

1 LA STRATEGIE

La politique Achat et Logistique fait partie intégrante de la politique générale de l'Institut. Elle représente l'un des domaines clés de l'institut. La stratégie Achat Logistique est basée sur la capacité à être **créateur de valeurs partagées** (économique, technique et éthique) au service des patients et des professionnels de santé en lien avec nos partenaires (Unicancer Achat, fournisseurs, prestataires et autres établissements). Pour ce faire, la politique Achat et Logistique s'articule autour de 4 engagements.

2 LES ENGAGEMENTS

Garantir la
performance
médico
économique

- Systématiser l'approche « **coût complet** » pour appréhender les coûts dans leur ensemble et les optimiser : coût d'acquisition, de maintenance, d'approvisionnement...
- **Mutualiser** les volumes d'achat entre le local (site), le régional (Institut) et le national (Unicancer Achat) pour profiter de l'effet massification.
- **Rationaliser le portefeuille achat** avec la réduction du panel fournisseurs et du nombre de références produits.
- **Optimiser les coûts d'approvisionnement** avec la rationalisation des coûts de commande et des taux de couverture des magasins.

Répondre aux
exigences
qualité

- Intégrer systématiquement les utilisateurs (patients, familles, soignants) aux étapes clés du processus achat pour obtenir d'une réponse adaptée au **juste besoin**.
- **Standardiser et rationaliser les références** entre les deux sites de l'ICO pour optimiser les approvisionnements.
- Intégrer les **aspects environnementaux et sociétaux** dans nos processus Achat et Logistique.
- Entretenir une relation fournisseur équilibrée dans le respect de la réglementation et les **principes fondamentaux des marchés publics**.

Accompagner
promouvoir
l'innovation

- Optimiser le **dialogue Utilisateur/prescripteur/acheteur** pour anticiper les besoins et rechercher des solutions innovantes.
- Développer les **partenariats** avec les fournisseurs pour accompagner et intégrer les innovations technologiques.
- Réaliser une **veille technologique** afin d'anticiper les évolutions sur le marché fournisseur.
- Développer le **benchmarking organisationnel** avec nos partenaires extérieurs pour assurer une amélioration continue de nos pratiques internes.

Développer une
approche
client/fournisseur

- Déployer et généraliser la **logique de flux poussé** permettant une meilleure maîtrise des approvisionnements et de concentrer les soignants sur leur cœur de métier.
- **Harmoniser les pratiques** d'achat et d'approvisionnement entre les deux sites pour tendre vers un fonctionnement unique.
- Développer un **contrôle de gestion achat** pour un meilleur accompagnement des services dans leur gestion au quotidien.
- Assurer le **meilleur service à nos partenaires externes** pour lesquels nous sommes prestataires.