ;

- posséder une bonne connaissance du segment d'achat concerné, et notamment à propos de :
 - l'offre produit ou le service ;
 - le panel fournisseurs et le marché ;
 - les niveaux de prix du marché.
- maîtriser les règles de la commande publique ;
- s'entourer d'un groupe restreint de professionnels (prescripteurs, acheteurs)
- organiser les moyens de fonctionnement (système d'information, secrétariat dédié) ;
- être réactif vis-à-vis des titulaires des marchés et des adhérents ;
- être capable de dégager du temps pour l'action collective ;
- tenir ses engagements en termes de délais.

3. Faire participer activement les membres

La répartition de l'action collective garantit la performance du groupement. Les membres du groupement doivent donc participer activement à toutes les phases de préparation et d'exécution des marchés, et notamment :

- à la réflexion collective sur les besoins ;
- aux tests éventuels des produits et services ;
- aux réunions de choix des titulaires des marchés.

Les membres du groupement s'engagent notamment à :

- transmettre au coordonnateur les éléments nécessaires à l'analyse de l'existant ;
Exemple : transmettre ses quantités et ses prix historiques, notamment pour permettre le calcul des gains sur achats
- respecter les échéanciers et calendriers établis par le coordonnateur pour la passation des marchés ;
- exécuter les marchés dans les conditions contractuelles définies lors de la consultation collective ;
Exemple : passer les commandes, réceptionner, liquider et payer les factures
- informer le coordonnateur de toute difficulté dans l'exécution des marchés
Exemple : renseigner les fiches "incidents"
- assister aux réunions du comité consultatif ;
- respecter leurs engagements quantitatifs.

IMPORTANT :

chaque membre est seul responsable de l'exécution des marchés signés et notifiés pour son compte par le coordonnateur, à l'exception des actes d'exécution qui auraient été confiés au coordonnateur dans la convention constitutive (passation des avenants par exemple).

À PROPOS DE FRANCE SILVER ÉCO

FRANCE SILVER ÉCO a été mise en place fin 2009 à l'initiative du Ministère de l'Économie, des Finances et de l'Emploi avec le soutien du Ministère de la Santé pour faciliter le développement et l'usage des technologies de l'information et de la communication dans la prise en charge de la santé et de la dépendance au domicile, et aujourd'hui dans le déploiement de la filière de la Silver économie. L'Association est présidée depuis septembre 2014 par Luc BROUSSY, spécialiste des questions liées au vieillissement.

Lieu fédérateur des acteurs de la filière Silver économie, FRANCE SILVER ÉCO a pour objectif de rassembler et animer l'écosystème national.

Ses missions : favoriser le développement d'une industrie innovante et d'une économie de qualité dans le domaine des technologies au service de la Silver économie, soutenir la professionnalisation des acheteurs publics dans ce domaine et la mutualisation d'achats publics innovants.

Ainsi, pour répondre à ses ambitions, FRANCE SILVER ÉCO réunit toutes les parties prenantes de la filière et rassemble ses adhérents en 5 collèges : entreprises, collectivités territoriales, financeurs (assureurs, mutuelles), académiques et pôles de compétitivité, professionnels-usagers-syndicats et fédérations nationales. L'Association bénéficie également d'un réseau de Centres Experts et Relais labellisés sur tout le territoire national.

Enfin, dans le cadre de ses missions, FRANCE SILVER ÉCO souhaite porter la stratégie française de la Silver économie et le savoir-faire des acteurs français au plan européen et international notamment en partenariat avec Business France.

www.france-silvereco.fr

À PROPOS DU RESAH

Le groupement d'intérêt public RESAH (Réseau des Acheteurs Hospitaliers) a pour objet d'appuyer la recherche de performance des acteurs du secteur sanitaire, médico-social et social grâce à la mutualisation et la professionnalisation des achats et de la logistique qui leur est associée. Ses activités sont organisées autour de 2 grands pôles :

- une centrale d'achat proposant la mise à disposition de plus de 3500 accords-cadres ou marchés relevant de 10 grandes filières d'achat, accessible à tous les pouvoirs adjudicateurs intervenants dans le secteur sanitaire, médico-social ou social dont le siège est situé en France ou dans un autre État membre de l'Union européenne ;
- un centre de ressources et d'expertise permettant d'apporter un appui aux établissements dans leur recherche de performance grâce à la mobilisation de leviers d'action en matière d'achat.

www.resah.fr

ANNEXE

MODÈLE DE CONVENTION CONSTITUTIVE D'UN GROUPEMENT DE COMMANDES

CONVENTION CONSTITUTIVE DE GROUPEMENT DE COMMANDES

PRÉAMBULE

La présente convention est constituée dans le cadre du groupement de commandes **nom du groupement de commande**.

Il a pour objectif d'aider ses adhérents à accroître l'efficacité de procédures d'achat de fournitures de **objet du marché** et des prestations associées.

Article 1 : OBJET DU GROUPEMENT DE COMMANDES

Les personnes morales signataires de la présente convention constituent un groupement de commandes pour mettre en commun leurs procédures d'achat.

Le groupement de commandes est créé en application de l'article 28 de l'ordonnance n° 2015-899 du 23 juillet 2015, avec désignation d'un coordonnateur chargé de signer et notifier les marchés.

Ce groupement donne notamment lieu à la mise en œuvre de toute procédure nécessaire à la passation de marchés ayant pour finalité l'achat de **objet du marché**.

L'exécution des marchés est assurée respectivement par chaque membre du groupement à l'exception des éléments listés à l'article 4 de la présente convention.

Article 2 : MEMBRES DU GROUPEMENT

Sont membres du groupement de commandes les personnes morales signataires de la présente convention (liste en annexe).

Article 3 : DÉSIGNATION DU COORDONNATEUR

XXX (nom de l'établissement ou de la collectivité) est désigné comme coordonnateur au sens de la réglementation sur les marchés publics, pour la durée de la présente convention de groupement. Il est représenté par **XXX** ou toute personne habilitée à le représenter.

Article 4 : RÔLE DU COORDONNATEUR

Le coordonnateur est chargé de procéder à l'organisation de l'ensemble des opérations de sélection d'un ou plusieurs cocontractants pour les marchés passés dans le cadre du groupement. Il est chargé de signer et de notifier les marchés.

De plus, le coordonnateur reste compétent dans la phase d'exécution des marchés conclus dans le cadre du groupement pour :

- procéder à la passation, à la signature et à la notification des avenants de toute nature pouvant intervenir dans le cadre du marché ;
- établir les certificats administratifs ;
- décider et procéder aux modalités de reconductions du marché ;
- prendre la décision de résiliation au nom et pour le compte des membres. La résiliation peut concerner le marché d'un ou plusieurs membres ;
- réaliser plus généralement tous les actes administratifs relatifs à la modification du marché ;
- représenter le groupement de commandes et ses membres dans tous les actes qu'il prend à ce titre notamment pour la procédure de consultation ;
- représenter le groupement en justice notamment en cas d'action précontentieuse ou contentieuse en demande comme en défense.

L'exercice des autres compétences relève des membres du groupement de commandes.

Article 5 : COMITÉ CONSULTATIF

Le coordonnateur met en place un comité consultatif composé de représentants des membres du groupement de commandes.

Le comité consultatif est chargé, notamment, d'exprimer un avis sur le classement des offres reçues et la détermination de celle(s) apparaissant comme économiquement la (les) plus avantageuses au regard des critères énoncés dans le règlement de consultation.

Il est présidé par le coordonnateur du groupement ou son représentant.

Article 6 : OBLIGATIONS DES MEMBRES DU GROUPEMENT

Chaque membre du groupement habilite le coordonnateur pour signer et notifier les marchés à hauteur de ses propres besoins, tels qu'il les a préalablement déterminés lors du recensement effectué par le coordonnateur avant le lancement de la procédure de consultation collective.

Les membres du groupement s'engagent notamment à :

- transmettre au coordonnateur les éléments nécessaires à l'analyse de l'existant et toute autre information nécessaire à la consultation et la passation des marchés ;
- respecter les échéanciers et calendriers établis par le coordonnateur pour la passation des marchés ;
- exécuter les marchés dans les conditions contractuelles définies lors de la consultation collective ;
- informer le coordonnateur de toute difficulté dans l'exécution des marchés ;
- mettre à disposition l'accès aux éléments nécessaires au pilotage du groupement.

Chaque membre est seul responsable de l'exécution des marchés signés et notifiés pour son compte à l'exception des éléments mentionnés à l'article 4 de la présente convention.

Cependant, en cas de litige avec un cocontractant, chaque adhérent s'engage à en informer le coordonnateur afin de discuter avec lui de la solution à apporter à la difficulté constatée.

Afin de contribuer au financement de l'expertise nécessaire à l'élaboration du groupement de commandes et à son suivi d'exécution, chaque membre s'acquitte d'une cotisation forfaitaire annuelle d'un montant de XXX euros auprès du coordonnateur du groupement de commandes. La première cotisation sera appelée dès la notification du marché.

Article 7 : DURÉE DE LA CONVENTION CONSTITUTIVE

La présente convention prend effet à compter de la date de sa signature par les parties. Elle prend fin automatiquement lorsque le dernier des marchés passés dans le cadre du groupement prend fin, est résilié ou n'est pas reconduit.

Le coordonnateur

L'adhérent,

à _____, le _____,

à _____, le _____,

ANNEXE

Nom de la personne morale :

Adresse :

Personne en charge du dossier :

Fonction :

Mail :

Téléphone :

Adhère au groupement de commandes relatif à la fourniture de **objet du marché** et de prestations associées et sur lesquels une quantité estimative a été communiquée au coordonnateur.

Détermine la date de prise d'effet du marché suivante : **date**



FRANCE
SILVER|ÉCO

france-silvereco.fr
27 rue Professeur Delvalle
06000 Nice



Réseau des Acheteurs Hospitaliers

resah.fr
47, rue de Charonne
75011 Paris