



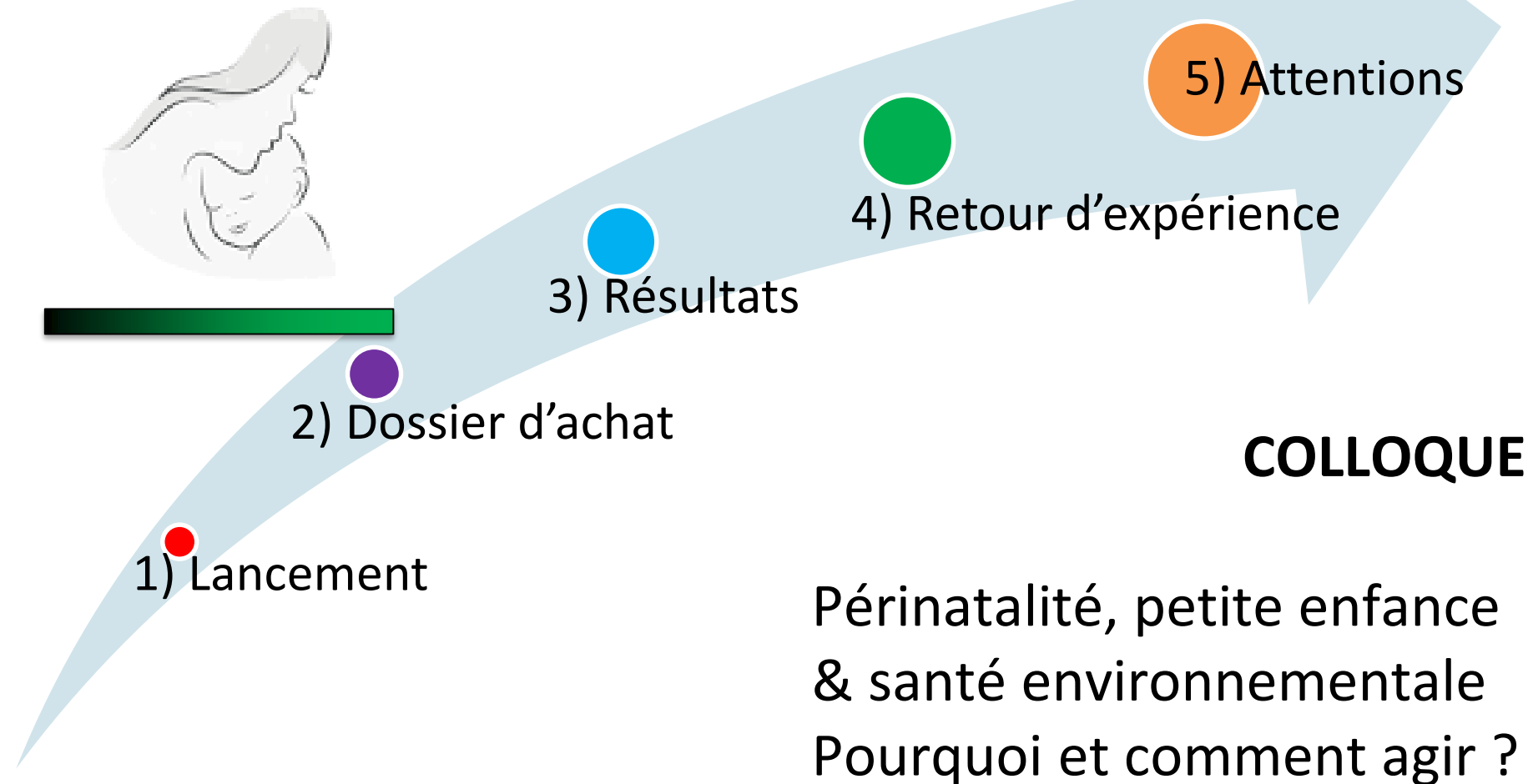
GROUPEMENT
HOSPITALIER
DE TERRITOIRE

LOIRE ATLANTIQUE

Produits responsables cosmétique et d'hygiène



Intégrer des critères santé environnementale dans les choix de cosmétiques, une affaire aisée ?



1) Lancement

- 2) Dossier d'achat
- 3) Résultats
- 4) Retours d'expériences
- 5) Points d'attention

GHT44 – Départ. HL
Groupement Régional
Acheteuse Stéphanie R.



Besoin

Calendrier

Maîtrise
de la
technique
d'achat

Adhérents du GR

1^{ères} approches
Eté 2021 : GHT49
Automne 2022 : CHSN

Cartographie

Primum Non Nocere

Fin Marché
Produits Entretien
31/12/2022

Opportunité
n°1

Forme du marché
Rédaction du DCE

- 1) Lancement
- 2) Dossier d'achat
- 3) Résultats
- 4) Retours d'expériences
- 5) Point d'attention



DCE



Caractéristiques

Critères

Pondération

Forme



Souplesse PRODUITS

Souplesse FOURNISSEURS

Souplesse BESOINS



Refuser les produits inadaptés
Mettre en avant le critère qualité par
une pondération importante (60%)



SAD

- 1) Lancement
- 2) Dossier d'achat
- 3) Résultats
- 4) Retours d'expériences
- 5) Points d'attention

Un peu de technique :

SAD : Système d'Acquisition Dynamique

Sur une durée potentiellement de 8 ans

Définition d'un cadre général structurant

A l'intérieur duquel des marchés spécifiques sont proposés

Caractérisant les besoins pour chacune des durées

Avec des périodes à ma convenance

Pour relancer la concurrence

=> **OUTIL : Grande souplesse**

- 1) Introduire un nouveau produit
- 2) Varier le besoin quantitatif
- 3) Accepter un nouveau fournisseur



2^e coup de chance :

Mise en œuvre SAD Usage Unique / Période POST COVID
(Objectif : accélérer la mise en concurrence pour revenir au plus près des coûts historiques)

=> **Donc je maîtrise la forme et
peux me concentrer sur le reste**



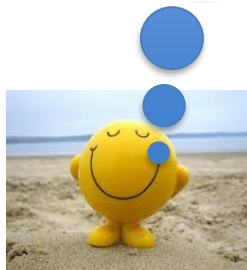
- 1) Lancement
- 2) Dossier d'achat
- 3) Résultats
- 4) Retours d'expériences
- 5) Points d'attention

2^e volet technique : Les PRODUITS

6 catégories dont 1 « produits cosmétiques et d'hygiène responsable

➤ Aucune substance entrant dans la catégorie suivante :

- H300 Mortel en cas d'ingestion.
- H301 Toxique en cas d'ingestion.
- H304 Peut être mortel en cas d'ingestion et de pénétration dans les voies respiratoires.
- H310 Mortel par contact cutané.
- H311 Toxique par contact cutané.
- H312 Nocif par contact cutané.
- H330 Mortel par inhalation.
- H331 Toxique par inhalation.
- H332 Nocif par inhalation.
- H334 Peut provoquer des symptômes allergiques ou d'asthme ou des difficultés respiratoires par inhalation.
- H340 Peut induire des anomalies génétiques



Libellé	Nbre offres
SAVON FLACON POMPE 500 ML Sans parfum, sans colorant, sans paraben, sans Sodium laureth sulfate, sans PEG, sans Sodium lauryl sulfate. Maximum 10 ingrédients.	2
SAVON 1 LITRE AIRLESS Sans parfum, sans colorant, sans paraben, sans Sodium laureth sulfate, sans PEG, sans Sodium lauryl sulfate. Maximum 10 ingrédients.	2
CREME CORPS/VISAGE/MAINS Sans PEG, sans Paraffinum liquidum, sans carbomer, sans nanoparticule, sans composé faisant parti de la liste des 26 allergènes réglementés par l'UE, sans vaseline pétrosourcée, sans disodium EDTA.	1
GEL CICATRISANT MIEL Au moins 80% de miel. Sans Paraffinum liquidum, vaseline, sans PEG. Utilisable sur mamelon lors de l'allaitement.	2
HUILES VEGETALES Huile végétale bio extra vierge entre 30ml et 50 ml.	1
LAVETTES MICRO-FIBRES + ou - 100% microfibre, mini 70% polyester.	4

PRODUITS ENTRETIEN COURANT

- Détartrant WC - A base d'acide citrique et/ou acide acétique. Limiter la quantité et dangerosité des autres composés.
- Détergent désinfectant - A base d'éthanol. Limiter la quantité et dangerosité des autres composés.
- Détergent détartrant désinfectant - A base d'acide lactique. Limiter la quantité et dangerosité des autres composés.



4 réponses mais aucune complète -> nécessité de revoir l'allotissement en fonction de la maturité du marché fournisseur

≈ 2€ HT (+90%)
 Fl gel 750 ml
 ≈ 3,2€ HT (+60%)
 Spray 750 ml
 ≈ 2,85€ HT (+22%)
 Spray 750 ml

- 1) Lancement
- 2) Dossier d'achat
- 3) Résultats
- 4) Retours d'expériences
- 5) Points d'attention

Exemple du savon liquide

Un descriptif technique très détaillé

9 offres reçues => 2 offres conformes

Des industriels qui pensent en toute bonne foi pouvoir répondre
Leurs offres seront toutefois techniquement écartées

**Offre retenue SAVON PHAGO'DERM avec 3 composants :
EAU + GLYCERINE + HUILE DE COCO**

Oui, la démarche peut paraître coûteuse (PU +67%)

Mais à étudier en détail (coût iso, voire inférieur sur le flacon pompe de 500ml)

Retenir la solution sur tout l'établissement (CHSN) => +9% / cpte soit +7.000€

- ⇒ Gain financier ne doit pas être la seule considération
- ⇒ Gain sur les consommations ? (pas assez de recul)
- ⇒ Gain qualitatif (Avis HCSP)



- 1) Lancement
- 2) Dossier d'achat
- 3) Résultats
- 4) Retours d'expérience**
- 5) Points d'attention



Communication en amont de la mise en place du nouveau savon avec :

Exemple du choix d'un savon liquide :

- Réponse aux critères F.Tech.: sans parfum, ni colorant, ni paraben, ni sodium laureth sulfate, ni sodium lauryl sulfate, ni PEG, maximum 10 ingrédients.
- Choix « savon PHAGO'DERM Pure » Christeyns, composé seulement de 3 composantes: eau/glycérine/huile de coco
- Mise en place depuis fin Février 2023 sur le pôle femme enfant au sein du CHSN (maternité, néonatalogie, pédiatrie)

- Présentation en réunion de service, mailing, affiches apposées au niveau des points d'eau.
- Importance d'une information pour sensibiliser les équipes à ce changement (les professionnelles de la maternité étant sensibiliser depuis 2 ans à la démarche Santé Environnementale)

- 1) Lancement
- 2) Dossier d'achat
- 3) Résultats

4) Retours d'expériences

- 5) Points d'attention



→ Comme ce savon ne contient que peu d'ingrédient, ce dernier est liquide comme de l'eau et ne mousse pas mais profite de grande propriété lavante et hydratante

Très bon accueil des professionnels de santé et des mamans :

- Sur l'aspect environnemental
- Sur la qualité du produit (sensation de douceur)

Point de vigilance : Peu de recul (seulement 3 mois d'utilisation)

Point fort : Sensibilisation++ auprès des patientes par les professionnelles, qui peuvent aborder la question de la Santé environnementale et faire passer des messages de prévention.



- 1) Lancement
- 2) Dossier d'achat
- 3) Résultats
- 4) Retours d'expériences
- 5) **Points d'attention**

Procédure d'achat

Connaissance de la forme d'achat SAD

SAD pouvant être chronophage, il est important de structurer son évolution

Communication acheteur/prescripteur
Très forte



Produits

Accompagnement ou expertise chimique pour bien définir les produits ou recherche d'ECOLABEL

Communication autour de l'utilisation des nouveaux produits

Bonne communication pour une mise en valeur de ces nouveaux produits responsables

Action commune pour pousser les industriels à revoir la composition des produits

Massifier pour un effet prix

Exploiter la souplesse du SAD pour développer la dynamique SANTE ENVIRONNEMENTALE

- 1) Lancement
- 2) Dossier d'achat
- 3) Résultats
- 4) Retours d'expériences
- 5) Points d'attention

Merci de votre attention.

Des questions ?
Nous essaierons d'y répondre

