

L'UGAP... sésame et caverne d'Ali-Baba

→ Partenaire historique des mairies pour l'achat du mobilier scolaire ou de fournitures, l'UGAP se taille aujourd'hui une place de plus en plus importante sur le marchés des produits, des matériels, mais aussi des services dans le secteur de la propreté urbaine et de la collecte. En permettant aux collectivités de s'affranchir des procédures longues et fastidieuses d'appels d'offres, la centrale d'achat s'impose tant au niveau de ses clients que de ses fournisseurs.

Si par le passé, vous prononciez le mot UGAP à un élu de collectivité il y a fort à parier qu'il aurait évoqué l'achat de tables et chaises pour ses écoles. L'odeur de l'encre et de la craie -qui a pu donner ses lettres de noblesse à cet établissement public s'est progressivement estompée et un nombre croissant de communes fait également appel à ce groupement d'achat public pour leur équipement, voire leurs prestations, notamment en matière de propreté urbaine ou de collecte des déchets. « L'offre de l'UGAP est très large. Nous avons plus de 1500 marchés actifs. Les produits proposés vont de la gomme à la benne à ordures ménagères en passant par le scanner destiné à l'hôpital ou les balayeuses de trottoir, avec, pour chaque secteur d'activité des équipes qui ont une réelle expertise pour acheter, conseiller et accompagner les collectivités. Mais au-delà des produits nous nous sommes engagés de façon très dynamique sur une offre de prestation de services, notamment dans le secteur du bâtiment, et, par conséquent sur le marché de la propreté. Nous avons attribué des marchés à plusieurs grandes entreprises de propreté et de multiservices, implantées localement, auxquelles les collectivités peuvent recourir par notre intermédiaire. En 7 ans, entre 2001 et 2008, le chiffre d'affaires global des prestations de services est passé de 5 millions d'euros à 174 millions d'euros, soit 15% de notre volume de commandes » note François Cincinelli, chef du département marketing produits de l'UGAP.

RACCOURCIR LES DÉLAIS DE 5 OU 6 MOIS

Une montée en puissance que confirme volontiers le responsable des achats d'une grande communauté urbaine qui fait régulièrement appel à la centrale publique, bien que disposant lui-même d'une équipe dédiée à la passation des appels d'offres. « De part son statut l'UGAP nous permet de nous affranchir des coûts, mais aussi et surtout des délais incompressibles liés à un appels d'offres. Si je décide de commander des bennes à ordures ménagères la procédure de consultation puis de choix d'un fournisseur prendra au moins six mois, à cela s'ajoutera bien sûr le délai de mise à disposition des engins ». Un délai qui peut aller jusqu'à 5 ou 6 mois, confirme de son côté David Branquinho, chef de produits véhicules industriels et engins spéciaux à l'UGAP. « Nous avons attribué un marché estimé à une centaine de bennes par an à la société SEMAT, ce qui nous positionne comme un acteur majeur sur le marché et auprès de cet industriel. Ce positionnement s'explique par notre capacité à proposer, sur catalogue, différents types d'engins en réponse aux attentes

de nos clients, que nous devons anticiper en permanence. » Une gymnastique pas toujours facile à réaliser, mais indispensable pour le groupement d'achat public qui souhaite renforcer sa position d'interlocuteur privilégié des collectivités. « Lorsque nous attribuons un marché à un fournisseur pour 3 ou 4 ans nous nous engageons sur des volumes et une gamme de produits qui doit satisfaire aux missions de services publics sur la durée. Nous proposons par exemple, dans le domaine de la collecte d'ordures ménagères, des bennes bi-compartmentées répondant à une nouvelle tendance en fort développement, à savoir la collective sélective. Egalement en réponse aux efforts des collectivités dans le domaine du développement durable nous proposons des véhicules à motorisation alternative telle que le GNV, qui équipe nombre de bennes à ordures ménagères de la ville de Paris avec qui nous avons travaillé en étroite collaboration pour ce programme d'équipement.

4 MILLIONS D'EUROS DE CONTAINERS

En plus de l'économie de procédure qui permet aux acteurs publics de s'affranchir d'un appel d'offres, (tout en respectant le code des marchés publics) et donc de gagner du temps dans la mise en service du matériel désiré, l'UGAP met en avant l'économie de moyens dont le client bénéficie en ne mobilisant pas ses acheteurs sur une procédure déjà réalisée. Enfin, c'est l'économie « tout

The screenshot shows the UGAP website interface. At the top, the UGAP logo is on the left, and the text 'La centrale d'achat public' is next to it. To the right, the slogan 'Simplifiez-vous l'achat' is displayed. Below this is a navigation bar with links: Accueil, Actualité, Offre, Les appels d'offres, L'expertise publique, and L'UGAP. A search bar contains the text 'L'environnement et la voirie'. Below the search bar, the category 'L'ENVIRONNEMENT ET LA VOIRIE' is selected. The main content area is titled 'Les balayeuses et poussoirs compactes' and lists two products: 'APPLIED 525 - 636' and 'CITY MASTER 1200'. Each product listing includes features like '4 roues motrices', 'Train avant à largeur variable', and 'Capacité de la cuve: 1.3 m3 de déchets triés'.

court » dont le client peut profiter. En effet, les volumes indiqués dans les appels d'offres, destinés à couvrir des besoins importants de la sphère publique sont tels que les industriels candidats, concèdent des conditions tarifaires très avantageuses.

« Nous avons beaucoup travaillé sur le secteur des conteneurs par exemple, note Catherine Kimaz, chef de produits mobilier et équipement urbain.

Auparavant les collectivités faisaient appel à nous surtout pour compléter leur parc. Aujourd'hui au travers d'un marché d'un montant estimé de 4 millions d'euros sur 3 ans, attribué à la société CITEC, notre positionnement est très concurrentiel dans le cadre de renouvellement de parcs complets. Le service associé à la fourniture du matériel, qui se traduit par un accompagnement du client pouvant aller de l'étude préalable des besoins des administrés à la remise des conteneurs en porte-à-porte, n'est pas étranger à cette compétitivité. »

Par ailleurs nous privilégions aussi la proximité. D'abord dans notre relation avec les clients puisqu'ils disposent de correspondants régionaux au nombre de 450, répartis dans nos 27 implantations régionales, mais aussi au travers de nos titulaires de marchés, dont près de 70% sont des PME implantées en régions. C'est aussi un élément décisif dans notre approche de services aux collectivités » conclut le chef du département marketing produits de l'UGAP. ■



Le site internet de l'UGAP offre en quelques clics, la possibilité aux acheteurs publics de faire leur marché tous secteurs confondus. (DR)

