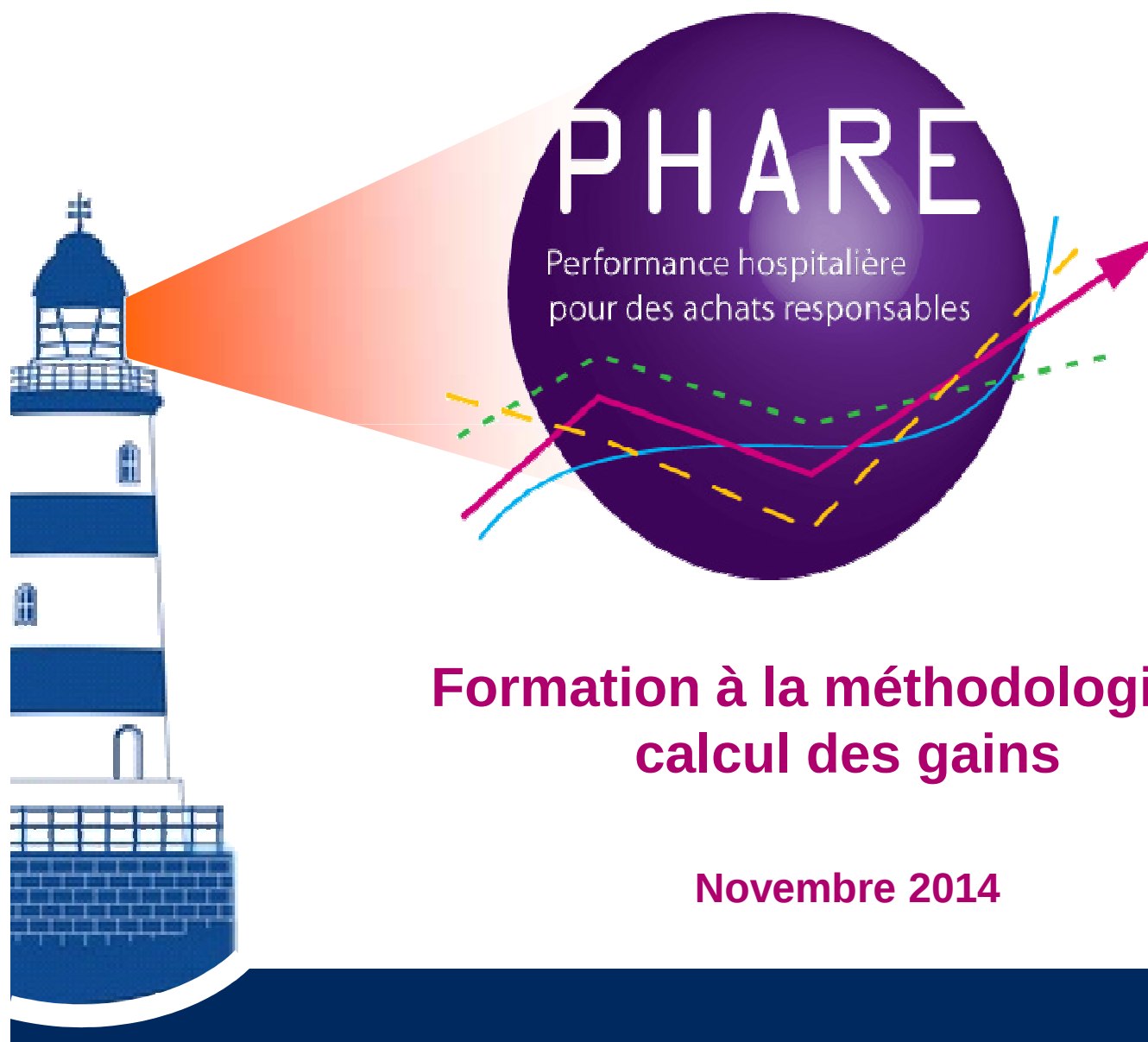




Formation à la méthodologie de calcul des gains

Novembre 2014

Déroulement de la présentation

Eléments de contexte: Programme PHARE

Les gains achat: de quoi parle-t-on? Pourquoi?

Comment calculer un gain achat?

- Trois modes de calcul selon le contexte d'achat
- Grands principes méthodologiques
- Questions fréquentes
- Focus sur le calcul des gains pour les groupements territoriaux

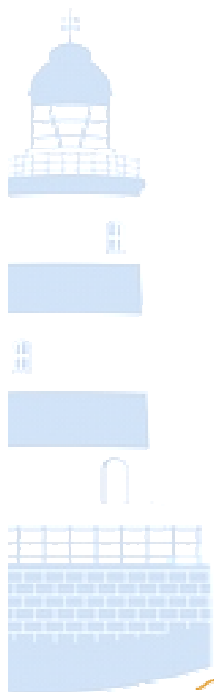
Eclairage sur le lien gains achat et économies budgétaires

Cas pratiques et exemples de tableaux de bord



Éléments de contexte:

Le programme PHARE



Le programme PHARE

Achats hospitaliers:

2^{ème} poste de dépenses des établissements de santé, après la masse salariale
24 Mds € de dépenses annuelles (exploitation et investissement)

Programme PHARE lancé en 2011:

Programme national de transformation et de performance économique pour dégager des « économies intelligentes »

→ Développement de la fonction achat en hôpital (RAU/PAA basé sur le dialogue prescripteur-acheteur)

→ Identification de bonnes pratiques (projet Armen)

→ Amélioration de la performance achat, mesurée via les gains achat

Potentiel de gains identifié au niveau national:

910 M€ gains achat pour la période 2012-2014

1,4 Md€ gains achat pour la période 2015-2017

2014 - Introduction d'un indicateur PHARE dans les CPOM Etat/ARS (% de réalisation des objectifs régionaux PHARE)





La performance achat au niveau national: quelques chiffres

- . 194 Plans d'Action Achat recensés au niveau du Programme en 2014 (127 en 2013)
- . 290 M€ de gains achat remontés en 2013, soit 91% de réalisation de l'objectif PHARE national
- . Un établissement sur trois déclare avoir mis en place un Responsable Achat Unique.

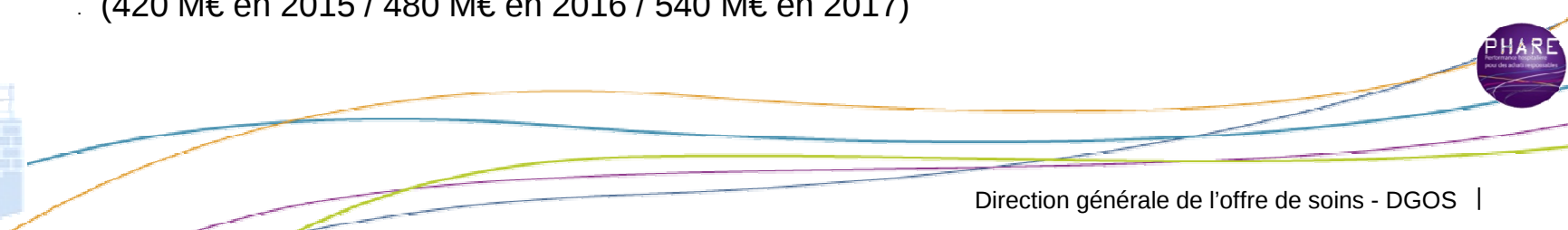
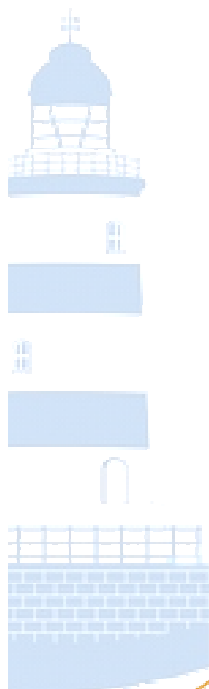
. **Objectif de gains achat 2014: 380 M€**

. Dont objectifs 2014 des groupements nationaux :

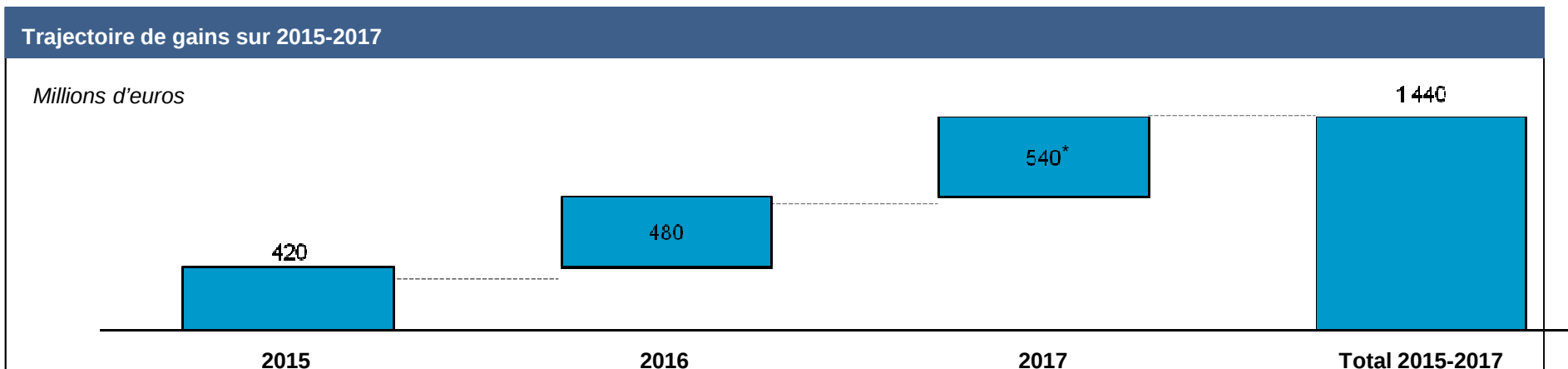
- 40 M€ pour les commandes passées par l'UGAP
- 90 M€ pour les adhérents d'UNIHA
- 5 M€ pour les adhérents d'UNICANCER

. **Ambition 2015-2017:**

- . Objectif de 1.4Md€ de gains achat sur 3 ans
- . (420 M€ en 2015 / 480 M€ en 2016 / 540 M€ en 2017)



Ambition 2015-2017 du programme : 1,4 Mds € de gains achat et une plus grande contribution des acheteurs hospitaliers à la stratégie nationale de santé



Déclinaison opérationnelle

	2015	2016	2017
Organisation achat en établissement	•PAA systématiques dans tous les établissements de santé, y compris les plus petites structures, sur toutes les catégories de dépenses (dont investissements). Performance de 3% de gains achat annuels (dont gains des groupements) •Responsable achat unique et gouvernance achat en place. Chefs d'établissement pleinement mobilisés.		
Processus achat et logistique	•Les plus grands établissements ont lancé un chantier de simplification du processus achat et de leur logistique interne	•Tous les établissements ont lancé un chantier de simplification du processus achat et de logistique interne	•Processus achat et logistique au niveau des meilleures pratiques dans tous les établissements
Groupements	•Performance des groupements : 1,5 à 2% de gains achat sur leur périmètre d'adhérents. •Groupements nationaux centrés sur leur cœur de métier : UniHA pour les besoins des CHU / CHR, Unicancer pour les CLCC, UGAP en opérateur « relais » ou opérateur de référence sur les achats banalisés. •Groupements territoriaux professionnalisés, avec la bonne taille critique (le plus souvent régionale), couvrant l'ensemble des segments et des établissements de leur territoire		



Performance achat au niveau national en 2013

ES hors mutualisation : Objectifs 2013 et réalisation

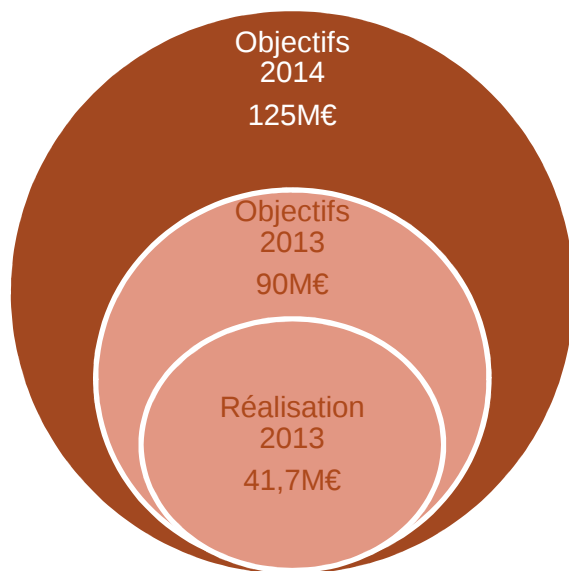
Remontée de gains pour 2013

- 173 remontées de gains, dont 64 ES sur les 150 principaux

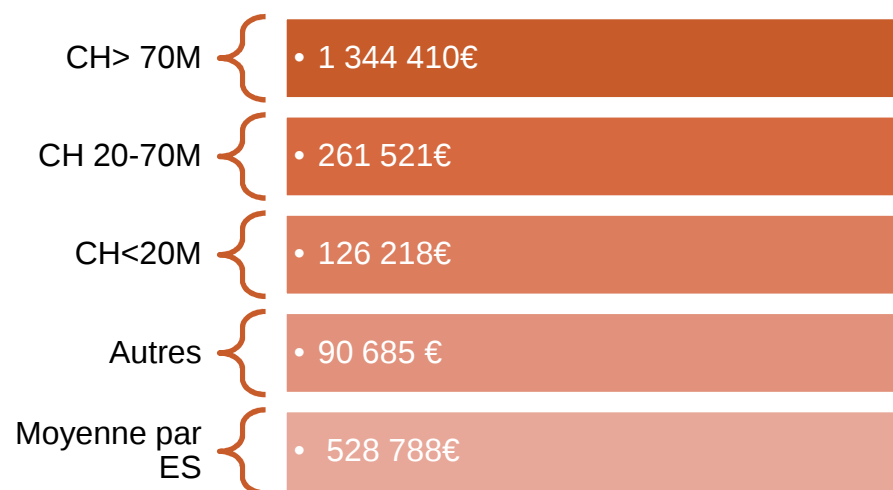
Gains Achat recensés pour 2013

• **91 M€**

Groupements Régionaux : Objectifs 2013 et réalisation

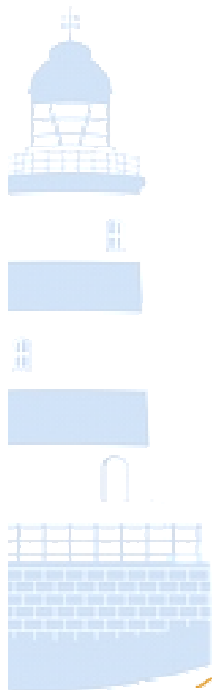


Moyenne des gains d'achat par type d'ES



Les gains achat :

***De quoi parle-t-on ?
Pourquoi?***



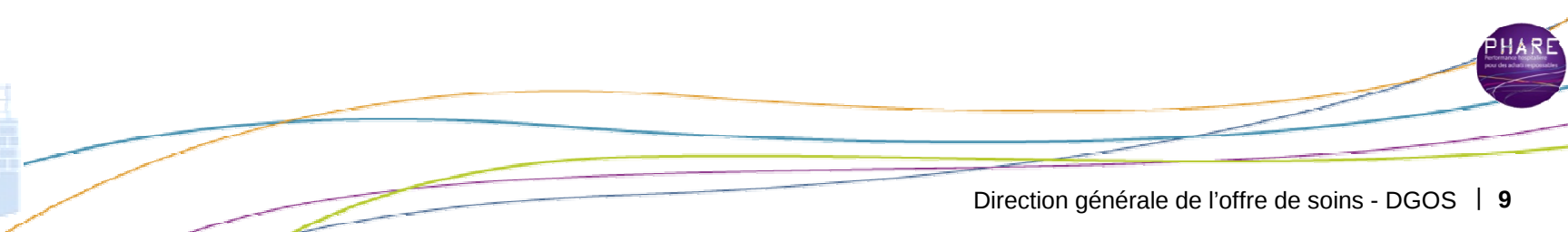
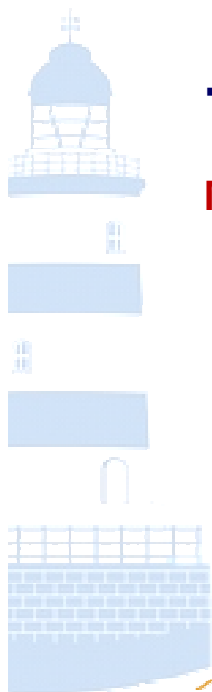
Qu'est-ce qu'un gain achat?

→ La mesure de ce que l'on a fait de mieux ou de différent par rapport à la fois précédente, pour l'ensemble des dépenses d'investissement ou de fonctionnement

Mais non un outil comptable ou budgétaire.

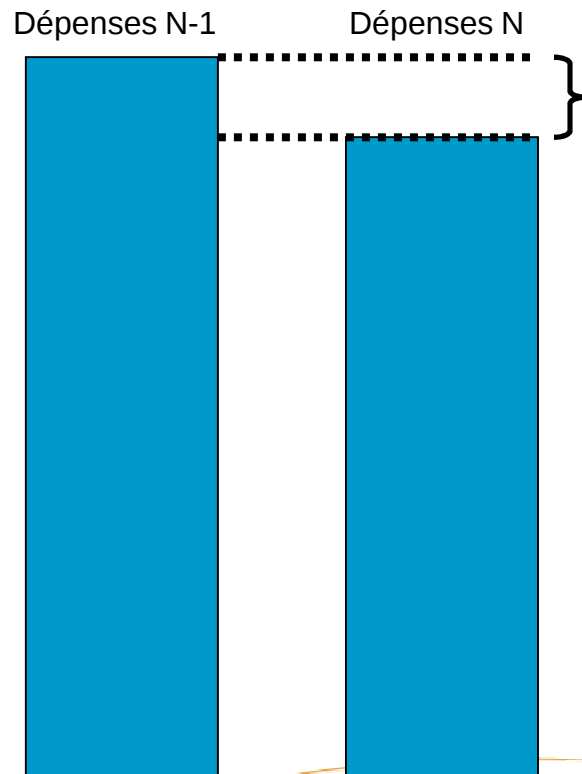
→ Une estimation des « coûts potentiels évités »

Mais non un calcul mathématique exact.



Le gain achat n'est pas un gain budgétaire

Ecart entre les dépenses d'une année N-1 et N : les variations « achats » n'expliquent pas à elle-seules les variations de dépense.



- Ecart de volume/mix
- Écart de prix marché fournisseurs :
Catégories faiblement influençables
> + ou – 4% sur les segments du périmètre opérationnel
- Ecart de prix liés à la révision contractuelle des marchés pluriannuels
- Gains achats de l'année



Pourquoi calculer des gains achat?

= le complément indispensable du PAA :

un élément de maîtrise de l'élaboration du PAA et de priorisation des actions de progrès
le suivi de la réalisation du PAA

= un élément d'identification des marges de progrès dans une démarche de performance

= un facteur de diffusion de la culture achat :

- ✓ Une méthode unique, une performance objectivée
- ✓ A toutes les étapes de l'achat (gain identifié, notifié, réalisé).
- ✓ Une culture de la performance achat partagée (acheteurs et prescripteurs)

→ Une démarche positive

Pourquoi mesurer des gains achat?

Objectif final:

Mesurer les gains achats

Objectifs intermédiaires:

- Prioriser les actions achats
- Piloter la réalisation des gains

Mais aussi mobiliser les interlocuteurs et diffuser la culture de gain achat

Objectifs associés:

- Enrichir le dialogue de gestion
- Valoriser la fonction achat
- Partager les contraintes budgétaires

=> Une opportunité pour la fonction achat :

reconnaissance, positionnement, professionnalisation

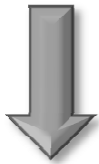


Comment calculer un gain achat?



Trois modes de calcul selon le contexte d'achat

Achats récurrents



Calcul mathématique
 $(PU_{n-1} - PU_n) \times Vol_n$

Achats ponctuels

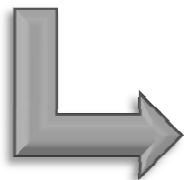


Benchmark
 $(PU_{ref} - PU_n) \times Vol_n$

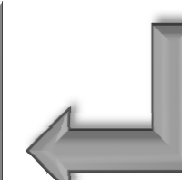
Actions de progrès



Calcul économique
Situation_{n-1} par rapport
à Situation_n
(à service rendu équivalent)



Privilégier la **simplicité** plutôt que la
finesse

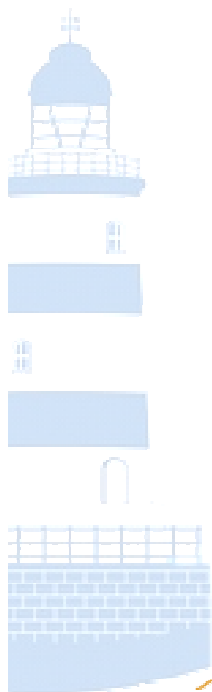


Utiliser l'information immédiatement disponible
Valoriser les gains significatifs



Calculer les gains : les achats récurrents

Gain achat = (prix historique – nouveau prix) * volume prévisionnel



Calculer les gains : les achats récurrents – Cas particulier

Neutralisation des variations significatives du marché économique .

= Variations $\neq$ $|4\%|$

(en-deçà, non pris en compte. Cf. complexité par rapport à l'enjeu représenté).

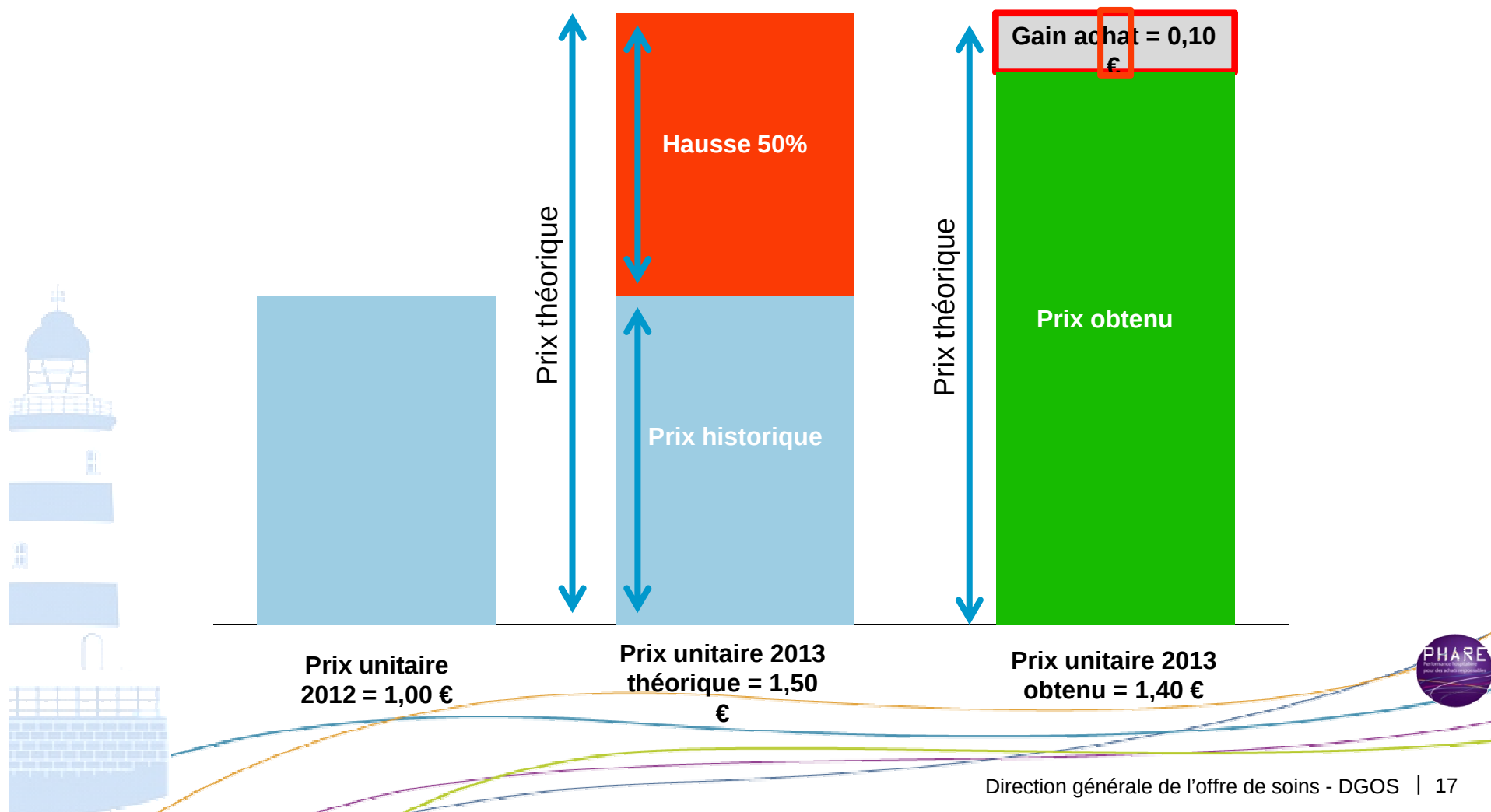
= Variations du prix d'achat indépendantes de l'action de l'acheteur (évolution du coût des matières, inflation...)

Attention: variations $\neq$ $|4\%|$ valorisées que dans la mesure où les évolutions sont liées à l'action de l'acheteur



Illustration de variations au delà de 4%

Alimentaire, par exemple lait, beurre, œuf... (ou coton, latex...)



Calculer les gains : les achats ponctuels

Gain achat = (prix de référence – prix nouveau) X volume prévisionnel

= Premier achat pour l'établissement

Ou:

= Achat très particulier pour lequel il n'y a pas de référence aisée

➔ pas de prix historique connu dans l'établissement ;

Recherche d'une solution alternative telle que :

- un prix de référence auprès d'un autre acteur comparable (établissement, groupement),
- une étude de marché préalable auprès des fournisseurs,
- à défaut la moyenne des offres reçues en éliminant si besoin des offres trop « dispersées »,
- à défaut un budget prévisionnel

Calculer les gains : les actions de progrès

Gain achat = situation de référence – situation améliorée (*)

(*) y compris investissements le cas échéant. En revanche, il est déconseillé d'intégrer, sauf action particulière, les économies réalisées par une réduction ou un redéploiement des effectifs

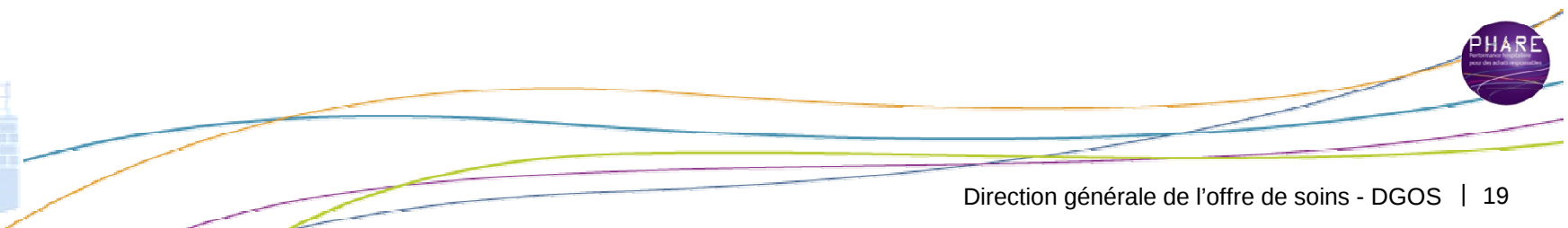
= Projets achats visant à optimiser l'usage d'un marché ou à encourager des comportements (substitution, élimination de la surqualité, gestion de la demande).

Exemples :

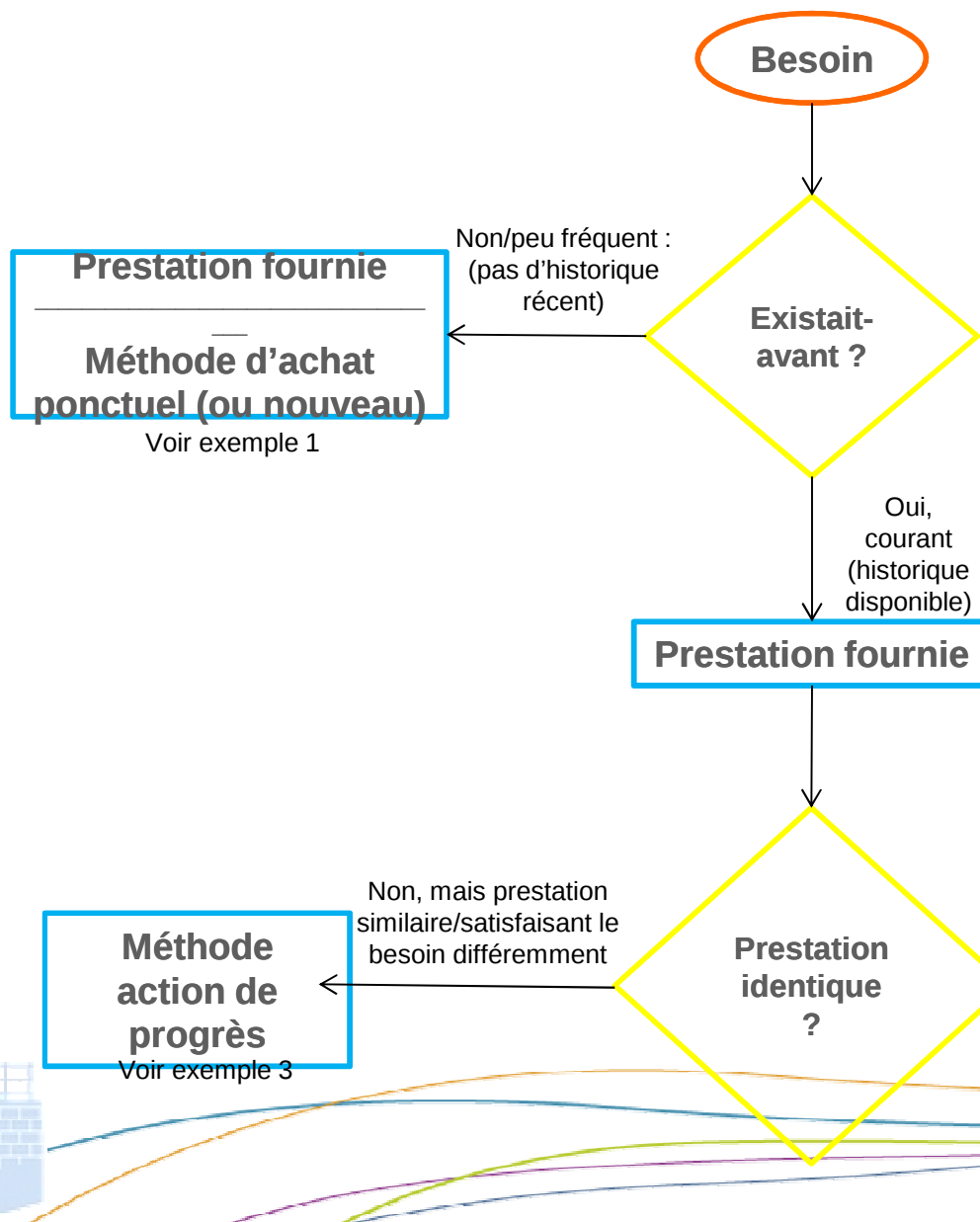
- remplacer les distributeurs d'essuie-mains en formats pliés par des distributeurs en rouleau (impact sur les consommations),
- accélérer le recours des génériques (dans ce cas, on valorise l'écart de prix sur la durée « gagnée », çàd l'écart entre la date prévue de fin de marché et la date de passage réelle aux génériques, dans une limite de 12 mois)

■ ...

→ **Evaluer la situation avant le projet et la comparer à celle qui sera constatée une fois le projet mené à terme.**



Méthodologie de calcul des gains achat : une méthode simple !



Ex. 1 achat ponctuel : achat (seconde main pour gain achat) d'un véhicule spécialisé (transport de corps, camion frigorifique...) .

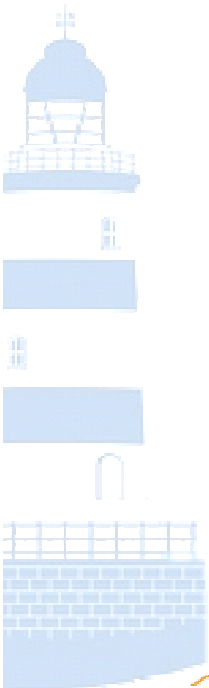
Ex. 2 achat récurrent : papier A4 80g pour imprimante. Produit identique même si changement de fournisseur ou si passage en papier recyclé (les modalités de fabrication ne modifient pas les caractéristiques du produit).

Ex. 3 action de progrès : recourir à une prestation de dématérialisation des demandes de prises en charge (ou e-procurement par ex.) plutôt que papier (fax/courrier).

Méthodologie de calcul des gains achat

Grands principes:

- Base 12 mois
- Proratisation par année civile
- Neutralisation des variations du marché économique
- Calcul en coût complet
- Gains achat / économies budgétaires
- Gains TTC



Méthodologie de calcul des gains achat: Principes

Gain base 12 mois:

= une convention.

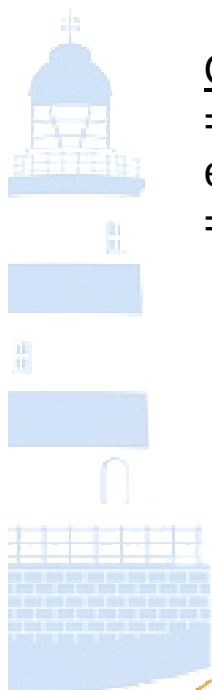
Définition:

= mesure des gains achat sur 12 mois glissants et non sur la durée juridique de la prestation.

Objectif:

= lisibilité de la performance achat par rapport au cycle financier d'un établissement

= dynamique de recherche annuelle de progrès avec possibilité de comparaisons



Méthodologie de calcul des gains achat: Principes

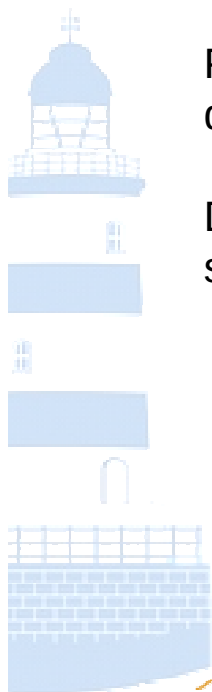
Proratisation par année civile:

Objectifs PHARE déclinés par année civile.

➔ Répartition des gains achat au prorata de la durée de réalisation de la prestation sur l'année N.

Point de départ = date de notification (ou date de premier effet économique en cas d'action sans notification)

Dans le cas d'un marché notifié en fin ou début d'année, gain déclaré sur une seule année par simplicité.

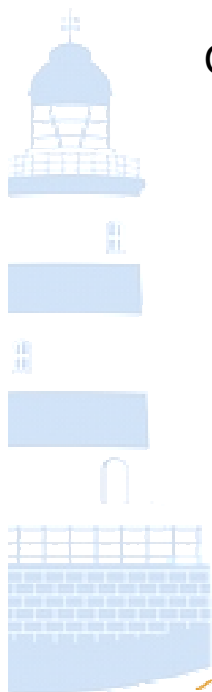


Méthodologie de calcul des gains achat: Principes

Gains TTC:

= une convention

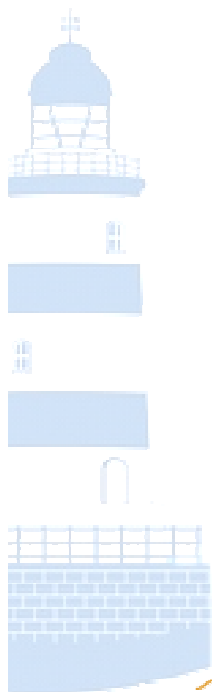
Gains achat mesurés TTC



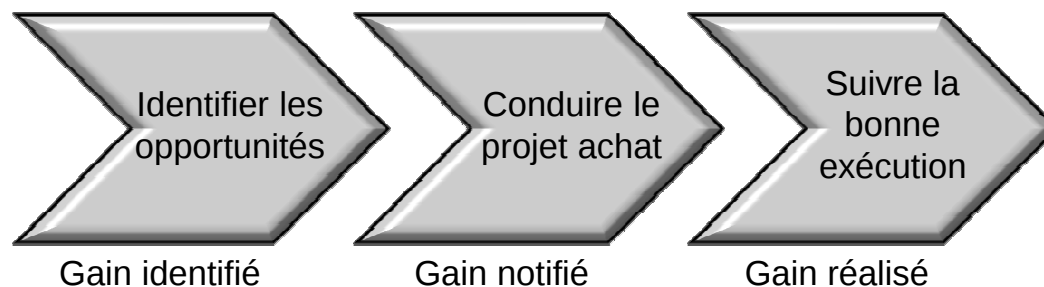
Méthodologie de calcul des gains achat: Principes

Raisonnement en coût complet:

Aller chercher toutes les opportunités et les valoriser

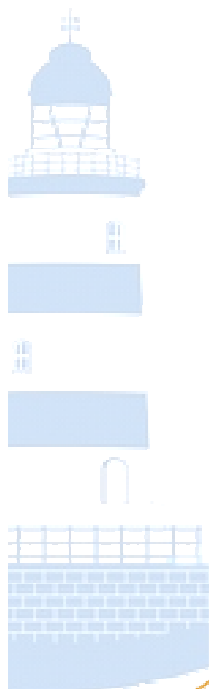


Méthodologie de calcul des gains achat: Principes



Trois types de gains, selon l'étape d'achat :

- Gains identifiés
- Gains notifiés
- Gains réalisés



Méthodologie de calcul des gains achat: Principes

Gains identifiés:

- *De quoi s'agit-il?*

= une estimation (calcul pour l'année N+1) et donc une approximation.

= un outil de prévision, mais aussi de management (mobiliser en interne sur les actions identifiées)

- *Comment les calculer?*

$(P_{Xn} - P_{Xcible}) * Q \text{ prévues}$

- *Quand les calculer?*

Au moment de l'identification des opportunités (élaboration du PAA par ex)



Méthodologie de calcul des gains achat: Principes

Gains notifiés:

- *De quoi s'agit-il?*

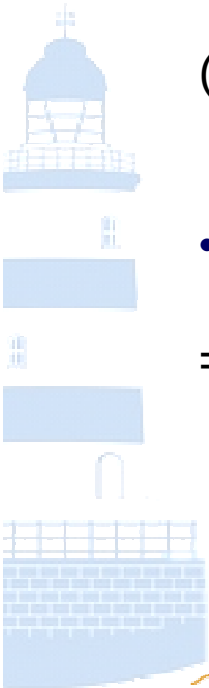
= gain achat calculé sur la base du prix connu

- *Comment les calculer?*

$$(P_{Xn} - P_{Xréel}) * Q_{prévues}$$

- *Quand les calculer?*

= pour chaque période, notamment à mi-année



Méthodologie de calcul des gains achat: Principes

Gains réalisés:

- *De quoi s'agit-il?*

= gain achat calculé en prenant en compte les quantités consommées

- *Comment les calculer?*

$$(P \times n - P \times r_{\text{réel}}) \times Q_{\text{réelles}}$$

- *Quand les calculer?*

= pour chaque période, notamment en fin d'année



Méthodologie de calcul des gains achat: Principes

Gains notifiés / gains réalisés:

Chaque établissement est libre de déterminer s'il calcule uniquement des gains notifiés ou également des gains réalisés.

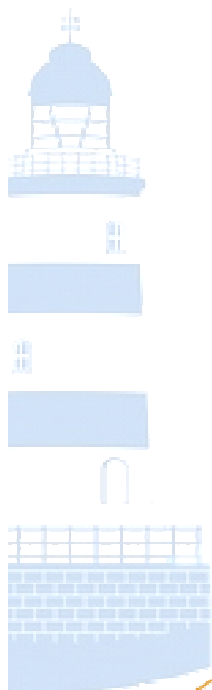
En cas de difficultés d'accès à l'information volumes consommés, assimiler gains notifiés et gains réalisés, en conservant les volumes prévisionnels.

Toutefois utile de veiller à s'assurer de la qualité et de la réalité de la prestation...



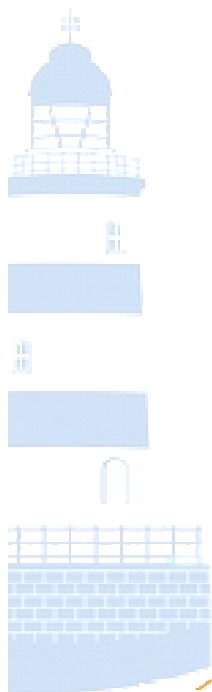
Calculer un gain achat

Calcul des gains achat dans le cadre d'un groupement territorial



La mesure des gains des groupements: quel intérêt?

- Valoriser votre implication et la charge de travail liée au portage des groupements
- Mobiliser les adhérents en donnant de la visibilité sur les gains générés
- Donner du crédit au groupement au-delà de la mutualisation des procédures
- Susciter de nouvelles adhésions en valorisant la performance du groupement
- Manager la performance du groupement en identifiant des pistes de progression



Comment favoriser la mesure des gains des groupements?

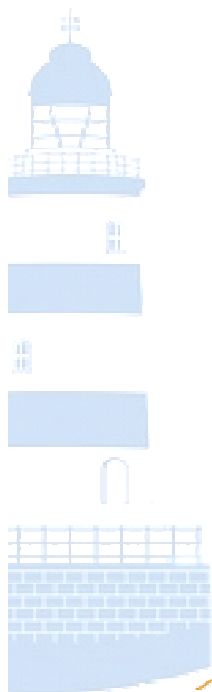
Actions du groupement à valoriser:

Massification

Stratégie d'allotissement

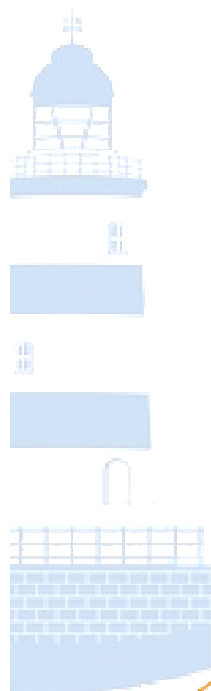
Standardisation des pratiques

Négociations, clauses administratives, forme du marché



Comment favoriser la mesure des gains des groupements?

- Nécessité de disposer des quantités **estimées par les adhérents**
 - Récupérer auprès des nouveaux adhérents leur prix historique pour le calcul des gains
 - Disposer des quantités **réellement consommées annuellement** pour le suivi de l'exécution et pour calculer des gains réalisés (et non pas seulement notifiés)
- ➔ Recommandations:
- Sensibiliser les adhérents à l'intérêt du calcul des gains au niveau du groupement
 - Proposer une charte de bonnes pratiques à l'usage des adhérents



La mesure des gains des groupements: quelle méthodologie?

Le référentiel temps:

Base 12 mois

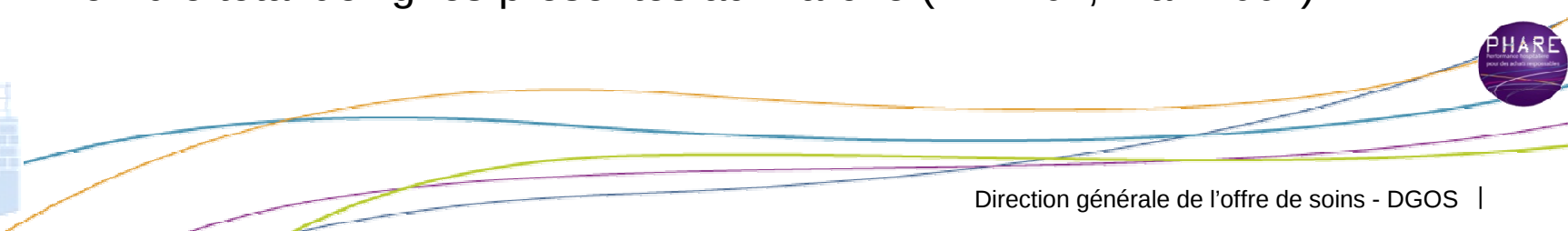
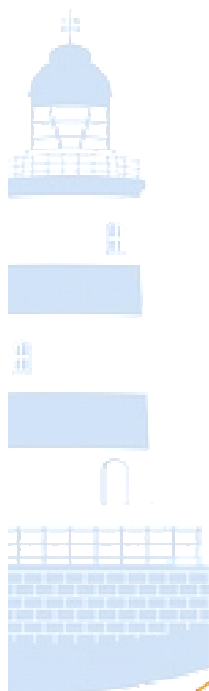
Au prorata de la durée effective de l'action achat menée

Quantités de référence:

Quantités de l'année N = quantités estimées au moment du recensement

Périmètre du calcul des gains

Possibilité de retenir un échantillon statistique: environ 20 % du nombre total de lignes présentes au marché (min 20 l; max 200 l)



La mesure des gains des groupements: quelle méthodologie?

En cas d'utilisation d'un échantillon statistique:

1. Estimer le volume achat de l'échantillon statistique

*Volume achat échantillon = Somme (Prix unitaire N * Quantité estimée sur le lot)*

2. Mesurer la part de cet échantillon par rapport au volume achat total du marché

Part de l'échantillon = Volume achat de l'échantillon / Volume achat total du marché (%)

3. Calculer le gain de l'échantillon statistique:

Gain mesuré sur l'échantillon = Somme des gains mesurés pour chaque ligne de l'échantillon

4. Estimer le gain total du marché groupé:

Gain total = gain de l'échantillon x 100 / part de l'échantillon

La mesure des gains des groupements: quelle méthodologie?

Lot identique en année N / année N-1

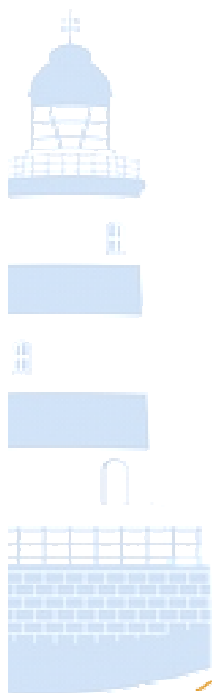
2 cas:

-**Périmètre d'adhérents constants:** calcul des gains par rapport au prix de l'année N-1

-**Intégration de nouveaux adhérents en année N**

→ Distinguer les gains des nouveaux adhérents des gains obtenus à périmètre constant:

Gains des nouveaux adhérents calculés par référence à leur prix historique (ou moyenne des prix historiques des nouveaux adhérents)



La mesure des gains des groupements: quelle méthodologie?

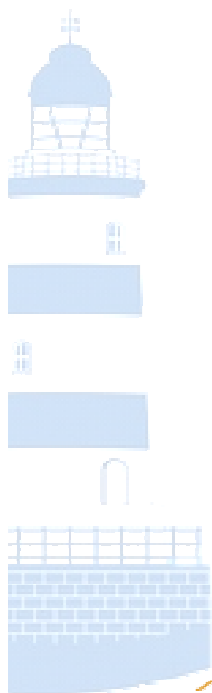
Introduction d'un lot nouveau en année N

Lot qui n'était pas mutualisé jusqu'alors

➔ Déterminer le prix de référence:

- Sur la base de la moyenne des prix historiques des adhérents

- Sur la base de la moyenne des offres reçues...



La mesure des gains des groupements: quelle méthodologie?

Action de progrès dans le cadre d'un groupement

- Nécessité pour le coordonnateur d'identifier les produits substitués
- Comparaison des prix avec pondération des quantités

Exemple Standardisation

2013: 1000 x Produit A à 100€ + 500 x produit B à 120 €

2014: 1500 x Produit A à 90€

Gain = $500 \times (120 - 90) \text{ €} + 1000 \times (100 - 90)$

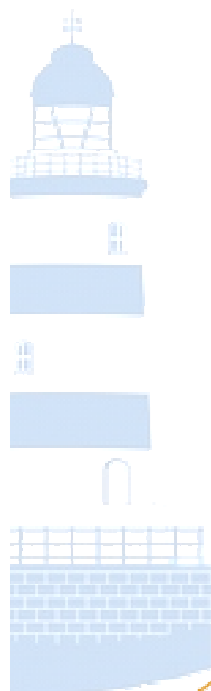
Exemple Substitution :

Produit moins consommé (volume en diminution), mais prix supérieur

2013: 2000 x produit 1 à 150 €

2014: 1500 x produit 2 à 170 €

Gain = $(\text{Quantité} \times \text{Prix}) \text{ Produit1} - (\text{Quantité} \times \text{Prix}) \text{ Produit2}$



Recommandation à l'usage des GT: proposer une charte de bonnes pratiques à ses adhérents



LES 10 ENGAGEMENTS DE L' ADHERENT

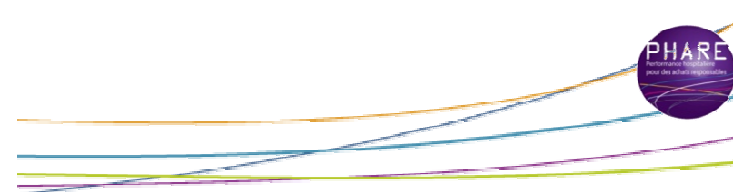
Afin de favoriser l'efficacité et la performance des groupements de commandes,
l'établissement adhérent au Resah-idf s'engage à :

- 1 Mettre en place un référent unique Resah-idf (Directeur Achat) et nommer un interlocuteur pour chaque filière achat
- 2 S'impliquer dans la vie du Groupement de commandes et respecter les décisions prises d'un commun accord
- 3 Participer aux réunions et événements organisés par le coordonnateur
- 4 Préserver la confidentialité des informations transmises par le coordonnateur
- 5 Remonter les observations positives et les difficultés rencontrées au coordonnateur
- 6 Partager les bonnes pratiques identifiées localement auprès de l'ensemble des adhérents
- 7 Se doter d'Epicureweb et connaître la démarche e-web
- 8 Transmettre les informations nécessaires en temps et en heure et s'assurer de leur fiabilité
- 9 Aider le coordonnateur à mesurer la performance du Groupement de commandes : communiquer ses prix et quantités historiques
- 10 Recenser précisément ses besoins : ne pas déclarer des quantités prévisionnelles de 0 ou 1

Exemple du Resah IdF

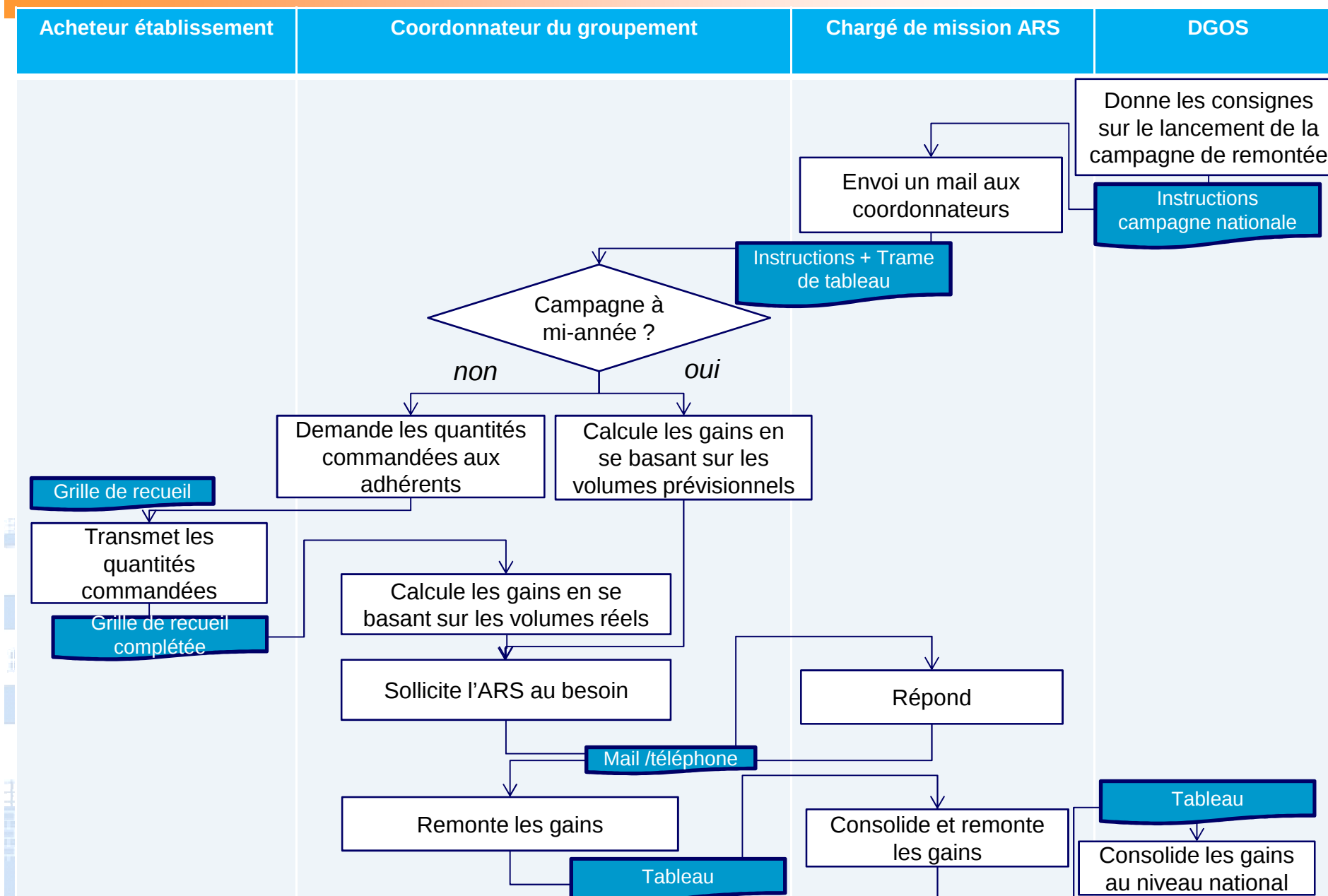


<..\Engagements de l'adhérent.pdf>



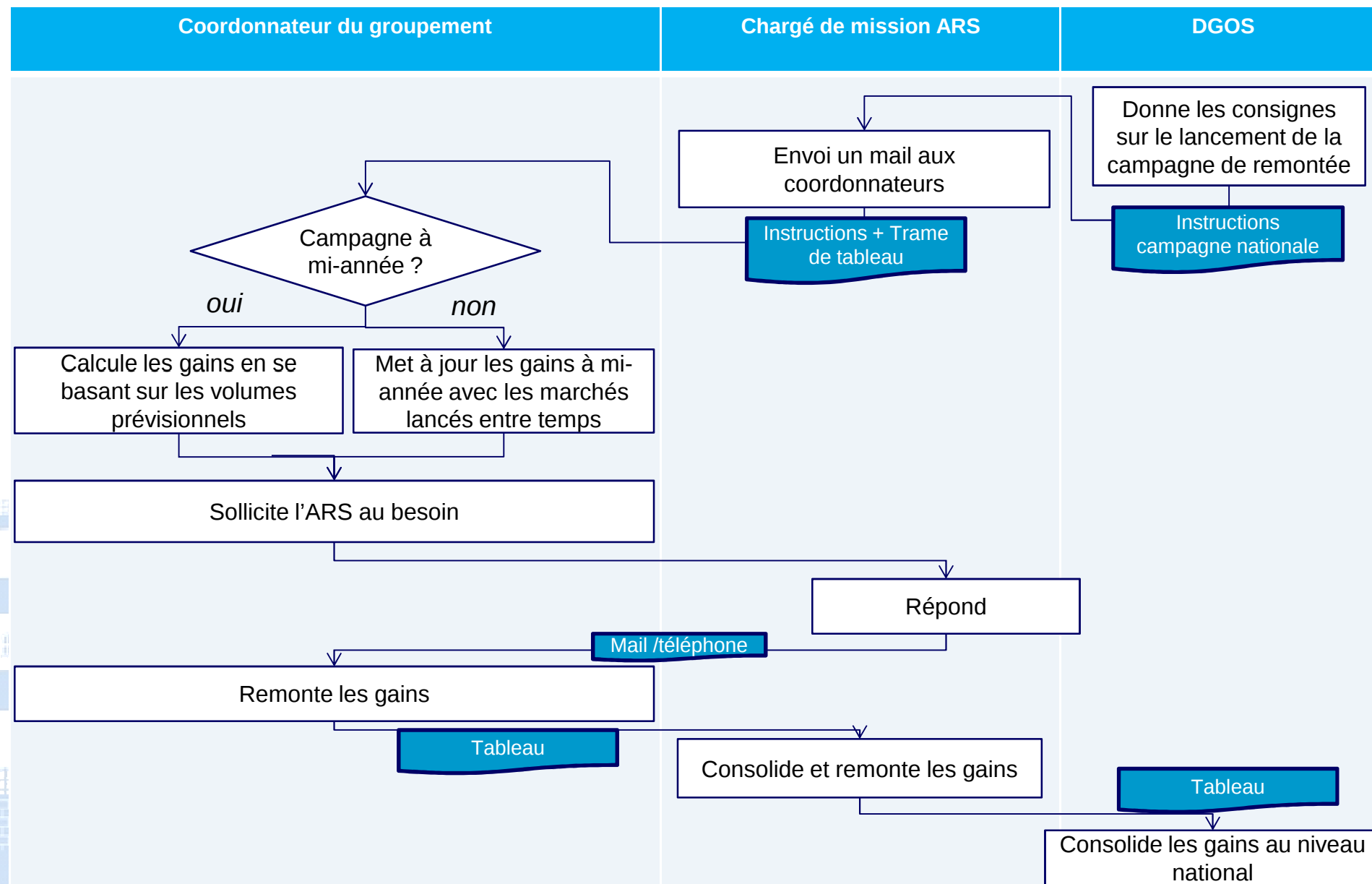
Direction générale de l'offre de soins - DGOS |

Cas général Etablissement / coordonnateur

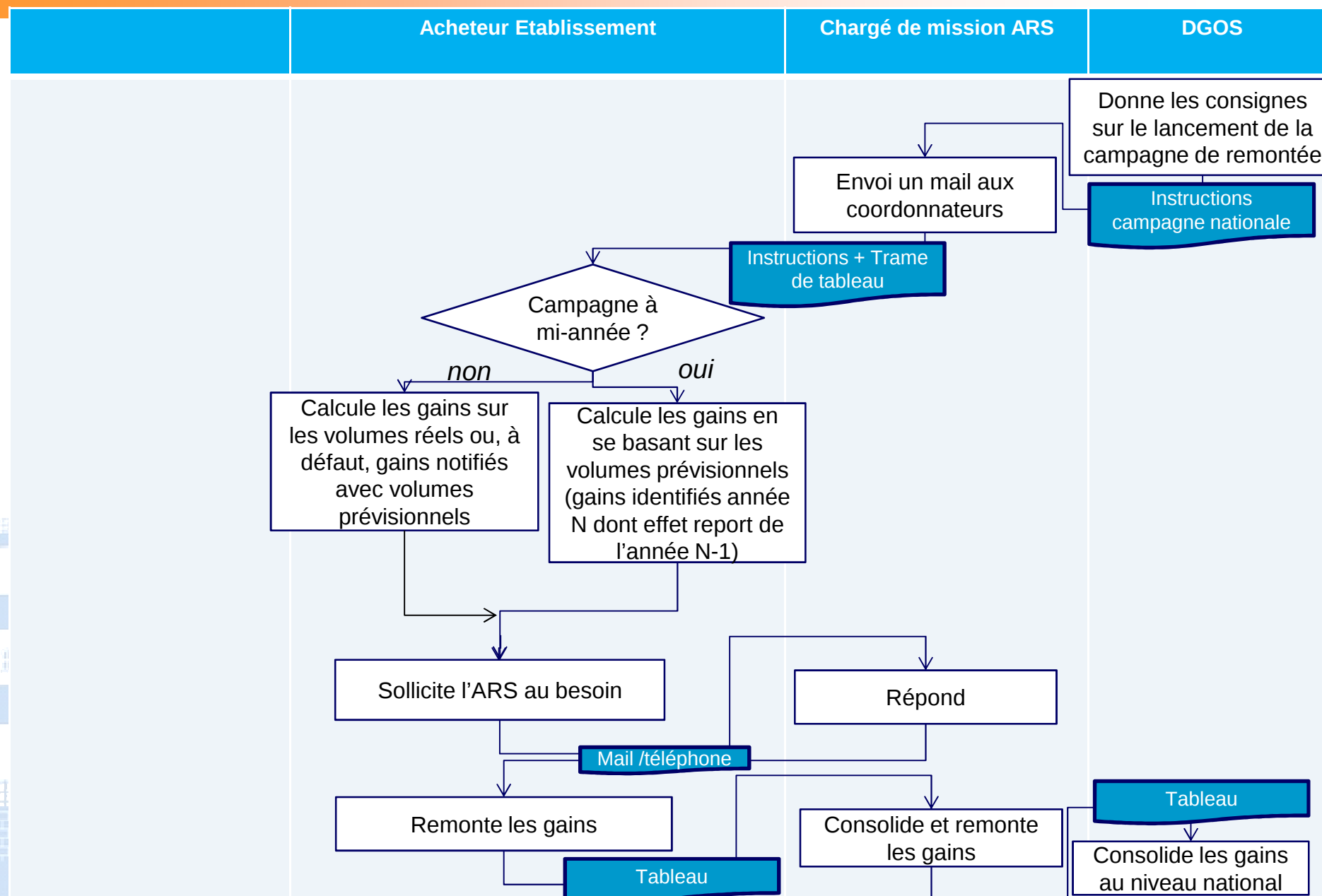


Cas général Etablissement / coordonnateur

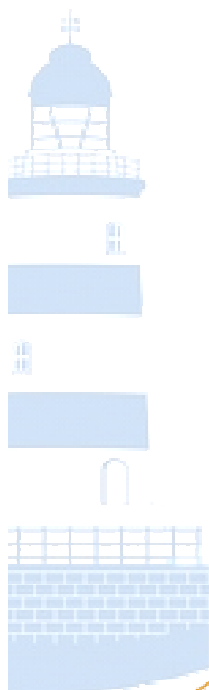
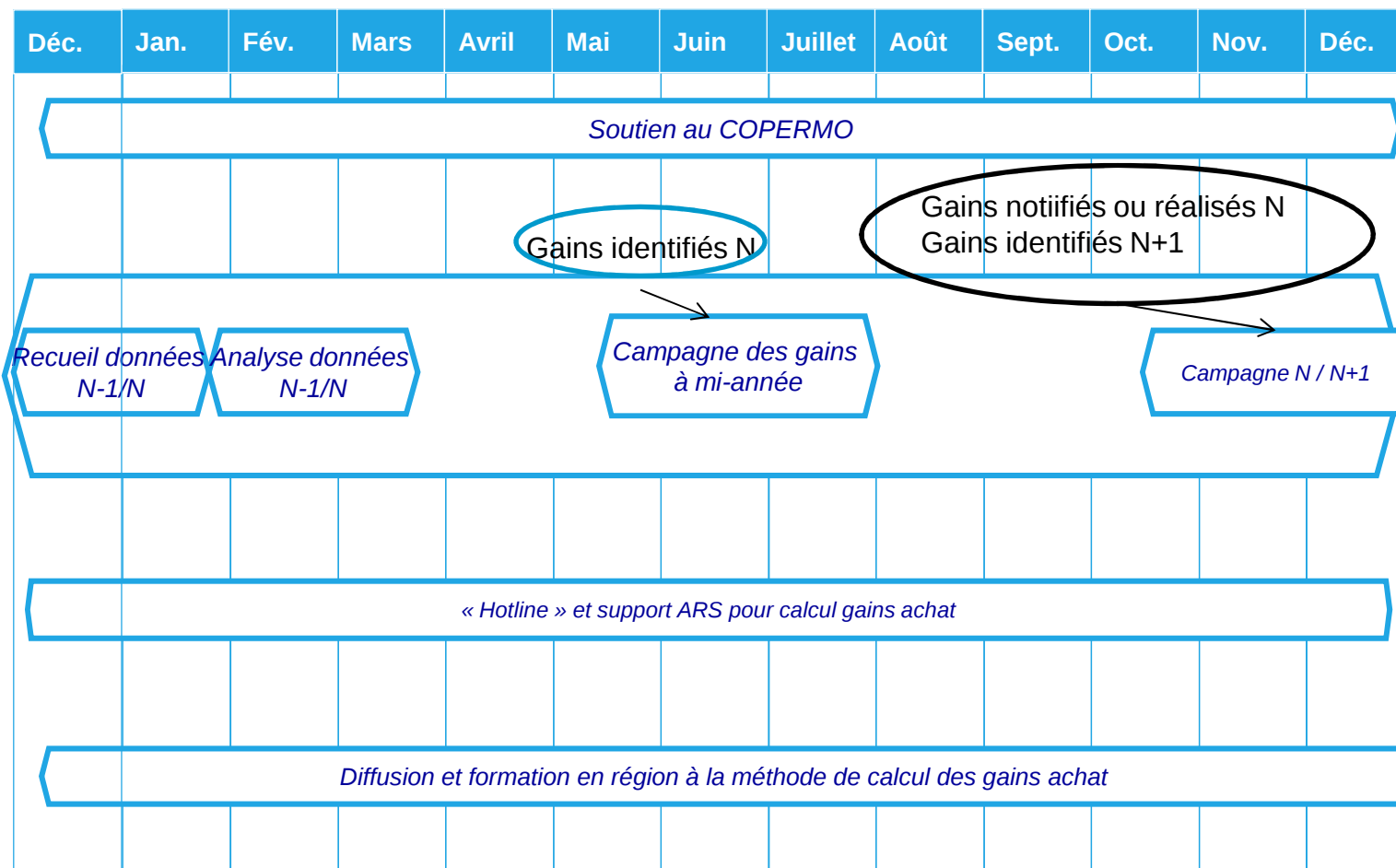
Procédure dégradée



Procédure de remontée Etablissement

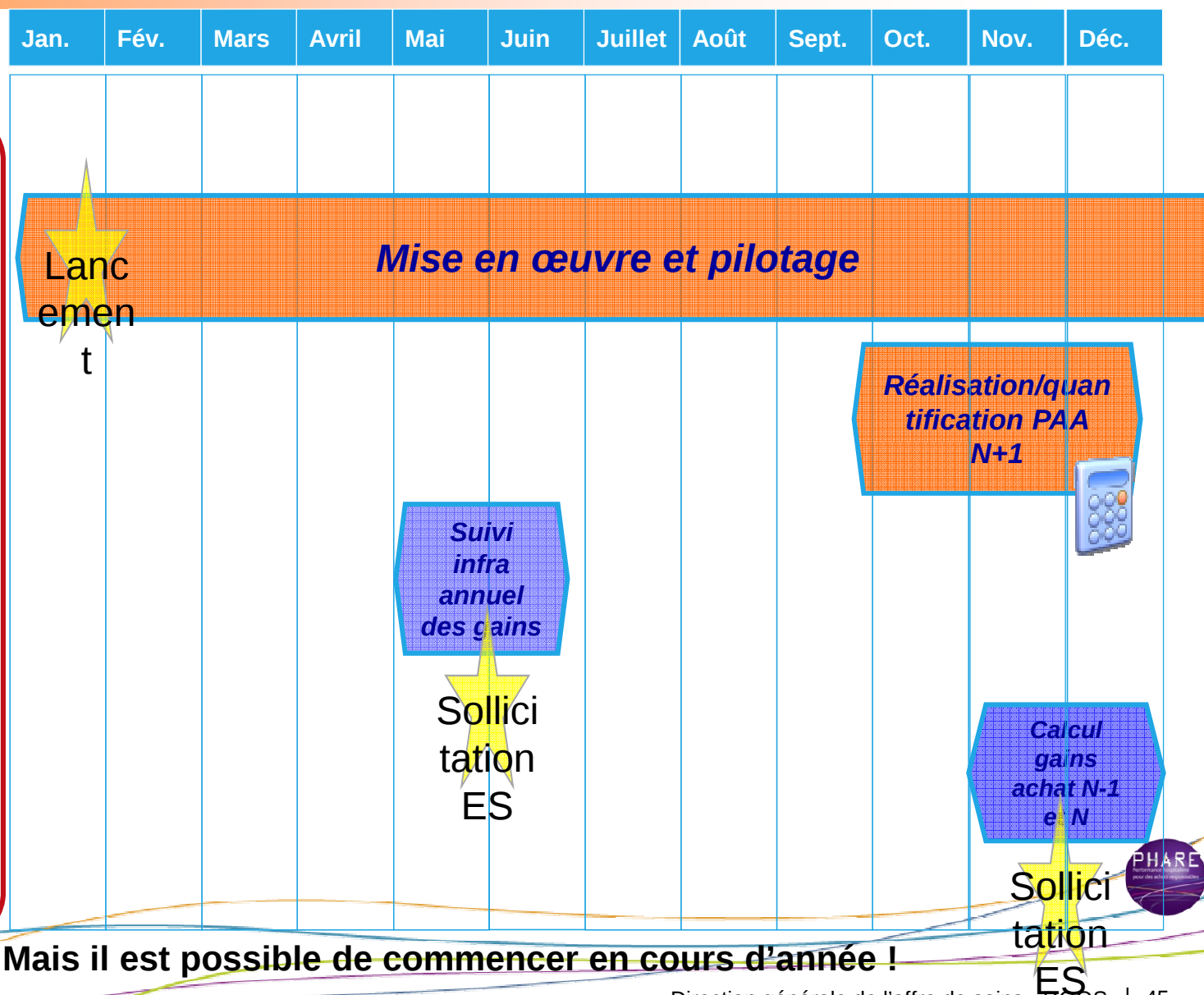


Calendrier Performance Achat



Les gains achat : une démarche annuelle de progrès

Calendrier d'un PAA



Quels gains pour quelle campagne de remontée de gains?

A mi-année:

gains identifiés pour l'année N dans son intégralité

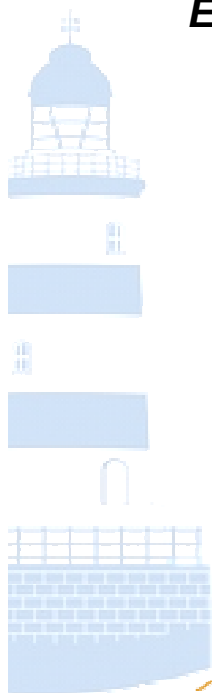
ou gains déjà notifiés + gains identifiés pour le reste de l'année

En fin d'année:

gains notifiés ou gains réalisés de l'année N

+ gains identifiés de l'année N+1

(dont les gains effet report de l'année N sur l'année N+1)



Campagne de remontée des gains 2014: modalités

Remontée de gains:

- au niveau national pour le 5 janvier 2015
- mi-décembre au niveau des animateurs achat régionaux

Pour les ES:

PAA oui/.non

RAU oui/non

Gains notifiés ou réalisés 2014

Effet report 2014 sur 2015

Autres gains identifiés 2015

PAA 2015 oui/non

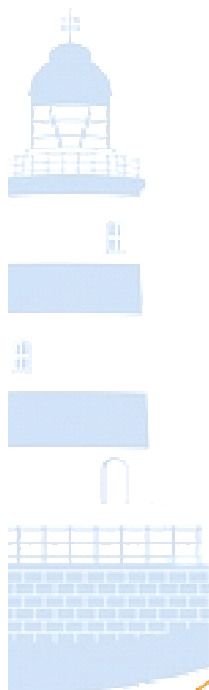
Pour les GT:

Périmètre traitable et périmètre traité 2014

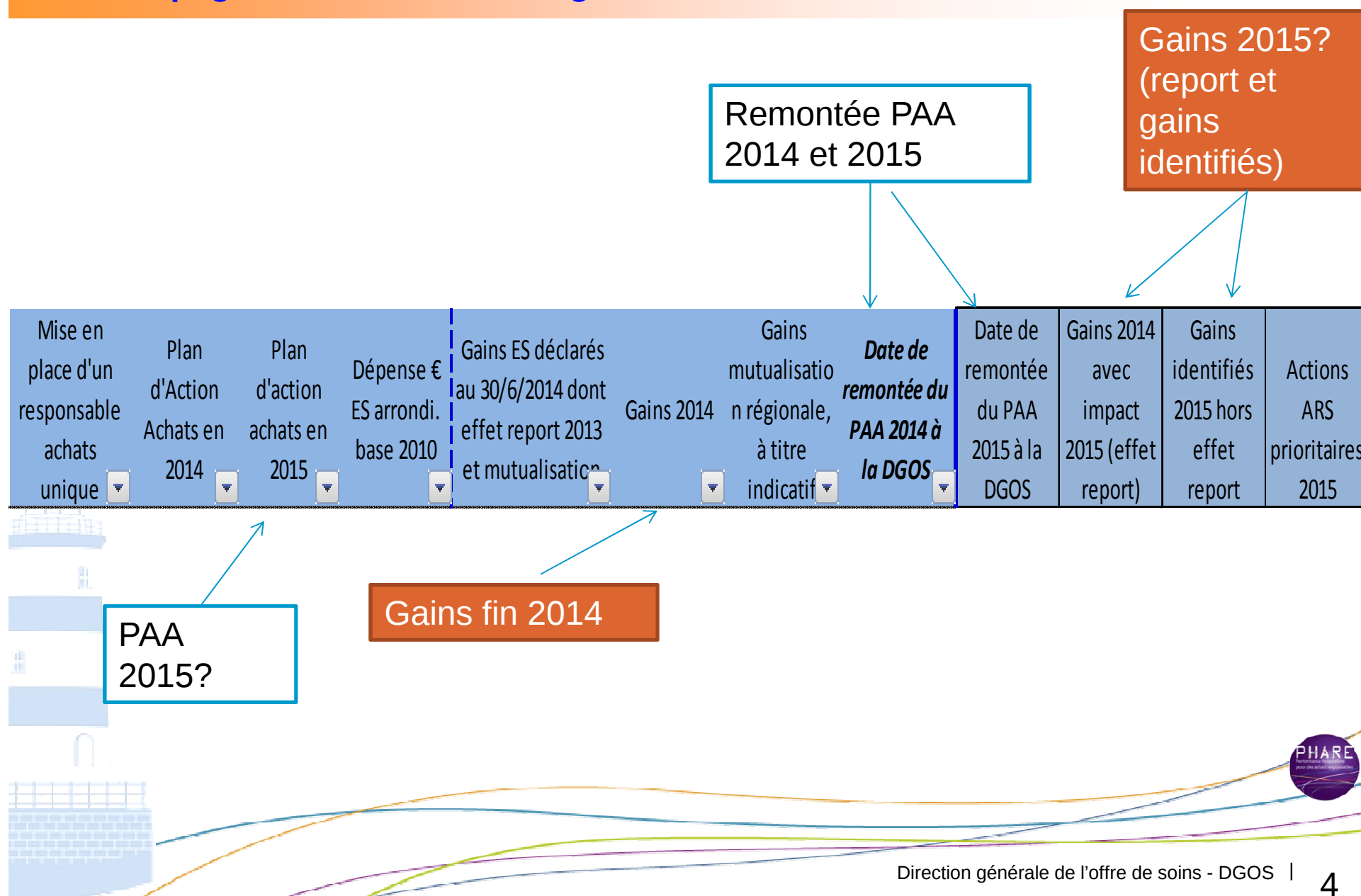
Gains notifiés ou réalisés 2014

Effet report 2014 sur 2015

Gains identifiés 2015



Campagne de remontée des gains 2014: les outils ES



Réconciliation gains achat/économies budgétaires



Les liens entre gains achat et économies budgétaires ne remettent pas en cause la nécessité de mettre en place prioritairement une méthode de recensement et de calcul des gains achat au sein de la structure.

La mesure des gains achat constitue le seul moyen :

- de rendre pleinement compte de toutes les actions de l'acheteur
- d'engager une dynamique partagée et continue autour des actions achat

Une mesure des gains budgétaires pour les opérations les plus significatives ne peut toutefois qu'être utile.



Objectifs :

- Apporter un éclairage pédagogique sur les liens entre gains achat et économies budgétaires (demandes fréquentes et récurrentes des établissements)
- Permettre, si l'établissement le souhaite, un rapprochement entre les gains achat et les économies budgétaires

Éléments généraux

- Des liens réels, complexes, mais pas d'équivalence entre gains achat et gain budgétaire: baisse de prix, réduction de coûts, coûts évités...
- Des facteurs parfois non maîtrisables par l'acheteur avec impact budgétaire: activité, variation des marchés, fiscalité, démographie médicale, normes, innovation et progrès médical...
- Les gains achat visent à valoriser des « économies intelligentes »
- Participer à Phare ne conduit pas à une réduction de crédits budgétaires. Il doit permettre de:
 - Relever le défi budgétaire
 - Contribuer à l'équilibre de l'établissement, le cas échéant
 - Dégager des marges de manœuvre



Une démarche collaborative avec la DAF

Eléments de méthodologie pour la mise en place d'une mesure des économies budgétaires :

➤ Dialogue préalable avec la Direction des Finances :

- Présentation de la démarche PAA de l'établissement (actions, périmètre...)
- Ce que sont les gains achat (méthode, résultats passés/attendus)
- Echanges / définition d'une méthodologie commune de calcul des économies budgétaires liées aux actions achat

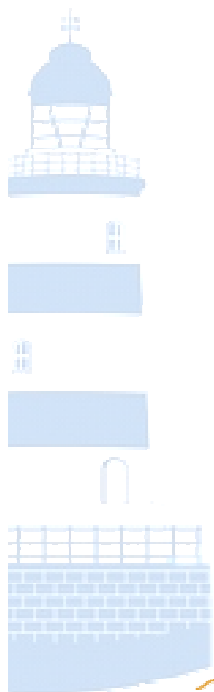
➤ Dialogue permanent avec la Direction des Finances :

- Suivi des gains achat réalisés (mesure objectivée et partagée)
- Suivi des économies engrangées

➤ A terme, ambition commune d'un contrôle de gestion achat

Cf. analyse/anticipation fine des effets prix, volumes, mix produits, indices, substitution ; définition étayée de pistes d'actions achat

- => ancrer définitivement les PAA dans la gestion de l'établissement
- => valoriser le rôle des contributeurs aux PAA
- => répondre aux attentes de l'institution (Chef d'Etablissement)



Eléments théoriques

Quatre grands types d'effets économiques des gains achats

La baisse de prix

l'action de l'acheteur a permis de faire baisser le prix unitaire de la prestation (effet de massification, négociation, allotissement...)

La réduction de coût complet

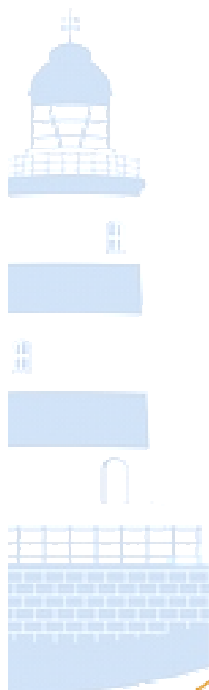
l'acheteur a réduit le coût pour l'établissement en n'agissant pas (que) sur le prix (substitution, actions de progrès...) mais aussi les volumes...

Les coûts évités

l'acheteur a permis à l'établissement de ne pas payer plus cher la prestation. Le coût est cependant égal ou supérieur à N-1 (effets indice, option gratuite...)

Les hausses de revenus

l'acheteur a permis d'accroître les recettes de l'établissement.
A mesurer uniquement si lié à une action de l'acheteur



Éléments méthodologiques: Baisse de prix

La baisse de prix

l'action de l'acheteur a permis de faire baisser le prix unitaire de la prestation
(effet de massification, négociation...)

Baisse de prix = prix unitaire du produit ou de la prestation strictement inférieur à celui payé auparavant.

Il doit s'agir d'un achat récurrent en exploitation (prestation/produit déjà acquis l'année précédente).

Leviers généralement actionnés : massification, ingénierie marché-prix (recours procédures adaptées, négociation...)

Entre les dépenses N et N-1, l'économie budgétaire pour l'établissement est établie ainsi :

Ecart de $P_u \times$
Vol

EXEMPLE

Papier A4 à 2,54 € ttc (conso annuelle : 18 000 ramettes)

Achat mutualisé: baisse du prix à 2,29 € ttc (conso. stables)

$$\text{Economie} = (2,54 - 2,29) \times 18000 = 4\,500 \text{ €}$$

Eléments méthodologiques: Réduction de coût

La réduction de coût complet

l'acheteur a réduit le coût pour l'établissement en n'agissant pas (que) sur le prix (substitution, actions de progrès...) mais aussi les volumes...

Réduction de coût = économie ne portant pas (que) sur le prix payé.

Il doit s'agir de dépense(s) récurrente(s) en exploitation.

Sont pris en compte les volumes mais aussi les coûts connexes (coûts d'acquisition, coûts de mise en œuvre, coûts d'usage, coûts associés, coûts de fin de vie, etc...).

Souvent dans le cadre d'une action de progrès. Leviers généralement activés : standardisation, substitution, juste besoin, action de progrès, optimisation des stocks, processus achat...

Sans qu'il y ait de règle générale dans ces cas, entre les dépenses N et N-1, l'économie budgétaire pour l'établissement sera souvent mesurée ainsi :

Ecart coûts N-1 et des coûts N

Avec coûts = $(Pu1 * V1) - (Pu2 * V2)$, si substitution*

* ainsi que les écarts de coûts connexes éventuels

EXEMPLE

Mise en place de led pour éclairer les parties communes (baisse conso = 5%).

Economie = $[Pu \text{ électricité} \times (Vol_{n-1} - Vol_n)] - [\text{coût led} - \text{coût ampoules}]$

Éléments méthodologiques: Coûts évités

Les coûts évités

l'acheteur a permis à l'établissement de ne pas payer plus cher la prestation.
Le coût est cependant égal ou supérieur à N-1 (effets indice, option gratuite...)

Coûts évités = prix payé supérieur (ou égal) à l'année passée, mais action de l'acheteur ayant permis d'éviter de payer plus chère la prestation.

Les gains sur les nouveaux achats et sur les achats ponctuels en exploitation seront aussi qualifiés de coûts évités. Par simplicité il est aussi proposé de qualifier de coûts évités les économies sur les dépenses d'investissement.

Il s'agit de situations où la hausse du prix est inférieure à la hausse des indices, des clauses plafond de reconduction de marché, des options offertes...

Les coûts évités n'ont pas d'effets budgétaires. Souvent, les dépenses liées à ces coûts évités ont au contraire un effet budgétaire haussier.

EXEMPLE

Un marché de prestation de transport de patients prévoit une clause d'indexation maximale de 2% en N+1. Compte tenu des hausses du prix du carburant le coût N+1 aurait pu être de 5%. L'acheteur a donc évité un surcoût de 3% du marché soit 3 000€.

Cependant, le prix de la prestation a bien augmenté de 2 000€ entre N et N+1.

Éléments méthodologiques: hausse de recettes

Les hausses de revenus

l'acheteur a permis d'accroître les recettes de l'établissement.
A mesurer uniquement si lié à une action de l'acheteur

Hausses de recettes = action de l'acheteur ayant permis d'accroître les recettes de l'établissement entre deux années.

Attention: lien entre l'action de l'acheteur et hausse de revenus soit direct et immédiat.

Les hausses de revenus permettent d'augmenter les recettes de l'établissement.

Ecart recettes N-1 et N

EXEMPLE

La mise en place d'une filière de valorisation des déchets informatiques permet de récupérer 1 000€ / an à partir de 2014. Le « gain budgétaire » est donc de 1 000€

Points de vigilance



Economie budgétaire mesurée par comparaison complète entre exercices budgétaires (exemple : dépenses 2013 / dépenses 2014).

⇒ Prendre en compte les effets de calendrier :
proratisation des actions selon la période de mise en œuvre

Attention aux variations de prix ou de volume



Economie budgétaire uniquement dans le cas de dépenses récurrentes.

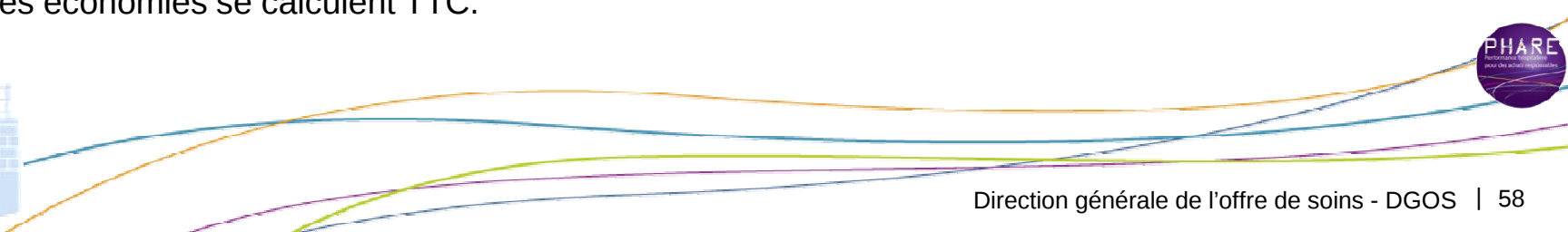
Un achat nouveau, même porteur de gains achat (exemple : option offerte, paiement inférieur aux moyennes de comparaison, etc...), ne génère pas d'économie budgétaire.



Par simplicité, économies sur les dépenses d'investissement sont assimilées à des coûts évités:
effet budgétaire souvent lointain du fait des amortissements et intérêts.
Généralement, pas d'effet budgétaire (réutilisation des liquidités gagnées).



Les économies se calculent TTC.



Les gains achat ne mesurent pas la totalité des effets budgétaires



Fluctuation des prix
(reconductions, nouveaux marchés...)

Hausses activité
(nouveaux services, autres hors PAA...)



Nouveaux achats récurrents
(innovation, nouvelles activités...)

Prix/coût achats ponctuels
(produits, services divers...)



Fiscalité

(taux de TVA, taxes diverses...)

Evolution réglementation
(lois, normes, ...)



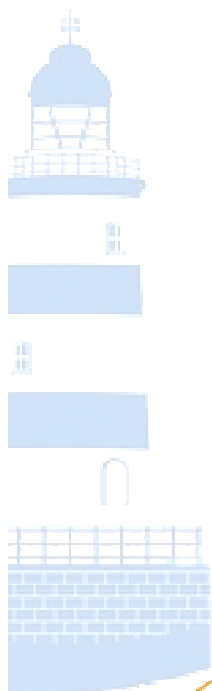
etc...

... la mise en place d'un contrôle de gestion achat peut avoir pour objectif d'éclairer utilement l'acheteur et les services financiers sur les effets budgétaires à l'œuvre sur la totalité du périmètre achat.



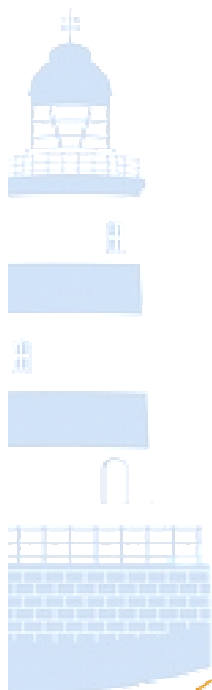
Faut-il calculer une « perte achat » ?

- Il n'y a pas lieu de calculer de « perte achat » ($\text{prix } N > \text{prix } N-1$) sauf à supposer que l'action de l'acheteur a été néfaste pour l'action d'achat !
En effet, si l'acheteur n'avait pas agi, l'établissement n'aurait pas calculé de « perte » sur l'action. L'acheteur n'a pu, tout au plus, que réaliser un achat au coût du marché économique (et donc sans gains). Une telle situation doit en outre amener l'acheteur à engager une réflexion sur ses causes (allotissement, publicité...?) et les mesures à prendre (ne pas contractualiser...?).



Faut-il calculer tous les gains achat ?

- Non, l'objectif est de calculer des gains achats sur les actions significatives du PAA et non pas sur tous les achats de l'année.

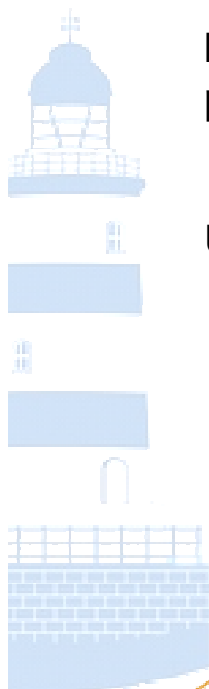


Calcule-t-on un gain achat pour les x années de la durée d'un marché?

Le gain achat n'est comptabilisé que pour la première année du marché, sauf nouvelle action de l'acheteur en cours de marché.

Mesure-t-on un gain achat en cas d'application d'une clause de révision des prix prévue au contrat et permettant de limiter l'augmentation des prix?

Un gain achat ne sera mesuré qu'en cas d'action de l'acheteur ayant permis une augmentation de prix moindre que celle qui aurait été obtenue par simple application de la clause de révision des prix.



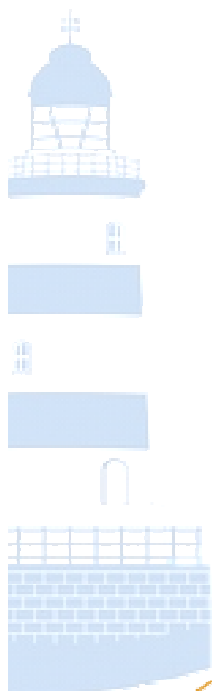
Une baisse de prix liée à une opportunité de marché doit-elle être valorisée en tant que gain achat?

Oui, si elle a été saisie par l'acheteur.

→ Exemple des produits en monopole qui tombent dans le domaine public:
Est valorisée la « réactivité » de l'acheteur à se saisir de cette opportunité de marché.

= delta temps, soit le nombre de mois entre l'application du nouveau prix et l'échéance prévue du marché

Gain= Delta. Temps * (Prix « en monopole » - Prix « domaine public »)



Faut-il inclure les gains de mutualisation (groupements) dans les PAA ?

Calculer les gains de la mutualisation est incontournable.

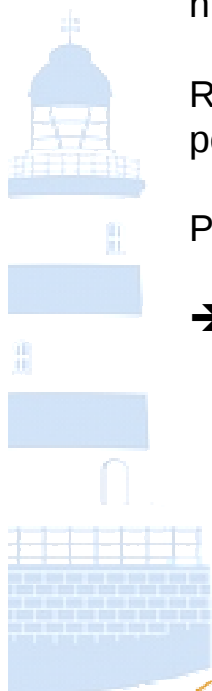
Faire remonter les gains des groupements par les établissements est bien l'objectif à terme, mais difficultés techniques fréquentes :

- identifier les quantités commandées, ou les prix historiques ...(côté coordonnateur)
- après l'effet d'adhésion, les groupements peuvent mener des PAA à leur niveau sans que les ES n'en aient la connaissance (côté adhérents)...

Remontée par les groupements nécessaire en l'état: simplicité, mais aussi valorisation de la performance des groupements

Possible remontée parallèle par l'établissement en identifiant les gains liés à la mutualisation

→ Neutralisation des doubles décomptes au niveau national



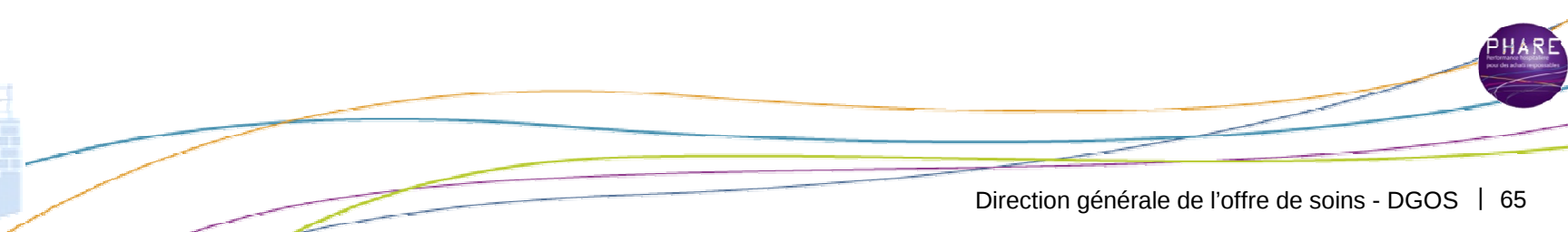
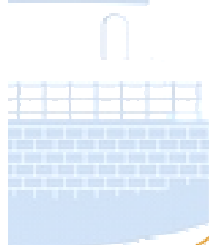
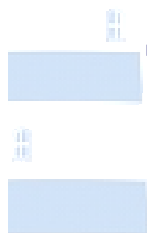
Pourquoi ne pas prendre en compte les économies de titre 1 ?

- Les économies de titre 1 sont souvent complexes à évaluer puis à mesurer (notamment en réalisé car suivi des mouvements de personnel indépendant des achats). Elles ne rendraient pas réellement compte de la performance de l'acheteur et perturberaient la lisibilité de l'efficacité de l'achat par le décideur.



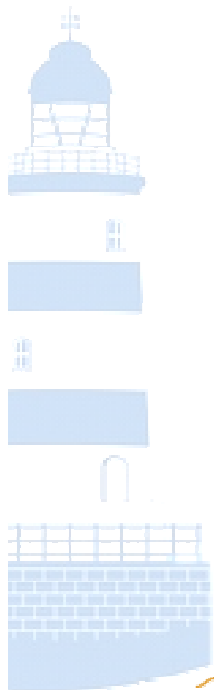
Comment utiliser pratiquement la notion de la variation de +/- 4% ?

- D'un point de vue pratique, lorsque l'acheteur constate des variations de prix significatives, alors il doit vérifier que cela n'est pas lié à des effets du marché économique (variation des matières premières...) et ne valoriser que son action. Il s'agit en outre souvent de produits acquis en groupement (téléphonie, alimentaire, linge) dont les gains seront déclarés par ceux-ci.



Propositions d'outils et tableaux de bord

Cas pratiques



Kit établissement
Bonnes pratiques Armen
Référentiel de calcul

OBJECTIF: Recenser les gains par initiative. Pour rendre compte du plan d'actions achats

[illegible]

Suivi du PAA et gains achat (1/2)

Fiche d'identité projet Achats						
Intitulé du projet achats	Type de leviers	Chef de projet Achat	Equipe projet	Segment	Date de notification (1)	Durée du marché ou de l'action de progrès en mois

Fiche d'identité projet achat (pour suivi par RAU et pour BDD des PAA) :

- Intitulé du projet achats : il s'agit de l'objet de l'action à mener
- Type de leviers : il s'agit de la modalité envisagée pour parvenir à un gain. Nous vous conseillons de vous référer prioritairement aux trois grandes catégories (et sous-catégories) : mutualisation (regroupements...), optimisation des produits (standardisation, substitution...), optimisation des processus achat (décentralisation, moindre stockage...),
- Chef de projet Achat : il s'agit de la personne responsable de mener à bien l'action (organisation de réunions prescripteurs, négociations...).
- Equipe projet : collaborateurs du chef de projet achat.
- Segment : nous vous conseillons de vous référer aux segments type connus (NFS par ex.). Une liste déroulante sera proposée dans une future version.
- Date de notification : c'est la date à partir de laquelle l'action a un effet économique (point de départ théorique des gains).
- Durée du marché : bien penser ensuite à évaluer le gain en base 12 mois ou de l'action de progrès (phase de mise en œuvre) : aux fins de pilotage de l'action par le chef de projet

Suivi du PAA et gains achat (2/2)

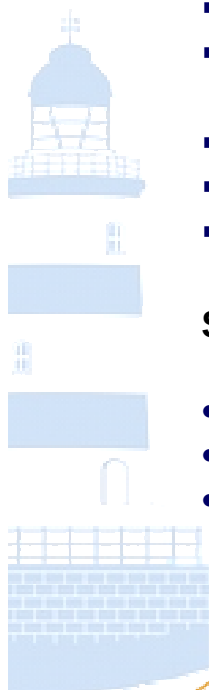
Montant financier du projet						Suivi du projet		
Montant de référence annuel	Gains cible base 12 mois	Gains réalisés base 12 mois	Impact 2012	Impact 2013 à reporter	% gain base 12 mois (calculé)	Statut	Points d'attention	Actions correctrices

Montant financier du projet (pour pilotage par RAU et pour BDD des PAA) :

- Montant de référence annuel : il s'agit du montant de la dépense pour l'établissement sur le périmètre de l'action achat
- Gains cible base 12 mois : il s'agit du gain identifié en base 12 mois
- Gains réalisés base 12 mois : il s'agit des gains effectivement constaté à l'issue de la réalisation de 12 mois de prestation (ou dès notification si montant forfaitaire)
- Impact N : effet du gain sur la première année calendaire
- Impact N+1 : effet du report de gain (ex. : action débutant 1^{er} juillet N) sur N+1
- % Gain base 12 mois : %age de gain rapporté à l'ensemble du périmètre de l'action

Suivi projet (pour pilotage interne par RAU) :

- Statut : à lancer, en cours, terminé...
- Points d'attention : points de vigilance connus ou problèmes rencontrés
- Actions correctrices : mesures prises pour ajuster l'action



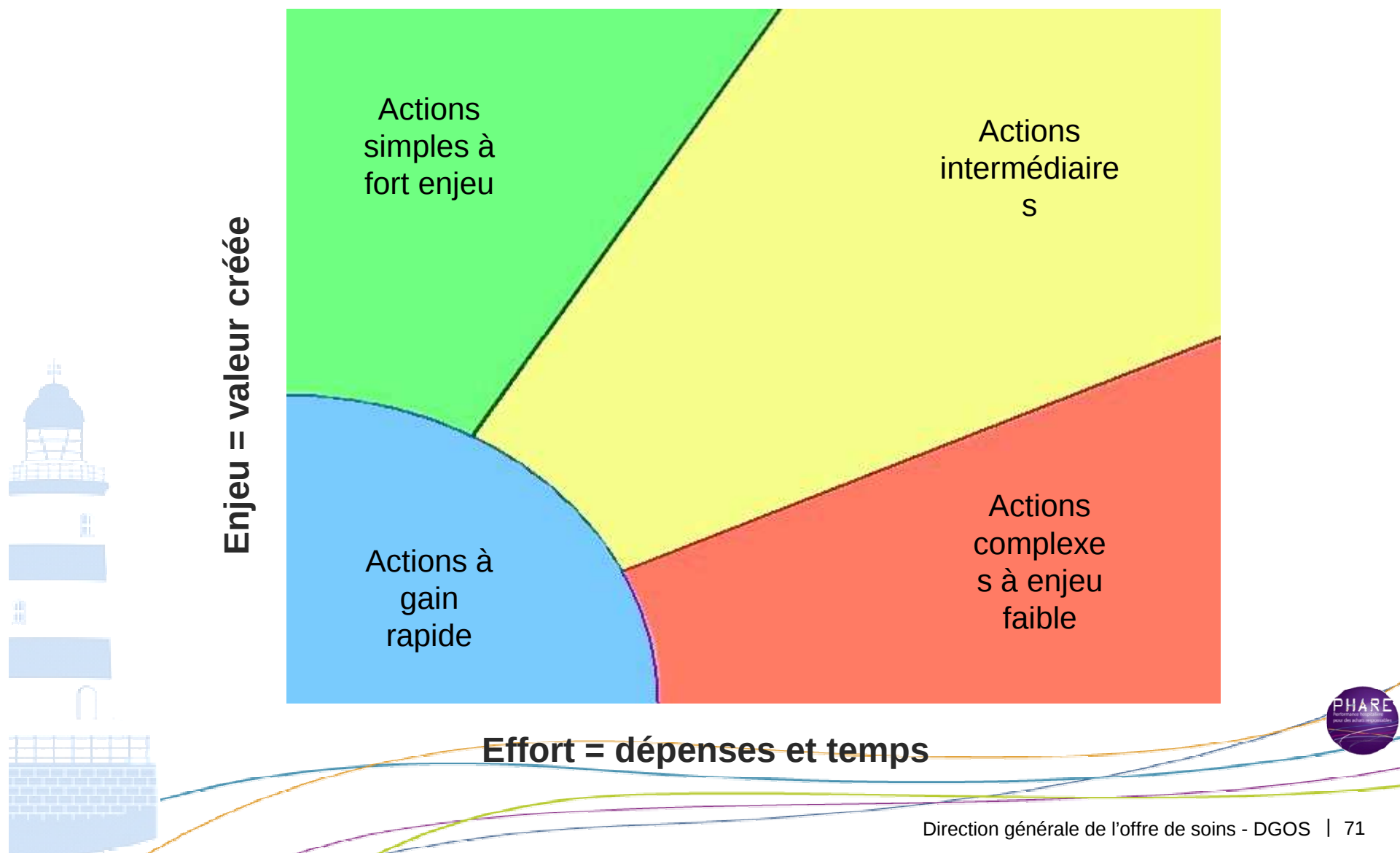
Exemple de PAA

Plan d'action achats

OBJECTIF: Recenser les gains par initiative. Pour rendre compte du plan d'actions achats

Fiche d'identité projet Achats							Montant financier du projet						Suivi du projet		
Intitulé du projet achats	Type de leviers	Chef de projet Achat	Equipe projet	Segment	Date de notification (1)	Durée du marché ou de l'action de progrès en mois	Montant de référence annuel	Gains cible base 12 mois	Gains réalisés base 12 mois	Impact 2012	Impact 2013 à reporter	% gain base 12 mois (calculé)	Statut	Points d'attention	Actions correctrices
Non tissé bloc	Massification			Dispositifs médicaux stériles	2013	36	553 000					0,0%	A lancer		
Passage gants nitriles	Substitution			Dispositifs médicaux stériles	2013	12	42 000	8741				0,0%	A lancer		
Optimiser le tri des déchets	Action de progrès			Déchets	2013	18	158000	31600				0,0%	A lancer		
Consolider les contrats de maintenance	Négociation			Biomédical	2013	36	834000	41700				0,0%	A lancer		
Dosage automatique des produits lessiviels	Action de progrès			Blanchisserie	2012	12	65 800	19 543	600	600	0	0,9%	Terminé		
Déléguer les achats de fournitures	Action de progrès			Fournitures de bureau	2013	12	75 690	7 569					A lancer		
Matériel générique pour capteurs	Standardisation			Dispositifs médicaux stériles	2 012	12	15 000	8 250	8 250	750	7 500	55,0%	Terminé		
Traçabilité du linge	Action de progrès			Linge et habillement	2012	12	49 504	14 703	600	300	300	1,2%	Terminé		
Transport de patients	Utilisation optimale du code des marchés			Véhicules	2013	achat ponctuel	25 000	8 000					A lancer		
Achat d'imprimés	Standardisation			Imprimés	2012	6	96 740	8 700	5 962	2981	2981	6,2%	Terminé		
Etiquettes thermocollantes	Standardisation			Fournitures de bureau	2012	12	7 821	2 323	600	300	300	7,7%	Terminé		
Tenues professionnelles blanches	Standardisation			Linge et habillement	2012	48	12 943	3 844	300	300	0	2,3%	Terminé		
Linge de bloc	Standardisation			Linge et habillement	2012	48	41 690	12 382	600	300	300	1,4%	Terminé		
Prestations de nettoyage	Massification			Nettoyage	2012	36	897 000	107 640				0,0%	Terminé		
Centralisation des impressions	Action de progrès			Imprimés	2013	12	550 000	50 000				0,0%	A lancer	Gérer la communication	
SI Labo : serveur de résultat suppression impressions	Utilisation optimale du code des marchés			Informatique	2012	6	95 000	11 400	6 500	2167	4333	6,8%	Terminé	Mécontentement	
Acquisition de serveurs	Utilisation optimale du code des marchés			Informatique	2012	36	65 000	7 800	7 800	2600	5200	12,0%	Terminé		
TOTAL							3 584 188 €	344 194	31 212	10 298	20 914	0,9%			

Prioriser les actions à valoriser (actions PAA ou calcul des gains)

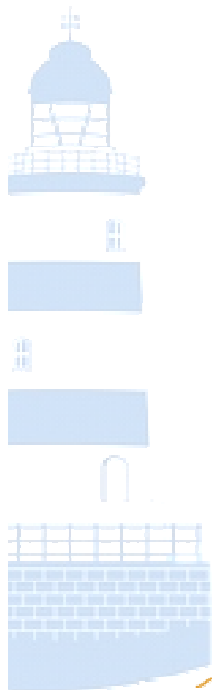


Exemple 1

Le CH Y adhère à un groupement de commandes régional à l'occasion du renouvellement du marché du groupement pour les fournitures de papier A4 pour imprimantes et copieurs. Le nouveau marché s'exécute à partir du 1er juillet 2014. Le prix historique de la ramette est de 2,18€ HT et 20 000 ramettes sont consommées/an. Le papier référencé au groupement est un papier recyclé dont le coût de la ramette est de 2,12€ HT. Après 12 mois, la consommation est de 20100 ramettes.

Quel type d'achat? Quel gain achat ?

[..\ExemplePAA Calcul des gains \(2\).xls](#)



Exemple 2

Un CH renouvelle un marché de fournitures de bureau. Le RAU ne fait aucune démarche d'action achat. Le prix des stylos bille bleus était antérieurement de 0,10 € HT pour 10 000 consommés/an. Le nouveau prix devient 0,15 € HT.

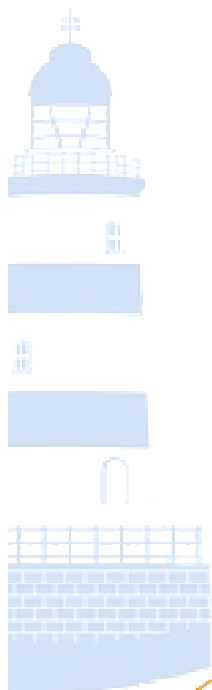
Que faut-il déclarer dans ce cas?



Réponse Exemple 2

→ Pas de gain achat .

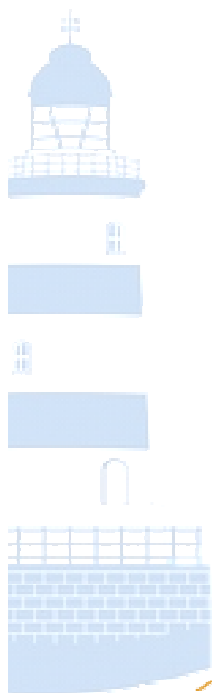
→ Pas de perte non plus,
cet achat n'ayant pas fait l'objet d'une action d'achat...



Exemple 3

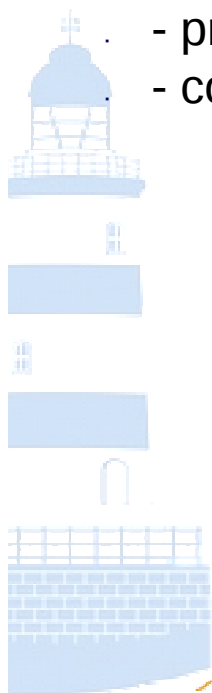
Suite à l'intervention du CHCST, le CH Armant souhaite faire l'acquisition d'un véhicule de transport de corps afin de ne plus acheminer les patients décédés sur un chariot roulant entre l'EHPAD et la chambre mortuaire, distante de 500m. Compte tenu du Cref en cours et afin de convaincre les représentants du personnel de l'intérêt de Phare, le RAU souhaite en faire une action d'achat exemplaire et négocie âprement.

→ Gain achat? Quelle méthode de calcul?



Réponse exemple 3

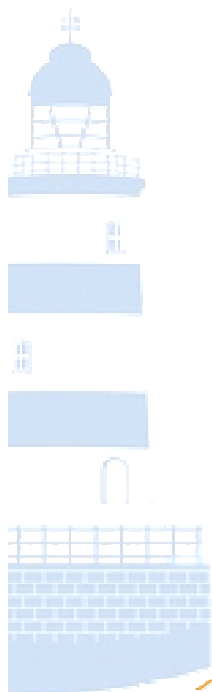
- . Négociation => une action de l'acheteur.
- . Calcul systématique de gains achat en cas de négociation.
- . Il s'agit d'un achat ponctuel dont le gain achat peut être calculé par comparaison:
 - comparaison au coût d'achat d'établissements voisins avec besoin similaire
 - prix d'achat rapporté à la moyenne des offres reçues (3 devis)
 - prix d'achat comparé au montant le plus bas des offres remises avant négociation
 - comparaison par rapport au prix catalogue



Exemple 4

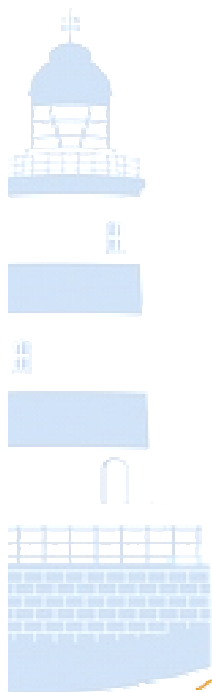
Le CH ABC dispose d'un marché quinquennal de transport sanitaire hélicoptéré (forfaitaire pour 300 heures). Le marché prévoit une clause de révision des prix sans référence particulière. En décomposant les coûts, le RAU découvre que le carburant pèse pour 50% dans le total des charges de la prestation. Or, les prix du carburant ont significativement baissé depuis le début du marché. Le RAU décide donc de renégocier le prix de la prestation de 1 320 000 € à 1 200 000 €.

→ Quelle action achat? Quel gain achat ?



Réponse exemple 4

- . Action: veille marché
- . Le gain achat est de 120 000 €.



Exemple 5

Le CH XX fait l'acquisition d'un PACS (système d'archivage numérique des images radio et scanner)

Economies attendues sur la consommation en films, remplacée par une consultation numérique en intra-hospitalier ou DVD, ou impression papier pour les consultants externes.

Avant PACS, 2010:

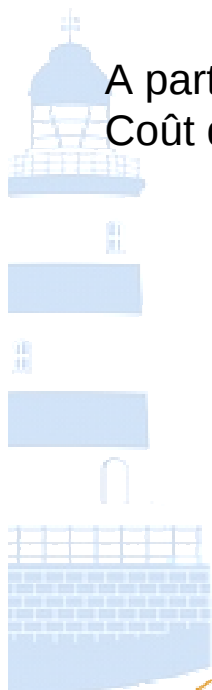
195 969 € annuels en films

4093 € en pochettes radio et intercalaires

A compter de l'acquisition (2011), coût annuel du PACS (amortissement) = 38 307€

A partir de 2012, coût d'amortissement du graveur DVD: 2863 € annuels

Coût de location annuel de l'imprimante papier:



Exemple 5

Evolution des consommations:

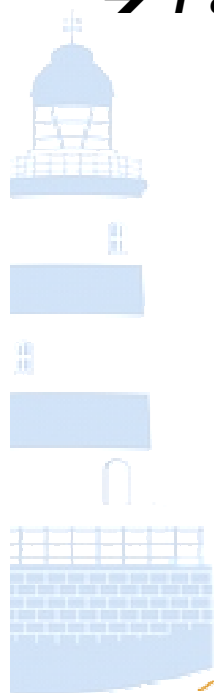
	2011	2012	2013
Films radio	172 591€	58 507 €	22 410 €
DVD		3 627€	2 301€
Papier et encre imprimante		1 316€	2 301€
Pochettes/intercalaires	6 338€	5 086€	4388 €

→ **Quel gain achat? 2012? 2013?**

Exemple 6

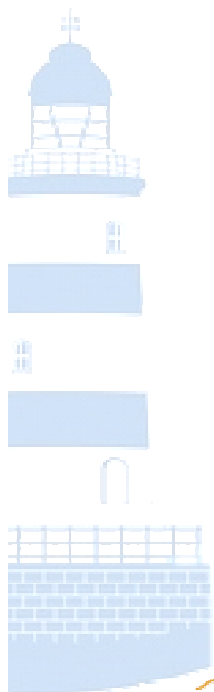
Le RAU du CH IX remarque qu'il n'a jamais mis en œuvre de procédure d'escompte alors qu'il paie ses fournisseurs rubis sur l'ongle.
La systématisation de la réclamation des escomptes par la Direction des achats permet au CH de récupérer 50 000 € en fin d'année.

→ *Y a-t-il un gain achat? Quelle particularité?*



Réponse exemple 6

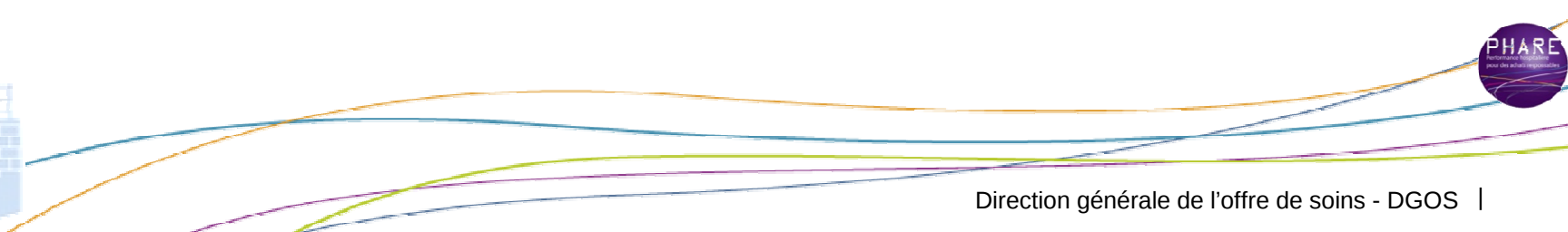
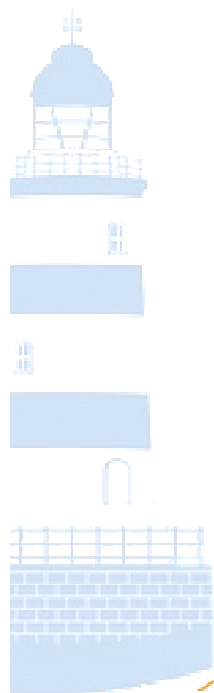
- Oui, c'est un gain achat à déclarer !
- Dans ce cas, le gain achat est équivalent à un gain budgétaire.



Exemple Gestion des DASRI

2 volets sur la gestion des DASRI :

- 1) l'effet sur le tri (entre 2009 et 2010)
- 2) l'effet dû au nouveau marché (effet prix)



Exemple Gestion des DASRI

SUIVI DASRI AU CH ENTRE 2008 ET 2011

PRIX EN €TTC	2008	2009	effet tri N+1		2010	effet tri N+2		2011	effet prix		DELTA 2011/2008	DELTA 2011/2008 en %
			DELTA 2009/2008	DELTA 2009/2008 en %		DELTA 2010/2008	DELTA 2010/2008 en %		DELTA 2011/2010	DELTA 2011/2010 en %		
Tonnage DASRI	199,656	157,766	-41,89	-20,98%	150,991	-48,665	-24,37%	156,31	5,319	3,52%	-43,346	-21,71%
Coût moyen à la tonne :	802,00 €	744,00 €	- 58,00 €	-7,23%	588,00 €	- 214,00 €	-26,68%	485,73 €	- 102,27 €	-17,39%	- 316,27 €	-39,44%
Coût moyen à la tonne (transport):	409,20 €	341,37 €	- 67,83 €	-16,58%	212,47 €	- 196,73 €	-48,08%	157,93 €	- 54,54 €	-25,67%	- 251,27 €	-61,41%
Coût moyen à la tonne (taitement):	392,83 €	413,05 €	20,22 €	5,15%	375,05 €	- 17,78 €	-4,53%	328,90 €	- 46,15 €	-12,31%	- 63,93 €	-16,27%
Nb de containers	3 481	2 203	-1 278	-36,71%	1 884	-1 597	-45,88%	1 720	-164	-8,70%	-1 761	-50,59%
Coût du transport au container	23,47 €	24,46 €	0,99 €	4,22%	16,95 €	- 6,52 €	-27,78%	14,35 €	- 2,60 €	-15,34%	- 9,12 €	-38,86%
Coût transport	81 699,07 €	53 856,96 €	- 27 842,11 €	-34,08%	32 081,28 €	- 49 617,79 €	-60,73%	24 685,44 €	- 7 395,84 €	-23,05%	- 57 013,63 €	-69,78%
Coût traitement	78 430,87 €	63 560,83 €	- 14 870,04 €	-18,96%	56 629,56 €	- 21 801,31 €	-27,80%	51 410,36 €	- 5 219,20 €	-9,22%	- 27 020,51 €	-34,45%
Total DASRI	160 129,00 €	117 418,00 €	- 42 711,00 €	-26,67%	88 711,00 €	- 71 418,00 €	-44,60%	76 095,80 €	- 12 615,20 €	-14,22%	- 84 033,20 €	-52,48%
Part du transport	51,02%	45,87%			36,16%			32,44%				
Part du traitement	48,98%	54,13%			63,84%			67,56%				
					effet tri			effet prix				

2 volets sur la gestion des DASRI : 1) l'effet sur le tri (entre 2009 et 2010) et 2) l'effet dû au nouveau marché (effet prix)

1) l'effet sur le tri (entre 2009 et 2010)

L'action de tri a permis une diminution du tonnage des DASRI de 42 tonnes soit -21% la 1ère année.

Le gain achat 2009 dû au tri a été de 42 711 € soit un gain de 27% (117 k€ en 2009 contre 160 k€ en 2008).

2 actions : tri par les services et remplissage des containers par les agents du secteur hygiène.

Ces 2 actions conjuguées ont eu pour effet de diminuer le nombre de containers transportés et donc d'inverser le rapport coût du transport / coût du traitement (avant l'action, le transport représentait 51% du coût global, le traitement 49 %; après action, le transport représentait 46% du coût global et le traitement 54%).

2) l'effet sur les prix (nouveau marché)

En 2011, le CH a lancé son propre marché. Les gains obtenus ont été conséquents, le tonnage ayant augmenté entre 2010 et 2011 de plus de 5 tonnes (soit 3,52%), le coût a diminué de 12615 € soit 14%.

Le gain achat sur cette action est de 15 742 € (12 615 € + 3 127 € (5,319 tonnes supplémentaires x 588 €TTC (ancien coût à la tonne))

Avec ce marché, la part entre transport et traitement est totalement inversée (le transport représente 32% du coût global et le traitement 68%)

DASRI CHM.xis



Exemples de Tableau de bord Suivi et calcul des gains achat

Méthode de calcul des gains pour les opérateurs
de mutualisation, RESAH IdF

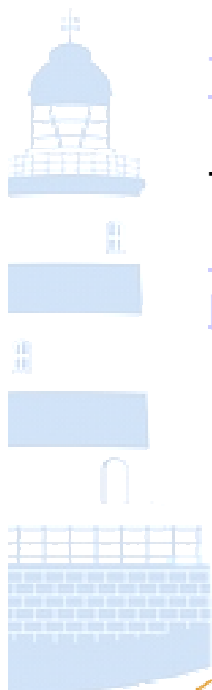
[..\Tableaux de bordResah.pdf](#)

[..\Méthode calcul gains achats.pdf](#)

[TDB-calculgainsHA-prop.xls](#)

Tableau croisé dynamique (proposition) :

[..\TDB Calcul des gains 2014 Modèle 2ème
proposition CHA.xls](#)



Exemples
d'outils existants
Pour la réconciliation en
local gains achat/
économies budgétaires



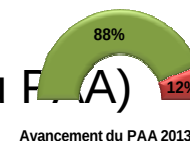
Quelques exemples



CHU de Bordeaux

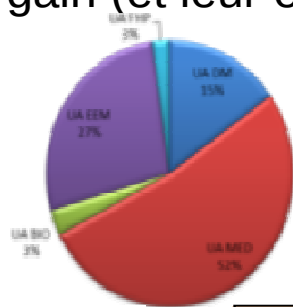
Le Directeur achat a mis en place un suivi systématique de la performance achat (tableau de bord de la performance achat) organisé autour :

❑ d'un indice de réalisation du PAA de l'année (taux de réalisation du PAA)



❑ d'un reporting de la performance achat par équipe achat et catégorisé selon le type de gain (et leur effet budgétaire), à savoir :

- gain sur le prix
- gain « TCO » (gains sur le coût complet du produit)
- gain de coûts évités
- gain « équipements » (investissement)



REPORTING PERFORMANCE ACHATS
DIRECTION ACHATS



Quelques exemples



CHU de Lille

Tous les achats sont évalués en fonction de deux paramètres :

- Les économies budgétaires des achats non récurrents sont établies par comparaison aux coûts objectifs et aux budgets prévisionnels calculés par les directions métiers et la performance Achat par rapport aux prix« médians ».



Les calculs sont réalisés au fil de l'eau et nécessaires pour pouvoir valider l'objectivité de la performance achats.

La direction des achats procède à une vérification/validation de l'exactitude des calculs opérés par les porteurs ou prescripteurs de l'achat.

[illegible]

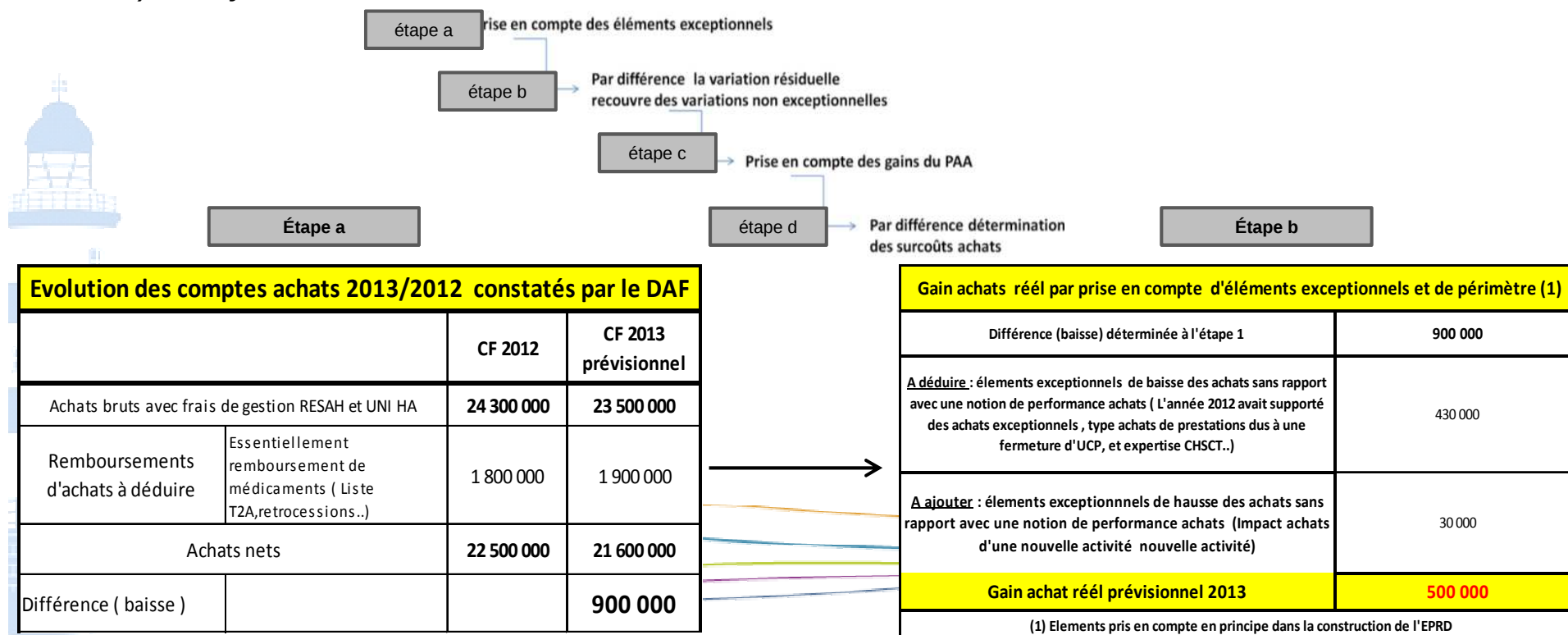
Quelques exemples



CH Sainte-Anne

Le Directeur achat a eu recours à une approche didactique et pragmatique pour mesurer les différents effets budgétaires liés aux achats :

- 1°) Détermination de la variation des comptes d'achats (comparaison du volume achat N et N-1)
- 2°) Analyse des variations



Quelques exemples



CH Sainte-Anne

Étape c

Gains "conquis"(PAA) et "fortuits"					
	Surcroît de mutualisation / 2012	Baisse de la surqualité et des surconsommations	Négociation	Combinaison de leviers précédents et/ou autres leviers	Total
Gains PAA avec effet budgétaire sur comptes achats	294 000	196 000	260 000	40 000	800 000
Valorisation de gains du PAA sans effet budgétaire sur comptes achats (Evitement de surcoûts, gains sur amortissements...)				50 000	50 000
Total PAA					850 000
Total PAA en % du montant achats nets 2012 (Chiffre clef Plan Phare)					3,78%
Gains achats fortuits 2013 (fins de brevets médicaments)				125 000	125 000
Total des gains achats à effet budgétaire sur comptes achats					925 000

Prise en compte des actions du PAA selon leurs effets budgétaires

→ Au final, l'établissement mesure et parvient à distinguer :

- un périmètre d'« achats récurrents »
- l'effet budgétaire de son PAA
- la part des coûts « subis »

Étape d

Détermination des surcoûts achats 2013	
Total des gains achats à effet budgétaire sur comptes achats	925 000
-Gain budgétaire réel prévisionnel CF 2013 /CF 2012	500 000
=surcoûts achats (Hausse de prix, de quantités consommées, de qualité, nouveaux contrats etc...)	425 000
Prescriptions médicaments	90 000
Assurances	30 000
Location de multifonctions (Au lieu achat auparavant)	55 000
Maintenance copieurs multifonctions.Hausse copies couleur	17 000
Inflation et hausse de qualité denrées	65 000
Opération déchet exceptionnel B Ball	8 000
Divers surcoûts répartis (inflation,volume, hausse de qualité,révision de prix, ..)	160 000

Mesure de la variation des coûts achats extérieure au PAA



Références

Pour aller plus loin, le site du programme PHARE

<http://www.sante.gouv.fr/les-achats-hospitaliers-le-programme-phare,9524.html>

→ Sur le programme:

- Présentation du Programme PHARE
- Plaquette PHARE
- Ambition 2015-2017

→ Sur les Plans d'action achat:

Kit ES

→ Bonnes pratiques:

12 bonnes pratiques pour optimiser son achat
Et les travaux ARMEN (Baromètre, Book Fiches action, ...)

→ Et plus particulièrement, sur les gains achat:

- Référentiel de calcul des gains achat
- Note sur le calcul et l'utilisation des gains achat
- Eclairage sur le lien gains achat – économies budgétaires

Pour les groupements régionaux: www.alliance-groupements.fr

En cas de question :

→ contacter l'animateur régional

→ ou, pour les groupements: gains@resah-idf.com

