

"Diffuser les BONNES PRATIQUES"

GRUPER LES ACHATS POUR OBTENIR de meilleures conditions de prix et de services, c'est la mission d'Apogées depuis 35 ans. Mais cette association veut aussi participer à l'innovation sociale. Les explications de Denis Bodart, président.

✍ Par Lionel Favrot

Denis Bodart, président d'Apogées



© ERIC SODAN / ALPACA

Comment s'est construit Apogées?

Denis Bodart: Ce sont des directeurs d'établissements médico-sociaux, prenant en charge la petite enfance ou des personnes handicapées, qui ont souhaité, en 1984, se rassembler pour optimiser leurs achats. Avec le soutien de l'URIOPS(*). Au début des années 2000, Apogées comptait 300 adhérents en Rhône-Alpes et on a décidé de se développer.

Quelle a été la stratégie pour ce développement?

On a tout d'abord visé le nord de la France en créant l'AMMA, l'Association pour la maîtrise et la mutualisation des achats, puis on est allé dans d'autres régions, toujours en s'adressant aux structures accompagnant un public fragile et vulnérable. On leur a proposé ce référencement et différents services, ce qui nous a permis d'atteindre aujourd'hui 5 700 adhérents en France avec un budget de 4 millions d'euros et 50 salariés.

Pourquoi cette accélération vous a-t-elle paru nécessaire?

Parce qu'on devait augmenter les économies d'échelle et étoffer notre équipe pour faire face à la concurrence des centrales d'achats. Apparaissant on fonctionnait essentiellement avec des bénévoles et un demi-poste de secrétaire. On a donc mis en œuvre cette stratégie avec Jean-Baptiste Oudin, le directeur général. Il y a assez peu de structures comparables à Apogées en France, juste une autre association nationale et des associations locales.

Mais en quoi vous relevez de l'Économie sociale et solidaire? Qu'est-ce qui vous distingue des autres centrales d'achat?

On ne s'est jamais présenté comme une simple centrale de référencement mais comme un réseau de mutualisation auprès de structures qui relèvent de l'Économie sociale et solidaire. Ce sont toujours les besoins exprimés par nos adhérents lors de l'assemblée générale d'Apogées qui sont ensuite mis en œuvre.

Il y a un vrai projet associatif et les dirigeants d'Apogées sont toujours bénévoles. On ne vit que de nos cotisations et de nos services, sans subventions. On évolue dans un milieu concurrentiel tout en respectant certaines règles en termes de performance sociale, environnementale et économique. Apogées, c'est ce qu'on appelle de l'entrepreneuriat social.

Quels services proposez-vous?

Tout ce qui est lié à l'hôtellerie, la restauration, la sécurité et la maintenance des bâtiments mais aussi la flotte automobile. Il y a 4 ans, on a aussi créé Aphilia, une société coopérative de conseils.

A combien s'élève le gain pour vos adhérents par rapport à des achats qu'ils effectueraient seuls, sans passer par le référencement d'Apogées?

20 à 25 %.

Vos projets pour l'avenir d'Apogée?

On souhaite étoffer notre offre actuelle mais aussi élargir aux systèmes de gestion d'information et de ressources humaines. Exemple: l'assistance à la mise en place et à la maîtrise d'une offre restauration dans un institut médico-éducatif. On peut amener des conseils pour la sécurité sur tous ses aspects, incendie ou alimentaire, mais aussi une aide technique. L'aspect réglementaire exige de plus en plus d'expertise et se traduit par des investissements importants. On a un rôle à jouer en amont et dans la réalisation.

Est-ce qu'Apogées privilégie les structures de l'Économie sociale et solidaire comme fournisseurs?

Oui, dans nos référencements, on privilégie les ESAI, et au

maximum, les produits locaux pour orienter nos adhérents mais ceux-ci restent libres de leurs achats. Nous, on n'achète rien, on obtient de meilleures conditions d'achat en mutualisant leurs besoins. Les plus gros achats concernent des produits alimentaires pour des cuisines automatisées qui ensuite, réalisent sur place leurs plats. Mais on peut aussi faire du sur-mesure.

Achetez-vous bio?

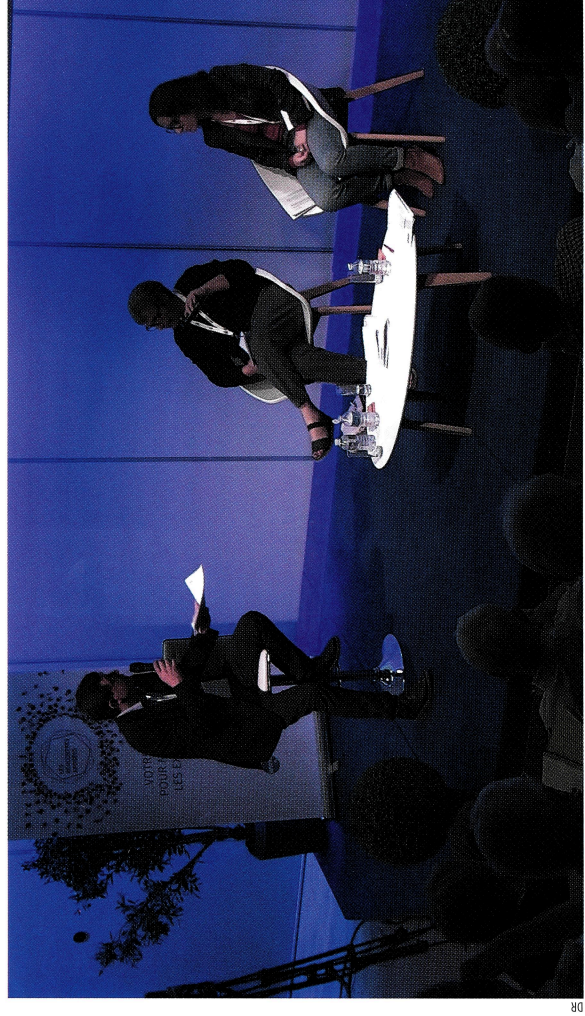
Nos adhérents recherchent de plus en plus des produits qualitatifs et durables originaires de leur région et pour le bio, ils ont aussi une préférence pour le bio français. On veille donc à référencer des fournisseurs qui peuvent garantir l'origine de leurs produits par des certifications officielles et contrôlées. Nos adhérents se situent dans les exigences de la loi EGalim de 2018 pour l'équilibre des relations commerciales dans le secteur agricole et une alimentation saine et durable.

Jouez-vous un autre rôle que le référencement et le conseil?

Oui, on essaye d'animer les échanges entre nos adhérents pour qu'ils partagent et diffusent les bonnes pratiques. Au-delà de l'appui technique, qui reste essentiel, on a toujours à cœur de participer à l'innovation sociale. C'est au fond la mission initiale d'apogée. C'est aussi pour cela qu'on a organisé les premières rencontres Apogées en septembre 2019 qui ont attiré 150 personnes, dont une majorité d'adhérents. Notre objectif, c'est vraiment d'être utile pour continuer à la pérennité de l'accueil de ces publics, en majorité assurés par des structures privées, associations ou mutuelles. ■

(*) URIOPSS: Union régionale interfédérale des œuvres et organismes privés non lucratifs sanitaires et sociaux

"On évolue dans un milieu concurrentiel tout en respectant certains règles en terme de performances sociale, environnementale et économique"



Conférence des 1^{ers} rencontres d'Apogées avec Laure Chareyre, directrice de l'URIOPSS Auvergne-Rhône-Alpes et Pauline Petot, directrice de la CRESS