

# FOURNITURES DE BUREAU

MARCHÉ .....	2
<i>Acteurs</i> .....	2
<i>Focus - faits marquants</i> .....	2
<i>Principaux fournisseurs sollicités par les organismes de Sécurité sociale</i> .....	3
TYPOLOGIE D'ACHAT .....	4
INDICATEUR MARCHÉ .....	4
<i>Prix pratiqués sur le marché</i> .....	4
DÉCOMPOSITION DU COÛT .....	5
LEVIERS D'OPTIMISATION ET BONNES PRATIQUES ACHATS .....	6
<i>La stratégie achat</i> .....	6
<i>Le processus achat</i> .....	6
<i>Leviers et bonnes pratiques</i> .....	6
<i>Formule de révision marché</i> .....	8
ACHAT RESPONSABLE .....	8
<i>Exemples d'actions</i> .....	8
<i>Certifications, labels et normes</i> .....	9
OUTILS, LIENS PRATIQUES .....	10
LEXIQUE .....	11
WEBOGRAPHIE .....	12

**Périmètre : L'ensemble des fournitures de bureau : hors papier bureautique, enveloppes vierges et imprimées, mobilier et consommables informatiques.**  
 Code CPV principal : 30190000-7.



Chaque année les entreprises françaises dépensent environ 5 milliards d'euros de fournitures de bureau !  
 les estimations font état d'un coût moyen de 215 € par personne et par an dans une entreprise.

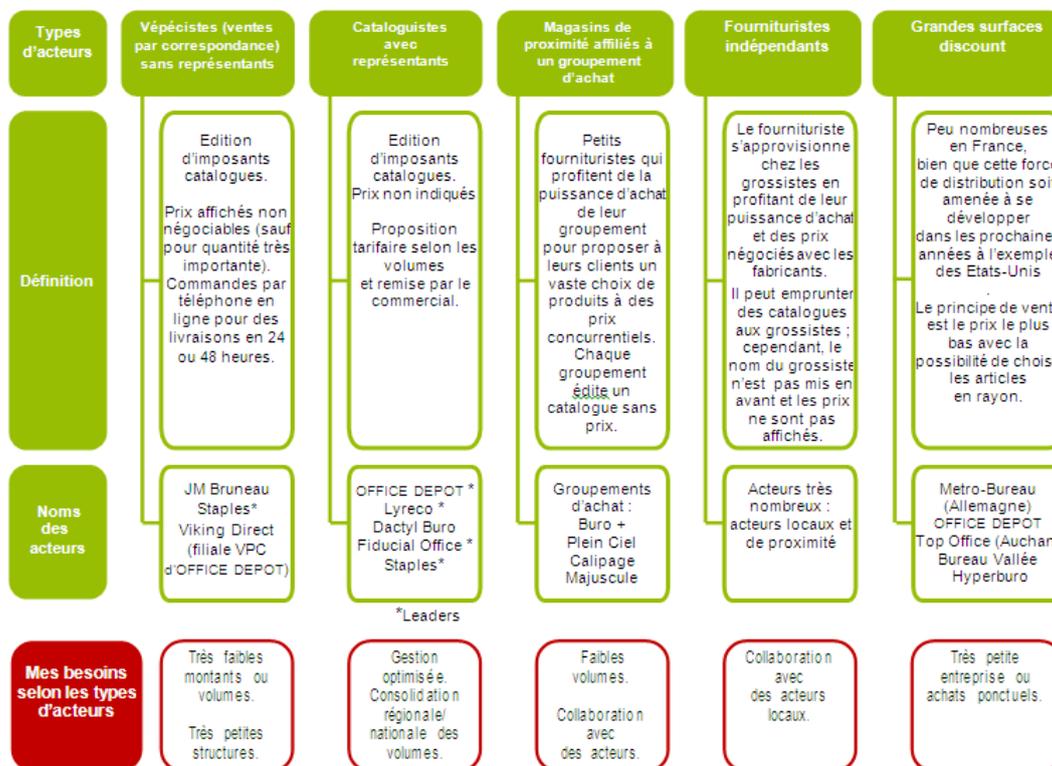


**NOUVEAU** : L'observatoire économique de l'achat économique a publié (OEAP), en juin 2013, un guide intitulé « Guide sur les fournitures de bureau ». Le guide est consultable à l'adresse suivante : <http://www.economie.gouv.fr/daj/guide-fournitures-bureau><sup>[p.12]</sup>

## MARCHÉ

Le marché de la papeterie a enregistré un chiffre d'affaires du secteur décroissance de 8% en décembre 2012. Ce recul qui touche la consommation d'articles de papeterie et de fournitures de bureau provient simultanément de la clientèle professionnelle et de la demande des ménages. Une tendance qui semble perdurer en ce début d'année.

## ACTEURS



## FOCUS - FAITS MARQUANTS

Longtemps dominé par une poignée d'acteurs, le marché des fournitures de bureau se restructure. L'arrivée des e-marchands et des grands magasins spécialisés y sont pour beaucoup.

Le marché français de la distribution de fournitures de bureaux est très atomisé : 9 500

établissements.

92% des entreprises ont moins de 10 salariés.

Les fournisseuristes (cataloguistes avec représentants) représentent 40% des parts de marché.

Les véricistes et les grandes surfaces discount ont doublé leur part de marché au cours des 10 dernières années.

La crise favorise les rapprochements entre les grands intervenants américains et européens et notamment leur implantation en Europe. On peut citer :

- Corporate Express et Staples (USA)
- OfficeMax (USA) et Lyreco
- Tiny Prints ( USA) et Paro Prints (Pays-Bas)
- Infocus (Vidéoprojection) et Spicers France (Calipage et Plein Ciel)

## PRINCIPAUX FOURNISSEURS SOLlicitÉS PAR LES ORGANISMES DE SÉCURITÉ SOCIALE

### Classement par ordre alphabétique

- ALTERBURO DISTRIBUTION
- ANFA CORPORATE EXPRESS
- DACTYL BURO
- FIDUCIAL BUREATIQUE
- GPV NAVARRE DIFFUSION
- INAPA FRANCE
- LIOGIER
- LYRECO
- OFFICE DEPOT

*Extrait de la base de recensement des organismes de Sécurité sociale*

## TYPOLOGIE D'ACHAT

La catégorie « fournitures de bureau » peut se subdiviser en plusieurs sous-catégories.

Sous-catégories	Descriptif
<b>Écriture et correction</b>	Crayons graphites, crayons spéciaux, crayons, craies, gommes, marqueurs, porte-mines, recharges et cartouches, rollers de correction, stylos à bille, stylos correcteurs, feutres, stylos à plumes, surligneurs, ...
<b>Colles et adhésifs</b>	Étiquettes, colles,...
<b>Blocs, cahiers et carnets</b>	Notes repositionnables, blocs, porte blocs, cahiers, répertoires, feuillets mobiles, copies doubles
<b>Timbrage</b>	Timbres, tampons simples, tampons personnalisés
<b>Traitement du courrier</b>	Enveloppes, pochettes, bannettes, étiquettes
<b>Classement et archivage</b>	Classeurs et reliures, intercalaires et répertoires, pochettes perforées, protège document, trieurs, parapheurs, chemises dossier, boîtes d'archivage
<b>Traçage</b>	Trace-lettres, symboles, règles, mesures, traceurs
<b>Accessoires et matériels divers</b>	Agrafeuses, perceuses, attaches, pots à crayons, chevalets, tapis de souris, repose-pieds, corbeilles ...

Les produits de marque sont beaucoup plus chers que les produits de distributeurs (MDD), néanmoins ces produits nécessitent d'être testés afin de vérifier leur qualité parfois aléatoire.

Les économies générées par ce changement de produits à la marque vers les marques de distributeurs peuvent s'élever de 15 à 35%.

## INDICATEUR MARCHÉ

Compte tenu de la multiplicité des produits, il n'existe pas d'indice propre à cette famille.

Cependant, les fournitures de bureau sont très impactées sur le prix du pétrole car la majorité des produits sont en plastique. Il est donc possible de se référer au cours du pétrole pour savoir si le marché est à la hausse ou à la baisse.

## PRIX PRATIQUÉS SUR LE MARCHÉ

Le tableau ci-dessus reprend les références les plus consommées au sein de l'Institution – prix en € HT.

## Prix relevés en juillet 2013

Top 10 des fournitures	Prix centrale d'achat			Prix marché		
	marque	MDD	vert	marque	MDD	vert
Boite archives dos 10 cm - prix lot de 50	-	23,51	-	62,50	38,57	-
Bloc de bureau quadrillé 5x5 A4 - prix HT unité	2,20	0,87	4,64	2,55	1,39	
Stylo bille BIC (grand classique) - prix HT unité	-	-	0,14	-	-	0.19
Chemise dossier 180 gr - prix HT lot de 100	-	-	4,80	7,89	-	7,89
Chemise élastique 3 rabats - prix HT unité	0,70	0,42	0,50	0,89	0,82	-
Sous-chemise 60 gr - prix HT lot de 250	-	3,82	-	7,35	5,89	-
Ruban adhésif invisible - prix unité	1,59	0,29	-	1,69	1,50	-
Gomme - prix HT unité	0,78	0,33	-	0,89	0,29	-
Pochette coin - prix HT lot de 100	17,08	2,53	-	19,75	31,95	65

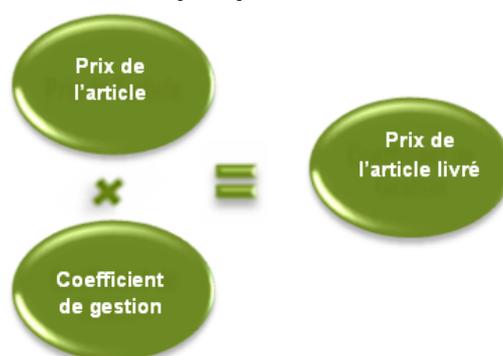
Marque : Produit à la marque

MDD : Marque de distributeur

Vert : Produit vert

## DÉCOMPOSITION DU COÛT

Si les fournitures de bureau sont achetées auprès d'un fournisseur, le prix de l'article livré est la résultante du prix de l'article multiplié par le coefficient de gestion.



Coefficient de gestion = 1 à 3% (coefficient à appliquer : 1,01 à 1,03)

Stockage + transport + prestations complémentaires (reporting, commandes en ligne, ...) + marge

du fournisseur.

Seuls les cataloguistes avec représentants permettent la livraison à l'étage et des prestations complémentaires. Cette pratique est la plus répandue.

## LEVIERS D'OPTIMISATION ET BONNES PRATIQUES ACHATS

**Il existe différents leviers d'optimisation associés à différentes bonnes pratiques achats.**

Ces leviers sont à actionner à des moments spécifiques du processus achat.

### LA STRATÉGIE ACHAT

En fonction des quantités et de la politique achat de l'organisme, les acheteurs peuvent utiliser les procédures suivantes : appel d'offres ouvert, appel d'offres restreint, MAPA pour passer soit un marché à commande unique, soit un marché à bons de commande.

La mise en place d'un catalogue restreint permet de limiter le nombre de référence.

Le regroupement entre organisme permet quant à lui de diminuer les coûts de gestion liés à la procédure de marché et de concentrer les volumes pour bénéficier d'un levier de négociation plus important.

### LE PROCESSUS ACHAT



### LEVIERS ET BONNES PRATIQUES

Les leviers d'optimisation sont les suivants :

Visibilité des consommations	Mutualisation	Rationalisation	Enchères inversées	Négociation structurée	Identification de consommateurs tests	Suivi du contrat
<p>Identifier les consommations pour réaliser un cahier des charges adapté aux besoins.</p> <p>Réaliser des grilles de cotations avec les références les plus utilisés.</p> <p>Faire une étude qualité pour cadrer les délais, les livraisons, la fréquence et le détail du reporting.</p>	<p>Impliquer les consommateurs les plus importants.</p> <p>Et les inviter à des séances de tests. Cela permet d'augmenter leur adhésion face aux nouveaux produits et au (x) nouveau (x) fournisseur (s).</p>	<p>Bâtir un catalogue restreint en rationalisant le panel des références en se basant sur les besoins réels.</p> <p>Rationaliser et concentrer les volumes sur un seul fournisseur permet d'optimiser et de simplifier la gestion d'une famille et de négocier des tarifs.</p>	<p>Cette famille est cataloguable donc idéale pour une négociation en enchères inversées.</p> <p>Il est essentiel de choisir des lots qui seront établis par famille de produits.</p> <p>Exemples de lots :</p> <p>1) les façonnés : enveloppes, cahiers</p> <p>2) l'écriture : stylos, porte-mines...</p>	<p>Il existe 4 niveaux de négociation :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- négociation tarifaire,</li> <li>- négociation sur la qualité du service,</li> <li>- négociation des outils de suivi,</li> <li>- négociation de remises.</li> </ul>	<p>Il est recommandé d'élaborer un plan de communication interne sur les fonctions du catalogue restreint et sur les différents canaux d'achat.</p>	<p>Il est essentiel de suivre régulièrement les niveaux de consommation.</p> <p>Ce suivi peut être assuré par le fournisseur qui possède des outils permettant d'obtenir des statistiques de consommation (notamment par ceux qui disposent des commandes en ligne).</p>

## Focus sur la négociation

### **La négociation tarifaire se décompose en deux temps :**

- négociation de prix fixes pour les produits les plus consommés et mise en place d'un catalogue restreint,
- négociation d'une remise globale sur tous les produits hors catalogue restreint.

### **La négociation sur la qualité du service peut porter sur les délais, les conditions de livraison, le taux de service, la politique des prix... :**

Pour chaque thématique, il est important d'identifier le(s) indicateur(s) permettant de suivre le niveau de la prestation et les pénalités à appliquer en cas de non respect. Par exemple : si non respect du délai contractuel de livraison, une pénalité est appliquée pour chaque demi-journée de retard.

### **Le suivi et le reporting sont deux points à aborder dès la négociation :**

Il s'agit de s'assurer du bon suivi des consommations et des habitudes de consommateurs. En effet, ce suivi permet d'ajuster les produits et d'améliorer le catalogue restreint en ôtant les

produits non ou très peu utilisés.

### La négociation de remises peut permettre d'obtenir une remise :

Elle peut permettre d'obtenir une remise sur le volume des commandes, un escompte pour paiement anticipé, une remise sur les commandes en ligne, une remise de fin d'année (RFA) sur le montant.

### FORMULE DE RÉVISION MARCHÉ

Il n'existe pas formule de révision de prix. Il s'agit d'un ajustement des prix.

Pour que de nouveaux tarifs puissent s'appliquer, le titulaire est tenu d'adresser à l'entité juridique plusieurs mois (4 à 6) avant l'échéance du marché un nouveau bordereau de prix unitaire et un nouveau catalogue par lettre recommandée avec accusé de réception. Si l'entité juridique n'accepte pas les nouveaux tarifs, elle se réserve le droit de ne pas reconduire le marché sans que le titulaire puisse prétendre à des indemnités.

### ACHAT RESPONSABLE

L'achat de fournitures de bureau est indissociable d'un enjeu écologique, souvent assimilé à du consommable et du jetable. De nombreuses entreprises mettent en place des bonnes pratiques pour optimiser la consommation et minimiser l'impact écologique.

### EXEMPLES D'ACTIONS

#### Volet environnemental

<b>Traçabilité des produits</b>	Identifier les différentes sources d'approvisionnement du fournisseur. Vérifier que les fabricants choisis par le fournisseur respectent les normes environnementales dans les phases de fabrication et de transformation.
<b>Identification des produits « éco-responsables »</b>	S'assurer que les substances et les composants des fournitures sont non toxiques. Par exemple : colle à base d'eau, vernis et encre à base d'eau, cartouches d'encre ayant un éco-label. Consommer « vert » : en plus de protéger l'environnement, cette piste engendre également des économies : certains produits recyclés, rechargeables et réutilisables présentent un excellent rapport qualité prix.
<b>Durée de vie des produits</b>	Privilégier les produits ayant une longue durée de vie : résistants ou rechargeables. S'assurer de la fin de vie des produits : tri et collecte des produits. Identifier la filière de retraitement des produits.
<b>Limitation des déchets</b>	Réduire les emballages et suremballages des produits. Trouver des alternatives à la consommation : produits multi-usages, produits réutilisables, produits rechargeables et recyclables, archivage électronique, ...
<b>Processus d'achat « responsable »</b>	Identifier les actions mises en place par le fournisseur pour réduire les émissions de CO2 et les consommations de carburant relatives à ce poste : optimisation des tournées, camions remplis, cartons et emballages optimisés, formation éco-conduite. Optimiser le poste logistique en regroupant les commandes.

### Volet social

<b>Préservation de la santé du personnel</b>	Vérifier si le fournisseur utilise les produits les moins dangereux possibles lors des différentes phases de production.  Vérifier si les composants ne sont pas nocifs.
<b>Politique en matière de RH</b>	Vérifier si le fournisseur a mis en place une politique en matière de Ressources Humaines incluant des principes et procédures.  concernant : l'égalité des chances, l'insertion des handicapés, la non discrimination, la formation, la liberté d'association.  Vérifier si le fournisseur a mis en place un code éthique interne et professionnel.



#### **Sensibiliser les salariés de l'organisme : préparer une communication présentant les bons réflexes environnementaux relatifs à la consommation de fournitures de bureau.**

Rappel : documents relatifs au Développement durable publiés au sein de l'Institution

- *espace Développement durable de l'Institution*<sup>[p.12]</sup>
- *accès direct Plan Cadre*<sup>[p.12]</sup>

## CERTIFICATIONS, LABELS ET NORMES

Il existe différents certifications, labels et normes relatifs aux fournitures de bureau :

Nom (label ou certification)	Logo	Descriptif
<b>Ecolabel Européen</b>		Les écolabels distinguent des produits et des services plus respectueux de l'environnement. Leurs critères garantissent l'aptitude à l'usage des produits et services et une réduction de leurs impacts environnementaux.
<b>Norme NF 391</b>		Produits concernés : cahiers, blocs, couvertures, carnets, agendas, intercalaires...  Cette norme apposée sur les produits garantit : <ul style="list-style-type: none"> <li>- le respect de la marque NF Cahiers pour son aptitude à l'usage,</li> <li>- la réduction de la consommation d'énergie et des émissions dans l'air et l'eau, lors de la fabrication des cahiers, carnets, blocs, couvertures, intercalaires,</li> <li>- la réduction des substances dangereuses utilisées pour les encres, les colles et les agents de nettoyage ainsi que les solutions de mouillage lors de l'impression,</li> <li>- l'amélioration de la gestion de l'environnement (gestion des déchets, des effluents, formation du personnel...)</li> </ul> Exemple : <i>Caractéristiques de la marque NF 391</i> <sup>[p.12]</sup> pour les cahiers

<p><b>Norme</b> <b>NF 400</b></p>	<p>Produits concernés : stylos, surligneurs, feutres, crayons graphite, crayons de couleurs, gommés, porte-mines, stylos plume, marqueurs.</p> <p>Cette norme apposée sur les instruments d'écriture garantit la certification des caractéristiques suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- résistance des instruments d'écriture à la chute,</li> <li>- longueur d'écriture et contenance,</li> <li>- résistance au séchage,</li> <li>- lavabilité,</li> <li>- débit des marqueurs et surligneurs,</li> <li>- taillabilité,</li> <li>- limitation des préparations dangereuses pour les encres,</li> <li>- limitation des substances dangereuses pour les encres,</li> <li>- limitation de métaux lourds dans les encres,</li> <li>- absence de COV dans les encres,</li> <li>- limitation des quantités de matière première / mètre d'écriture,</li> <li>- interdiction ou limitation de certains phtalates dans les instruments d'écriture et dans les gommés,</li> <li>- mise à disposition de recharges,</li> <li>- traitement de surface,</li> <li>- matière première pour les crayons en bois,</li> <li>- matières premières gommés,</li> <li>- parfums dans les gommés.</li> </ul> <p>Exemple : <i>Caractéristiques de la marque NF 400</i> <sup>[p.12]</sup> pour les instruments d'écritures</p>
---------------------------------------	---



### Focus sur les produits verts

Un certain nombre de fabricants ou de distributeurs (via les MDD) peuvent proposer des produits dits « verts ».

Les terminologies suivantes sont utilisées : vert, écologique ou recyclé.

L'aspect écologique du produit peut être vérifié à travers un simple déclaratif du prestataire ou la présence d'un label ou norme sur le produit.

## OUTILS, LIENS PRATIQUES

Les COV<sup>[p.12]</sup> (composés organiques volatiles)

Site d'informations du syndicat professionnel de la fourniture de bureau<sup>[p.12]</sup>

Site d'aide à l'achat éco-responsable pour les fournitures de bureau autre que papier<sup>[p.12]</sup>

Circulaire du 3 décembre 2008 et développement durable<sup>[p.12]</sup>

## LEXIQUE

>> **Marques de distributeurs (MDD)** : les marques de distributeur (aussi appelées marques propres ou marques de distribution) sont les produits commercialisés sous le logo du distributeur. Les fournitures vendues sous la marque du distributeur sont des produits dont les caractéristiques ont été définies par le distributeur lui-même.

>> **Produit à la marque** : les fournitures à la marque sont les produits vendus par les grands fabricants aux différents distributeurs.

Exemple : Clairefontaine, Exacompta, Bic, Oxford, Staedler, Stabilo, Pilot ...

>> **COV** : les composés organiques volatils (COV) sont des substances formées d'au moins un atome de carbone et un d'hydrogène. On les trouve à l'état gazeux dans l'atmosphère. Plusieurs de ces composés participent aux réactions photochimiques responsables de la formation de l'ozone troposphérique. D'autres, tels que le benzène et le formaldéhyde, sont aussi considérés comme toxiques et peuvent avoir un impact sur la santé de la population.

>> **Les phtalates** : ils sont couramment utilisés comme plastifiant des matières plastiques, en particulier du PVC, pour former par exemple des plastisols.

## WEBOGRAPHIE

<http://www.economie.gouv.fr/daj/guide-fournitures-bureau> : <http://www.economie.gouv.fr/daj/guide-fournitures-bureau>

espace Développement durable de l'Institution : <http://extranet.ucanss.fr/portail/portal/default/PDeveloppementDurableNC>

accès direct Plan Cadre : [http://extranet.ucanss.fr/contenu/public/EspaceDeveloppementDurable/developpement\\_durable\\_securite\\_sociale/6\\_responsabilites\\_plan\\_cadre/00\\_preambule.html](http://extranet.ucanss.fr/contenu/public/EspaceDeveloppementDurable/developpement_durable_securite_sociale/6_responsabilites_plan_cadre/00_preambule.html)

Caractéristiques de la marque NF 391 : <http://www.marque-nf.com/appli.asp?NumAppli=NF391&lang=French>

Caractéristiques de la marque NF 400 : <http://www.marque-nf.com/appli.asp?NumAppli=NF400&Lang=French>

Les COV : <http://www2.ademe.fr/servlet/doc?id=26639>

Site d'informations du syndicat professionnel de la fourniture de bureau : [http://www.fourniture-bureaux.com/actu/syndicat-professionnel-de-la-fournitures-de-bureau.html](http://www.fourniture-bureaux.com/actu/syndicat-professionnel-de-la-fournitures-de-bureau.html%22%3Ehttp://www.fourniture-bureaux.com/actu/syndicat-professionnel-de-la-fournitures-de-bureau.html)

Site d'aide à l'achat éco-responsable pour les fournitures de bureau autre que papier : <http://www.ecoresponsabilite.environnement.gouv.fr/fiches.php?act=1&id=2>

Circulaire du 3 décembre 2008 et développement durable : <http://www.marche-public.fr/circ-developpement-durable/Fournitures-bureau-PRMX0900026C.htm>