

DÉPÊCHE DU 01/07/2019

Achats hospitaliers: Uniha adopte une nouvelle stratégie pour "s'adapter aux transformations du système de santé"

Mots-clés : #établissements de santé #médico-social #prévisions-stratégie #hôpital #CHU-CHR #achats #finances #investissement #coopérations

(Par Sabine NEULAT-ISARD)

PARIS, 1er juillet 2019 (APMnews) - La coopérative d'achats Uniha a adopté la semaine dernière les grands axes de son nouveau plan stratégique pour la période 2020-2024, qui tiennent compte de l'évolution de l'environnement hospitalier, a-t-elle annoncé à APMnews vendredi.

Uniha a effectué près de 14% des achats hospitaliers en 2017. Il annonce qu'en 2019, son portefeuille d'achats sera "supérieur à 4,2 milliards d'euros, avec une activité importante en matière de médicaments". "Les gains sur achats seront supérieurs à 100 millions d'euros".

Son nouveau cadre stratégique, adopté jeudi dernier par son assemblée générale, interroge 5 thématiques: **la performance attendue, la cible de clientèle, l'offre de services, l'organisation sur le territoire, et le capital de compétences et les ressources**. Dix leviers opérationnels ont été définis pour leur mise en oeuvre.

"L'idée est d'adapter l'outil Uniha aux grandes transformations que connaît le système de santé, qu'il s'agisse de la révolution des parcours ou de la constitution des GHT [groupements hospitaliers de territoire] qui changent complètement la physionomie de l'achat hospitalier puisqu'ils conduisent à passer de 900 hôpitaux à 136 groupements", a expliqué son président, Charles Guépratte, par ailleurs directeur général du CHU de Nice, à APMnews vendredi.

De même, alors qu'Uniha avait initialement une cinquantaine d'établissements adhérents, "homogènes par leurs caractéristiques" (CHU et gros CH), puis environ 120, il compte désormais 93 GHT adhérents, "ce qui est relativement considérable", représentant plus de 800 établissements de santé, souligne-t-il.

Le nouveau plan s'inscrit aussi dans un contexte de "recherche permanente d'économies ou d'efficience", ajoute Charles Guépratte.

"On sait en effet très bien qu'il y a un lien entre la performance achats et les tarifs hospitaliers. Plus la performance est bonne, moins les tarifs baissent ou plus ils augmentent. Ce lien est direct. On voit d'ailleurs qu'un opérateur tel que le nôtre participe à l'équilibre de l'assurance maladie grâce aux gains qu'il dégage", souligne le président d'Uniha, qui précise qu'en 2018 les gains se sont élevés à 160-170 millions d'euros.

Désormais, sur la performance, Uniha entend se positionner comme "l'opérateur achats de référence sur la santé" et non simplement comme un vecteur économique ou budgétaire réalisant des gains financiers.

Il veut au contraire "penser plus global" en réfléchissant à l'usage (de ce qui est acheté) et à la production de soins qui est réalisée avec le dispositif, explique son président.

Le but est de "renforcer la valeur ajoutée en faisant des achats un levier de performance globale pour les établissements", renchérit Uniha dans un communiqué.

Uniha, qui a déjà procédé à des évolutions avec la désignation d'ambassadeurs qui sont les interlocuteurs de proximité des établissements (cf [dépêche du 07/03/2019 à 17:38](#)), compte aussi focaliser sa relation clients sur les GHT et s'ouvrir, dans ce cadre, à de nouveaux membres et partenaires des groupements dans une logique de parcours de soins, notamment dans le domaine médico-social.

Il souhaite aussi améliorer la couverture des besoins en adoptant une stratégie client différenciée entre CHU, GHT et autres acteurs.

"Dans les GHT, il y a à la fois de très petits et de très gros établissements", observe son président. "Tout en ayant un point d'entrée unique qui est le GHT, il faut arriver à avoir une stratégie clients différenciée pour savoir répondre à la maison de retraite qui aura des besoins très standards et à un CHU qui aura des besoins très spécifiques sur, par exemple, de l'innovation", explique-t-il.

S'agissant de son offre de services, le groupement entend la segmenter en fonction de trois types de besoins: les achats récurrents, ceux qui sont complexes et ceux qui sont stratégiques. Il créera pour cela des marques différenciées sous l'ombrelle d'Uniha.

Il prévoit aussi de proposer une offre de services adaptée aux besoins de ses utilisateurs, comprenant toujours des marchés mais aussi des clubs utilisateurs et des ateliers opérationnels.

En matière de périmètre et d'organisation, il compte conserver et renforcer son positionnement d'opérateur national tout en renforçant parallèlement la proximité régionale "pour mieux anticiper, identifier et ajuster la réponse aux besoins sur certains segments".

Il accompagnera la mise en oeuvre de ce nouveau modèle d'un "ajustement" de sa gouvernance et de son pilotage, notamment pour tenir compte de la hausse du nombre d'établissements adhérents.

Six mois pour rendre la stratégie opérationnelle

Maintenant que les axes de la nouvelle stratégie sont définis, "pendant six mois, jusqu'en décembre, nous allons voir comment on rend [cette stratégie] opérationnelle, à la fois dans notre fonctionnement et dans notre offre", précise Charles Guépratte.

"En un an, on aura transformé très profondément Uniha", remarque-t-il en faisant référence aux évolutions apportées précédemment, notamment à la modification du modèle tarifaire apporté à Uniha, pour déjà tenir compte des GHT et de "l'usage" de la coopérative.

Uniha a défini sa nouvelle stratégie après avoir interrogé l'ensemble de son réseau hospitalier (établissements et entreprises) et son personnel, en étant accompagné par le cabinet KPMG. "Nous l'avons fait en concertation à travers un grand nombre d'ateliers et d'interviews", souligne son président.

san/ab/APMnews

[SAN9PTYAZ5]

POLSAN - ETABLISSEMENTS INTERVIEW

écrit et préalable d'APM International. Les informations et données APM sont la propriété d'APM International.

©1989-2019 APM International -

<https://www.apmnews.com/depeche/0/337783/achats-hospitaliers-uniha-adopte-une-nouvelle-strategie-pour-s-adapter-aux-transformations-du-systeme-de-sante>

Copyright Apmnews.com