

# FICHES PRATIQUES

Des réponses simples et concrètes à toutes vos questions

## Comment créer un groupement d'achat

**Pour de nombreuses PME ou TPE, la négociation des achats avec leurs fournisseurs s'apparente souvent à un combat entre David et Goliath. C'est pourquoi réaliser des achats groupés dans le cadre d'un groupement d'achat est une alternative intéressante à plus d'un titre. Si s'associer entraîne des économies substantielles sur les prix d'achat par un effet volume, cela permet aussi d'économiser sur les coûts de gestion et de fonctionnement.**



## 1. Le fonctionnement d'un groupement d'achat

---

Un groupement d'achat fonctionne selon plusieurs modes :

- Il peut être acheteur/revendeur : il recueille les besoins de chaque membre, passe une commande groupée et revend ensuite les produits achetés.
- Il peut être négociateur/référenceur : son rôle est alors de négocier avec les fournisseurs les conditions d'achat les plus avantageuses et de signer des accords. Les membres du groupement passent ensuite commande eux-mêmes auprès des fournisseurs référencés.
- Enfin, chaque entreprise partenaire gère une famille de produits, et commande pour le compte de tous les membres, en étant mandatée.

En fonction du mode de fonctionnement retenu, le groupement est rémunéré sur marges ou sur commissions.

## 2. Choisir soigneusement ses partenaires

---

Pour opposer un poids et une crédibilité suffisante aux fournisseurs, un groupement d'achat doit être composé d'au minimum trois ou quatre entreprises, voire beaucoup plus. Avant de choisir ses partenaires, il faut d'abord se demander quels types de produits seront concernés par les achats groupés, l'objectif étant de ne pas se retrouver face à ses concurrents dans l'achat de produits stratégiques. Dans ce cas, mieux vaut choisir des entreprises ayant les mêmes besoins d'achat, mais exerçant une activité différente. Pour un fonctionnement harmonieux, il est également préférable d'opter pour des entreprises de confiance, déjà connues dans un cadre partenarial ou par le biais d'une instance professionnelle.

## 3. Quelle forme juridique adopter ?

---

Le choix de la forme juridique est importante lors de la création d'un groupement d'achat. Si l'association loi de 1901 peut être envisagée au départ, de par ses faibles coûts de fonctionnement et sa souplesse, il vaut mieux, néanmoins, rapidement opter pour des formes plus structurées. Le GIE ou la société commerciale, comme la SARL ou la SAS, seront, en effet, plus à même de répondre aux besoins de formalisation et d'organisation d'une activité commerciale assez complexe. Dans tous les cas, le choix de l'une ou l'autre solution dépendra du besoin de souplesse et de liberté dans la rédaction des statuts, du niveau de responsabilité souhaité pour les membres, ou encore des objectifs commerciaux assignés au groupement.

## 4. Animer le groupement d'achat

---

Créer un groupement d'achat est une condition nécessaire mais pas suffisante pour réaliser des économies sur le long terme. Les associés le feront ensuite vivre pour assurer sa pérennité : se répartir des tâches précises (gestion d'une catégorie de produits par exemple), se doter d'outils spécifiques (intranet, fiches produits communes...), ou or-

organiser des réunions régulières pour échanger sur la stratégie du groupement ou sur les produits à proposer à l'achat groupé. Autant d'actions à ne pas négliger pour la réussite de l'entreprise dans la durée.

## Comment choisir ses partenaires pour effectuer des achats groupés



### 1. Définir les achats à mutualiser dans le groupement d'achat

---

Pour définir les achats à mutualiser, la première question à se poser est : quels sont les postes que l'on souhaite mutualiser ? S'agit-il d'achats-clés dans la stratégie de l'entreprise ou d'achats qui ne sont pas vraiment liés à l'activité ? S'il est, en effet, délicat de mettre des éléments confidentiels en lumière auprès d'autres entreprises, notamment si les membres du groupement d'achat sont des concurrents, mutualiser des achats plus génériques n'entraîne, en revanche, pas de risque de divulgation nuisible à l'activité de l'entreprise : informatique, bureautique, vêtements de travail ou voitures de fonction par exemple. Une fois le périmètre des achats défini, il est important de connaître les besoins de façon précise (références, fournisseurs, spécifications techniques...), afin d'établir une liste de produits, voire de fournisseurs communs.

### 2. Quel type de partenaires intégrer dans le groupement d'achat ?

---

Une fois ce premier exercice effectué, il faut soigneusement choisir les membres du groupement d'achat, selon la nature des achats à mutualiser. Pour des produits directement liés à l'activité, la logique voudrait qu'un groupement soit composé d'entreprises exerçant dans le même secteur et poursuivant des objectifs similaires. Or, cela reviendrait à communiquer les produits que l'on achète à une entreprise potentiellement concurrente, ce qui n'est pas forcément souhaitable. Il est donc plus pertinent de choisir des entreprises qui ont les mêmes besoins (en matières premières, par exemple), mais dont l'activité est sensiblement différente.

### 3. Choisir des entreprises de confiance

---

L'idéal pour démarrer un groupement d'achat est de se tourner vers des sociétés avec lesquelles l'entreprise a déjà travaillé, ou qu'elle a déjà côtoyées dans le cadre d'associations ou de syndicats professionnels, par exemple. Les membres ayant un statut d'associé, et non pas de simples adhérents comme dans les centrales d'achat, la confiance est une condition sine qua non pour faire fonctionner un groupement d'achat. En outre, les différentes directions générales doivent pouvoir se coordonner pour impulser en permanence une volonté commune de le faire vivre.

### 4. Combien de membres doit compter un groupement d'achat ?

---

L'objectif d'un groupement d'achat est d'avoir un poids suffisant pour négocier face aux différents fournisseurs. Pour être crédible, un groupement d'achat doit donc être composé au minimum de trois ou quatre entreprises, voire une dizaine.

### 5. Etablir des règles de fonctionnement précises entre les partenaires

---

Au sein du groupement d'achat, un règlement intérieur doit être mis en place dès la création, afin que les rôles et obligations de ses membres soient clairement définis. Il faut également choisir une forme juridique pour le groupement,

et faire rédiger les statuts afférents par un avocat. Ces statuts doivent être à même de prévoir et de résoudre tous les risques de conflits entre les membres du groupement.

# Comment choisir la forme juridique du groupement d'achat



## 1. Les critères de choix du statut juridique

---

Contrairement aux centrales d'achat, dont les membres ne sont engagés que par un simple contrat d'adhésion, les entreprises partenaires d'un groupement d'achat détiennent ensemble la totalité du capital et possèdent le statut d'associés. La forme juridique du groupement est donc primordiale. Ce choix doit notamment dépendre de plusieurs critères :

- les objectifs commerciaux assignés au groupement d'achat ;
- la souplesse souhaitée ;
- le niveau de responsabilité engagé par les membres ;
- le coût de fonctionnement, etc.

Une fois ces critères définis, il faut passer en revue les différentes formes juridiques possibles et déterminer la plus adéquate.

## 2. L'association loi de 1901

---

Il est tout à fait possible d'exercer une activité économique sous un statut d'association loi de 1901, à partir du moment où les obligations fiscales sont respectées. Ce statut présente, en effet, certains avantages : son coût de fonctionnement est faible et les contraintes relativement souples pour la rédaction des statuts. En revanche, le statut d'association atteindra ses limites dès lors que l'activité économique se complexifie, risquant alors de manquer de crédibilité face aux fournisseurs. De plus, les membres ont interdiction de partager les bénéfices générés.

## 3. Le Groupement d'Intérêt Economique (GIE)

---

Le GIE constitue une forme juridique intéressante pour des achats groupés> Il se situe entre l'association et la société commerciale. Sa création ne demande pas de lourdes formalités, pas de capital minimum obligatoire, pas de frais de création élevés. En outre, son fonctionnement est souple : les membres ont une grande latitude dans la rédaction des statuts, ce qui suppose en revanche qu'ils soient bien en phase dès la définition des modalités de fonctionnement du GIE. Enfin, il faut savoir que dans un GIE, chaque membre est tenu individuellement responsable des dettes et peut, en conséquence, être poursuivi.

## 4. Les sociétés commerciales

---

Pour une activité économique structurée, les sociétés commerciales demeurent les formes juridiques les plus pertinentes. Les formes fréquemment rencontrées pour un groupement d'achat sont les Sociétés à Responsabilité Limitée (SARL) et les Sociétés par Actions Simplifiées (SAS). La SARL présente de nombreux avantages : faible capital, responsabilité des membres limitée, contrôle de la cession des parts. Cependant, on peut lui préférer la SAS, parce qu'elle offre notamment une plus grande liberté dans la rédaction des statuts et une plus grande souplesse de fonctionnement.

## 5. Les sociétés coopératives

---

Il s'agit d'une forme particulière de société commerciale. Prenant le plus souvent la forme juridique d'une SA (Société Anonyme) ou d'une SARL, elle repose sur le principe de l'égalité entre les membres. Ainsi, dans un groupement

d'achat organisé en coopérative, chaque associé a le même poids dans la structure et leur responsabilité n'est pas individuelle, mais solidaire.

## Comment répartir les tâches au sein du groupement d'achat



### 1. Proposer des objectifs fédérateurs

---

Un groupement d'achat est constitué d'entreprises indépendantes. S'il n'est pas rare que le groupement soit emmené par un ou plusieurs leaders charismatiques, souvent des chefs d'entreprise reconnus dans leur secteur d'activité, tous les participants se doivent néanmoins de soutenir et de porter le projet. Trouver un intérêt économique évident au groupement constitue une bonne motivation.

A ces entrepreneurs habitués à une gestion en cavalier seul, le groupement doit pouvoir laisser une latitude d'action, tout en proposant une organisation suffisamment structurée pour générer de véritables économies d'échelle.

### 2. Formaliser les décisions

---

Lors de la création d'un groupement d'achat, de nombreuses réunions sont nécessaires en amont pour définir des modalités de fonctionnement que tous les partenaires puissent accepter sans réserve. A l'issue de ces réunions, les statuts juridiques du groupement doivent retranscrire fidèlement les décisions prises en commun, au risque de mettre en péril la pérennité du groupement.

### 3. Assigner des tâches précises

---

Rien de tel pour s'investir dans un projet commun que d'être individuellement en charge d'une tâche particulière. Dans un groupement d'achat, l'idéal est que chaque entreprise partenaire soit responsable d'un ensemble de produits et qu'elle en gère entièrement les achats groupés, pour le compte de tous les membres. Ces derniers font part individuellement de leurs besoins et, pour les produits sous sa responsabilité, chaque entreprise passe ainsi commande auprès des fournisseurs au nom du groupement, en étant pour cela mandatée par ses partenaires. Pour tous les achats groupés, toutes les entreprises du groupement doivent donc donner leur autorisation aux autres pour contracter en leur nom.

### 4. Faire vivre le groupement d'achat

---

Une fois les tâches réparties, le groupement d'achat doit garder une dynamique constante pour fonctionner. Les membres doivent pour cela se doter de différents outils. Les partenaires doivent pouvoir passer leurs commandes via un système commun (fiches produits standardisées, portail internet ou intranet spécifique...). Une communication régulière peut également être mise en place pour faire circuler les informations au sein du groupement. Enfin, l'humain étant au coeur de la réussite d'une telle entreprise, il faut prévoir d'organiser périodiquement des réunions pour évoquer différents sujets comme la stratégie générale du groupement d'achat ou l'évolution des produits concernés par les achats groupés par exemple.

# Découvrir le monde du marketing et du commercial



La référence  
des décideurs  
La communauté  
Marketing  
& communication



Le média  
cross canal  
Ecommerçants  
et commerce  
connecté



Le média  
orienté  
100% client



Le service  
d'information  
des commerciaux  
et des business  
developers

# Découvrir le monde de la finance et des achats



Le média référent  
des acheteurs  
privé / public



La solution  
d'information  
des directeurs  
administratifs  
et financiers

# Découvrir le monde de l'entrepreneuriat



La source  
d'information des  
entrepreneurs et  
des dirigeants PME



Le magazine  
des entreprises  
artisanales



Le magazine  
des entreprises  
artisanales