





Séminaire « Initiation aux Achats Hospitaliers »
DES de Pharmacie
Julie Martinez

1



Définition des achats

- **Achat** : évaluation qualitative et quantitative des besoins réels et leur satisfaction aux meilleures conditions économiques
- L'acheteur est positionné entre les fournisseurs et les utilisateurs. Il doit déterminer le besoin en fonction de la demande, connaître l'offre et à partir de là, mettre au point l'achat, le formaliser et suivre sa réalisation.



Ne pas confondre **achat** et **commande** (la commande s'effectue en exécution du marché)

2

Achats = missions des PUI ?

- Ne figure pas dans les missions obligatoires des PUI mais le pharmacien est responsable de l'approvisionnement des services
- **Ordonnance n°2016-1729 relative aux PUI** : « Les pharmacies à usage intérieur répondent aux besoins pharmaceutiques des personnes prises en charge par l'établissement [...] A ce titre, elles ont pour missions d'assurer :
 - la gestion,
 - **l'approvisionnement,**
 - la vérification des dispositifs de sécurité,
 - la préparation,
 - le contrôle,
 - la détention,
 - l'évaluation
 - et la dispensation



des médicaments, produits ou objets mentionnés à l'article L. 4211-1, des dispositifs médicaux stériles et des médicaments expérimentaux ou auxiliaires définis à l'article L. 5121-1-1, et d'en assurer la qualité,... »

3

Achats

- 2 actions à entreprendre :
- **Etude du marché** : connaissance des besoins des utilisateurs et de l'offre des fournisseurs
 - **Procédure de réalisation des marchés** ⇒ meilleure adéquation offre/demande

4

Aspects réglementaires (1/3)

- Doit respecter la législation sur les marchés publics
- Une succession de décrets, ordonnances...
- Un changement de terminologie récent : Code des Marchés Publics vers **Code de la Commande Publique**
 - Ordonnance N° 2018 - 1074 du 26 novembre 2018
 - Décret N° 2018 - 1075 du 03 décembre 2018
→ applicable au 1^{er} avril 2019
- Les domaines :
 - Travaux
 - Fournitures
 - Services

5

Aspects réglementaires (2/3)

Code de la Commande Publique 2019 - « CCP 2019 »

- Regroupe et organise les règles relatives aux différents contrats de la commande publique qui s'analysent, au sens du droit de l'Union Européenne, comme des marchés publics et des contrats de concession
- Rassemble l'ensemble des règles régissant le droit de la commande publique qui figuraient jusqu'ici dans des textes épars (sous-traitance, délais de paiement, facturation électronique ...)

6

Aspects réglementaires (3/3)

Deux actions majeures ont eu lieu pour simplifier et moderniser le contenu des textes, ainsi que leur compréhension et leur utilisation :

- La transposition des directives de 2014 concernant les contrats de la commande publique pour les marchés publics et ceux de la concession. Cette réorganisation a permis de réduire le volume des textes d'environ 40%.
- Un regroupement des 30 textes réglementaires utilisés au quotidien par les acheteurs et les entreprises dans un ouvrage unique.

7

Principes généraux

Marchés publics respectent les principes de :

- Liberté d'accès à la commande publique
- Egalité de traitement des candidats
- Transparence des procédures : permettre une information suffisante de tous les candidats de façon à assurer une concurrence suffisante

Ces principes permettent d'assurer :

- Efficacité de la commande publique
- Bonne utilisation des deniers publics

8



Les différentes étapes des marchés publics

- Connaissance du marché
- Choix de la procédure
- Elaboration des marchés
- Passation des marchés
- Contrôle et suivi des marchés

9

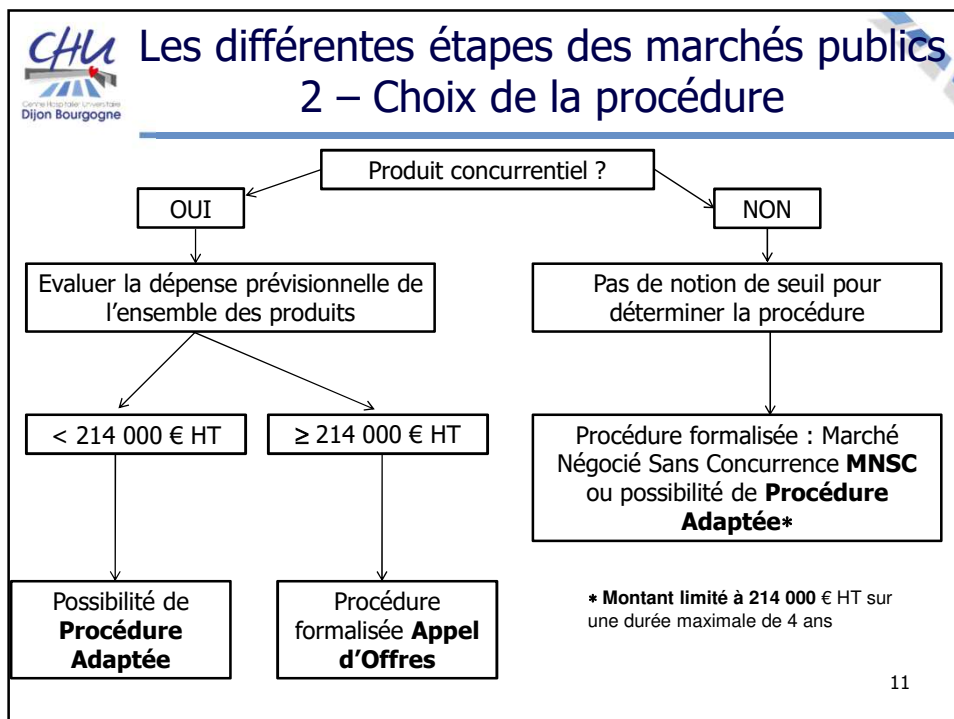


Les différentes étapes des marchés publics

1 - Connaissance du marché

- Phase essentielle de l'acte d'achat
- L'acheteur doit :
 - Connaître les besoins
→ aboutissement d'une évaluation interne des stratégies thérapeutiques ou de soins envisagés
 - Connaître l'offre des industriels
 - Définir l'allotissement
 - Définir les critères de jugement des offres

10



CHU Les différentes étapes des marchés publics
2 – Choix de la procédure
Centre Hospitalier Universitaire
Dijon Bourgogne

Synthèse des procédures pour les produits de santé

Seuil	< 40 000 €	≥ 40 000 € et < 90 000 €	≥ 90 000 € et < 214 000 €*	≥ 214 000 €*	Exclusivité
Procédure	MAPA sans concurrence	MAPA avec concurrence	MAPA avec concurrence	Appel d'offres	Marché négocié
Publicité	Pas obligatoire	Oui <i>Choix du support et du délai par PA</i>	Oui BOAMP et/ou JAL +/- presse spécialisée <i>Choix du délai par PA</i>	Oui JOUE + BOAMP	Non <i>(procédure par fournisseur)</i>

* Seuil de 221 000 € passé à 214 000 au 01/01/2020

JOUE : Journal officiel de l'UE // BOAMP : Bulletin officiel des annonces de marchés publics

12



Les différentes étapes des marchés publics

3 – Elaboration des marchés

1 – Pièces nécessaires

Cas de l'Appel d'offres (1/2)

- Rédaction du DCE (Dossier de Consultation des Entreprises)
 - Base contractuelle du marché → Importance ++++
 - Documents utiles pour l'élaboration des candidatures et des offres par les industriels

- Le DCE contient :
 - **RC : règlement de consultation**
→ « règles du jeu », critères de choix, modalité des essais.....
 - **CCAP : cahier des clauses administratives particulières**
→ dispositions administratives du marché
 - **CCTP : cahier des clauses techniques particulières**
→ dispositions techniques nécessaires à exécution des prestations prévues au marché (étiquetage, notice, péremption, ...)

13



Les différentes étapes des marchés publics

3 – Elaboration des marchés

1 – Pièces nécessaires

Cas de l'Appel d'offres (2/2)

- Le DCE permet :
 - La formalisation de **l'expression des besoins** (descriptif technique et quantitatif)
 - La définition des **critères de choix**
 - La définition des **prestations associées**

14



Les différentes étapes des marchés publics

3 – Elaboration des marchés

1 – Pièces nécessaires

Cas de d'un Marché Négocié Sans Concurrence (MNSC)

- Envoi à 1 seul destinataire
- DCE plus simple et RC remplacé par une Lettre de Consultation (LC)
- Procédure plus courte, une seule réponse attendue, **négociation possible**
- Pas de seuils

15



Les différentes étapes des marchés publics

3 – Elaboration des marchés

2 – Allotissement (AO Uniquement)

- Descriptif du besoin (objet, taille, caractéristique) associé à une estimation de la quantité
- Défini par l'acheteur
- Se fait en lots séparés, voir sous-lots
- Un même fournisseur peut répondre à un ou plusieurs lots
- Intitulé du lot très important : assez large pour avoir de la concurrence

16



Extrait d'allotissement UniHa : Marché SN009 Système nerveux

N° Lot	N° Sous-lot	Libellé Lot	Libellé Sous-lot	Réponses potentielles
89	1	PARACETAMOL	FORME ORALE COMPRIME 1 G	DOLIPRANE® - DAFALGAN® - PARACETAMOL EG
90	1	PARACETAMOL	FORME ORALE EFFERVESCENTE 1 G	DOLIPRANE® - DAFALGAN® - PARACETAMOL EG - PACETAMOL SANDOZ
91	1	PARACETAMOL	FORME ORALE COMPRIME 500 MG	DOLIPRANE® - DAFALGAN® - PARACETAMOL EG
92	1	PARACETAMOL	FORME ORALE GELULE 500 MG	DOLIPRANE® - DAFALGAN® - PARACETAMOL EG
93	1	PARACETAMOL	FORME ORALE EFFERVESCENTE 500 MG	DAFALGAN® - DOLIPRANE® - PARACETAMOL EG - PARACETAMOL SANDOZ
94	1	PARACETAMOL	FORME ORALE SACHET 500 MG	DOLIPRANE® - PARACETAMOL ARROW
94	2	PARACETAMOL	FORME ORALE SACHET 1000 MG	DOLIPRANE® - PARACETAMOL ARROW
95	1	PARACETAMOL	FORME ORODISPERSIBLE 250 MG	
96	1	PARACETAMOL	FORME ORODISPERSIBLE 500 MG	DOLIPRANEORO® - EFFERALGAN®

17



Les différentes étapes des marchés publics 3 – Elaboration des marchés 3 – Publicité

« Afin de susciter la plus large concurrence, les acheteurs procèdent à une publicité... selon l'objet du marché public, la valeur estimée hors taxe du besoin ou l'acheteur concerné »

Délai de publicité **>35 jours** (JOUE et BOAMP)

Publication d'un avis d'appel public à la concurrence (**AAPC**) dans différents journaux en fonction des seuils des marchés :

- JOUE : Journal officiel de l'union européenne
- BOAMP : Bulletin officiel des annonces de marché publics
- Profil acheteur (plateforme de dématérialisation permettant aux acheteurs de mettre les documents de la consultation à disposition des OE par voie électronique et de réceptionner par voie électronique les documents transmis par les candidats ou les soumissionnaires)

18



Les différentes étapes des marchés publics

4 – Passation des marchés

1 - Attribution

Critères d'attributions (AO uniquement) :

- Au soumissionnaire qui a présenté **l'offre économiquement la plus avantageuse** sur la base d'un ou plusieurs critères objectifs, précis et liés à l'objet du marché public ou à ses conditions d'exécution....
- Pondération par critère
- Les offres sont appréciées lot par lot
- Les critères d'attribution garantissent la possibilité d'une véritable concurrence

19



Exemple de pondération AO Cancérologie (Marché Nationaux UniHa)

Critère n°1 : Qualité technique - approvisionnement et conditions commerciales complémentaires - Pondération 70 pts

- Critère 1a : Intérêt thérapeutique et technique (/60)
 - Données de stabilité, présentation, sécurité d'utilisation et d'administration, données de l'AMM, composition, qualité de l'étiquetage, critère environnemental.....
- Critère 1b : Modalités de livraison et conditions commerciales complémentaires (/10) :
 - logistique (sécurité, modalités de livraison)
 - conditions commerciales pour paiement rapide, remises liées aux conditions logistiques en fonction du nombre de commande annuelle, en fonction du respect du conditionnement fournisseur...

Critère n°2 : Economique - Pondération 30 pts

20



Exemple de pondération Marché local (Laits pédiatriques)

1) **Conformité des offres** (Conforme/non conforme)

→ Offre conforme à l'intitulé du lot, échantillons de référence fournis, documents techniques fournis ...

2) **Appréciation des offres**

1) **Valeur technique de l'offre** (/4)

→ Composition et qualité nutritionnelle, infos disponibles (stabilité, conservation...), qualité du conditionnement primaire, qualité de l'étiquetage, avis pharmaciens et utilisateurs ...

2) **Prestations du fournisseur en matière d'approvisionnement, d'information et de suivi des produits** (/2)

→ Délai de livraison, sécurité d'appro, livraison en urgence, commandes (remise pour règlement accéléré, remise sur chiffre d'affaire ...), informations (visites médicales, données de bon usage ...)

3) **Coût d'utilisation** (/4)

→ **Note /10**

21



Les différentes étapes des marchés publics 4 – Passation des marchés 1 - Attribution

- **OFFRE IRREGULIERE** : offre qui ne respecte pas les exigences formulées dans les documents de la consultation notamment **offres incomplètes** ou qui méconnaît la législation applicable notamment en matière sociétale et environnementale
- **OFFRE INACCEPTABLE** : offre dont le **prix** excède les crédits budgétaires alloués au marché public tels qu'ils ont été déterminés et établis avant le lancement de la procédure
- **OFFRE INAPPROPRIEE** : offre **sans rapport** avec le marché public parce qu'elle n'est manifestement pas en mesure, sans modification substantielle, de répondre aux besoins et aux exigences de l'acheteur formulés dans les documents de la consultation.

22



Les différentes étapes des marchés publics

4 – Passation des marchés

2 – Achèvement de la procédure

- **Information des candidats non retenus** dans les procédures formalisées :
 - Quand l'acheteur a fait son choix, il informe tous les autres candidats du rejet de leurs candidatures ou offres, en indiquant le motif du rejet
 - Le PA communique dans un délai maximum de 15 jours à tout candidat écarté qui en fait la demande écrite, les caractéristiques et avantages de l'offre retenue et le nom de l'attributaire
 - Délai d'au moins 16 jours à respecter avant la signature du marché (11 jours si transmission électronique)
 - Information rapide en cas de procédure sans suite ou infructueuse

→ Par la cellule des marchés

23



Les différentes étapes des marchés publics

4 – Passation des marchés

2 – Achèvement de la procédure

- **Notification du marché au fournisseur :**
 - Notification = envoi d'une copie du marché signé au titulaire
 - Marché notifié avant tout commencement d'exécution
 - Le marché prend effet à la date de notification (=date de réception du marché par le titulaire)
- Délai d'au moins 16 jours à respecter avant la signature du marché (11 jours si transmission électronique)
- Marché public peut être signé électroniquement
- Publication de l'avis d'attribution dans les 30 jours après signature du marché pour tous les marchés publics > 214 000€ au JOUE

24




Les différentes étapes des marchés publics

4 – Passation des marchés

3 – Application concrète

- **Mise à jour des logiciels de gestion pour l’approvisionnement fournisseurs**
 - création des produits, des fournisseurs, des marchés, rattachement produits/marchés
- **Mise à jour des logiciels métiers**
 - prescription /administration, protocoles, livrets thérapeutiques, analyse pharmaceutique
- **Diffusion de l’information des changements de produits aux unités de soins et aux personnels de la PUI** (tableaux de correspondance)
- **Mise à jour des dotations**
- **Modification étiquetage et rangement dans les armoires des unités de soins**

Liste non exhaustive 25



Les différentes étapes des marchés publics

5 – Contrôle et suivi des marchés

- **Suivi du marché +++**
 - Avenant / Certificat
 - Transfert d’un laboratoire à un autre
 - Complément de gamme (nouveau dosage par exemple)
 - Evolution des prix
 - Gestion des ruptures :
 - Gestion quotidienne, chronophage +++
 - Différentes sources d’informations (laboratoires, ANSM, groupements de commandes, commandes/réception)
 - Suivi +++
 - Communication aux services de soins

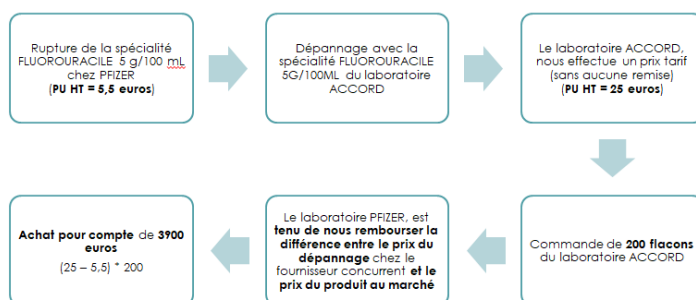
26

Les différentes étapes des marchés publics

5 – Contrôle et suivi des marchés

- **Achat pour compte** : En cas de défaillance d'un fournisseur, possibilité de s'approvisionner auprès d'un autre fournisseur, aux frais du titulaire.

- Exemple



27

Nouveauté décret n° 2021-1111 du 23 août 2021

- Impose aux acheteurs d'indiquer dans les avis d'appel à la concurrence relatifs aux accords-cadres la **quantité ou la valeur maximale des prestations qui pourront être commandées** sur le fondement de l'accord-cadre
- Le décret supprime, à compter du 1er janvier 2022, la possibilité de conclure des accords-cadres sans maximum

28



Groupements de commande

Les acheteurs se regroupent dans un but :

- **économique** par massification des achats
- de **simplification des procédures**
- de **mutualisation des moyens** administratifs

Exemples :

- Groupement national : UniHa (Union des Hôpitaux pour les Achats)
- Groupement régional de Nevers : GAULoYS (Groupement d'Achats pharmaceutiques entre Loire, Yonne et Saône)

29



Groupement national UniHA

- Coopérative des acheteurs hospitaliers
- 16 familles d'achats : pdts de santé, restauration, blanchisserie, bureautique, biologie ...
- Coordination par 4 villes pour le secteur médicaments :
 - **Bordeaux** : hormones systémiques, antinéoplasiques ...
 - **Toulouse** : anti-infectieux, cardio/voies dig, accès dérogatoires ...
 - **Lille** : nutrition, solutés, système nerveux ...
 - **Lyon** : dermato/respi, MDS ...

30



Organisation des achats au CHU de Dijon

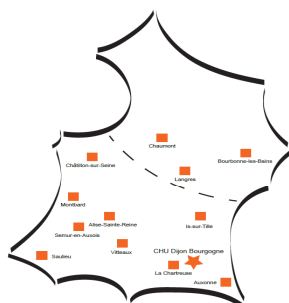
- Une unité au sein de la PUI « achats – coordination approvisionnements fournisseurs » identifiée
 - Pharmaciens, interne, PPH, agents administratifs
- **Approvisionnement** :
 - UniHA +++
 - Quelques marchés locaux (laits pédiatriques, MDS ...)
 - Quelques MAPA :
 - Besoin nouveau non définissable au moment de la consultation
 - Achat ponctuel pour besoin occasionnel
 - Ruptures fournisseurs et/ou arrêt de commercialisation
 - Catégories ou produits faibles montants
 - ...

31



Organisation des achats au CHU de Dijon

- GHT : mutualisation des moyens de plusieurs ES sur un même territoire afin d'assurer une égalité d'accès aux soins
- CHU Dijon : gestion achats de produits pharmaceutiques pour le GHT 21/52



GHT
[21 - 52]

**L'alliance
hospitalière
Côte-d'Or
Haute-Marne**

Groupement Hospitalier de Territoire Côte-d'Or - Haute-Marne

CHU Dijon Bourgogne, CH La Chartrouse, CH Semur-en-Auxois, CH de la Haute Côte-d'Or, CH Auxonne, CH Is-sur-Tille, CH Langres, CH Chaumont, CH Bourbonne-les-Bains

32

Exercices

Exercice 1 :

Selon vous à quelles phases de la procédure de consultation de l'AO, l'avis de la Commission du Médicament et des Dispositifs Médicaux ou de groupes de travail d'utilisateurs prescripteurs ou soignants est-il utile voir indispensable ?

→ Essentiellement à la première étape : connaissance du marché pour le référencement de nouveau produits de santé

33

Exercices

Exercice 2 : Il est parfois intéressant, voir indispensable de réaliser des consultations qui regroupent plusieurs acheteurs (et non uniquement la PUI). **Citez des exemples.**

34



Exemple de consultations multi acheteurs

- ✓ **Gaz médicaux** : fourniture indissociable des prestations associées (mise à disposition des systèmes de stockage, télésurveillance, sécurité d'approvisionnement..)
- ✓ **Consommables et générateurs associés** :
Ex : Fourniture de générateurs et consommables pour les thérapies à pression négative
- ✓ **Equipeement, consommables et médicaments associés**
Ex : Fourniture de produits de contraste et de dispositifs médicaux stériles avec mise a disposition d'injecteurs automatiques de produits de contraste pour IRM

⇒ **Collaboration PUI + services techniques + services**

35



Exercices

Exercice 3

Au cours de la 1ère année d'exécution d'un nouveau marché (de 3 ans), apparaissent des besoins nouveaux :

- une spécialité innovante, récemment mise sur le marché dont le référencement est validé par le COMEDIMS et dont le coût mensuel est d'environ 20 000 €
- une spécialité dont le référencement est justifié par le recrutement d'un nouveau praticien et dont le coût mensuel est d'environ 500 €
- une spécialité lié à l'hospitalisation d'un patient dont la boîte coûte 5 000 €

Quelle est votre stratégie d'achat pour l'acquisition de ces nouvelles spécialités ?

36

Exercices

Au cours de la 1^{ère} année d'exécution d'un nouveau marché (de 3 ans), apparaissent des besoins nouveaux :

- une spécialité innovante, récemment mise sur le marché dont le référencement est validé par le COMEDIMS et dont le **coût mensuel** est d'environ **20 000 €**

>214 000 euros pour la durée restante du marché.

Spécialité innovante donc sans concurrence → Faire un MNSC

- un nouveau dosage dont le référencement est justifié par le recrutement d'un nouveau praticien et dont le coût annuel est d'environ 500 €

Nouveau dosage d'une spécialité déjà au marché et montant faible → avenant de complément de gamme

- une spécialité liée à l'hospitalisation d'un patient dont la boîte coûte 5 000 €

Montant faible et besoin ponctuel → MAPA sans concurrence (demande de prix tracée via formulaire)

37

Merci pour votre attention

38