

LE SOURCING DANS LES MARCHÉS PUBLICS DE A À Z

Mettre en place une démarche de sourcing

1 JOUR, 7 HEURES

MARCHÉS PUBLICS ET
PRIVÉS

CODE : APA13

Objectifs de la formation

Comprendre les enjeux du sourcing

Définir les objectifs recherchés par le sourcing

Découvrir le marketing achat

Mener à bien une étude de marché

Méthodologie, organisation et compétences

Parmi nos formateurs

■ PLUTON-DENNY Christelle

Experte en développement des compétences Achats et Marchés Publics,
CEC AUDIT & CONSEIL

■ ROBERT Katherine

Consultante - Formatrice,
CMP

■ BEDHIAF Sarah

Adjointe à la cheffe du département ministériel des achats,

Public concernés

- Cette formation s'adresse aux acheteurs et tous les agents en charge des marchés publics souhaitant mettre en place une démarche de sourcing

Critères d'admission

- Cette formation entre dans le champ d'application des dispositions relatives à la formation professionnelle continue car considérée comme une action d'adaptation et de développement des compétences des salariés.

Prérequis

- Connaissance générale des achats publics

Tarifs

- Promotion d'été -10% : Sessions en virtuel : 805,50 €HT
- Promotion d'été -10% : Sessions en présentiel ou e-learning : 864,00 €HT
- Tarif Session en classe virtuelle : 895,00 €HT
- Tarif Session en présentiel : 960,00 €HT

Le code de la commande publique définit, à l'article R.2111-1, la pratique du sourcing comme une

possibilité pour l'acheteur d'effectuer des consultations, réaliser des études de marché, solliciter et informer les opérateurs économiques de son futur projet et de ses exigences. Cela vise à obtenir des réponses en meilleure adéquation avec les besoins de l'acheteur public et ainsi limiter le risque d'offres infructueuses.

Dans cette formation, vous découvrirez avec notre expert comment mettre en place le sourcing de façon efficiente.

Comprendre les enjeux du sourcing

- Consécration du sourcing (par la jurisprudence et les textes)
 - La nécessité d'une évaluation du besoin
 - Quels sont les objectifs de l'acheteur ?
 - Quelles sont les difficultés qui peuvent être rencontrées ?
-

Qu'est-ce que le marketing achat ?

- La place du marketing achat dans le processus achat
 - La différence entre étude de marché et sourcing
 - Qu'est-ce que le « process sourcing »
 - Le marketing achat, le benchmark, la veille
-

Connaître son besoin : contraintes et enjeux

- Analyser le portefeuille achats, segmenter ses achats
 - Des outils pour aider l'acheteur : la méthode Pareto
 - La matrice de Kraljic
 - Comprendre et exploiter les résultats de la matrice
 - Les contraintes et les enjeux internes
 - Les enjeux externes
-

CAS PRATIQUE Etude de cas

- Stratégie : exploiter et présenter le sourcing réalisé
 - Mettre en place une grille d'analyse des possibilités des fournisseurs en termes de développement durable
-

Pourquoi faire du marketing achat ?

- La mise en place d'une politique d'achats
 - Les possibilités de gains à chaque stade de la procédure
 - L'optimisation économique du besoin
 - Les risques en cas d'absence de marketing achat
 - Rendre son achat plus performant
-

Identifier les points de vigilance

- Quelles sont les limites à ne pas franchir ?

- Les manquements constatés, les risques juridiques
- Sur-qualité et/ou sous-qualité

Marketing achat : comment faire ?

- Les principes de la communication avec le fournisseur
- Travailler sur la durée des contrats
- Comment collecter l'information nécessaire
- Le sourcing d'entreprises innovantes
- L'e-sourcing
- Le business speed dating
- Les outils de veille ?
- Autres outils : la demande d'information (DI ou RFI)
- La réunion d'information

CAS PRATIQUE Bâtir une grille d'analyse du marché fournisseurs

Dates

Classe virtuelle	Paris
19/09/2025	19/09/2025
07/11/2025	07/11/2025

Modalités pédagogiques, d'évaluation et techniques

■ Modalités pédagogiques:

Pour les formations synchrones-présentiel ou classes virtuelles (formations à distance, en direct), les stages sont limités, dans la mesure du possible, à une douzaine de participants, et cherchent à respecter un équilibre entre théorie et pratique. Chaque fois que cela est possible et pertinent, des études de cas, des mises en pratique ou en situation, des exercices sont proposées aux stagiaires, permettant ainsi de valider les acquis au cours de la formation. Les stagiaires peuvent interagir avec le formateur ou les autres participants tout au long de la formation, y compris sur les classes virtuelles durant lesquelles le formateur, comme en présentiel peut distribuer des documents tout au long de la formation via la plateforme. Un questionnaire préalable dit 'questionnaire pédagogique' est envoyé aux participants pour recueillir leurs besoins et attentes spécifiques. Il est transmis aux intervenant(e)s avant la formation, leur permettant de s'adapter aux publics. Pour les formations en E-learning (formations à distance, asynchrones), le stagiaire peut suivre la formation à son rythme, quand il le souhaite. L'expérience alterne des vidéos de contenu et des activités pédagogiques de type quizz permettant de tester et de valider ses acquis tout au long du parcours. Des fiches mémos reprenant l'essentiel de la formation sont téléchargeables. La présence d'un forum de discussion permet un accompagnement pédagogique personnalisé. Un quizz de validation des acquis clôture chaque parcours. Enfin, le blended-learning est un parcours alternant présentiel, classes virtuelles et/ou e-learning.

■ Modalités d'évaluation:

Toute formation se clôture par une évaluation à chaud de la satisfaction du stagiaire sur le déroulement, l'organisation et les activités pédagogiques de la formation. Les intervenant(e)s évaluent également la session. La validation des acquis se fait en contrôle continu tout au long des parcours, via les exercices proposés. Sur certaines formations, une validation formelle des acquis peut se faire via un examen ou un QCM en fin de parcours. Une auto-évaluation des acquis pré et post formation est effectuée en ligne afin de permettre à chaque participant de mesurer sa progression à l'issue de la formation. Une évaluation à froid systématique sera effectuée à 6 mois et 12 mois pour s'assurer de l'ancrage des acquis et du transfert de compétences en situation professionnelle, soit par téléphone soit par questionnaire en ligne.

■ Modalités techniques FOAD:

Les parcours sont accessibles depuis un simple lien web, envoyé par Email aux stagiaires. L'accès au module de E-learning se fait via la plateforme 360Learning. La durée d'accès au module se déclenche à partir de la réception de l'invitation de connexion. L'accès aux classes virtuelles se fait via la plateforme Teams. Le(a) stagiaire reçoit une invitation en amont de la session lui permettant de se connecter via un lien. Pour une bonne utilisation des fonctionnalités multimédia, vous devez disposer d'un poste informatique équipé d'une carte son et d'un dispositif vous permettant d'écouter du son (enceintes ou casque). En ce qui concerne la classe virtuelle, d'un microphone (éventuellement intégré au casque audio ou à la webcam), et éventuellement d'une webcam qui permettra aux autres participants et au formateur de vous voir. En cas de difficulté technique, le(a) stagiaire pourra contacter la hotline au 01 70 72 25 81, entre 9h et 17h ou par mail au logistiqueformations@infopro-digital.com et la prise en compte de la demande se fera dans les 48h.

