



BUY.O GROUP

**Empower your**  
Business Relationships

amue  
conférence

## Les journées de l'achat 2013

Panorama de la fonction achats

Paris, le 14 janvier 2013

**Marc Debets**, Président  
**Matthieu Magné**, Directeur associé



Sommaire

## **1. Présentation de Buy.O Group**

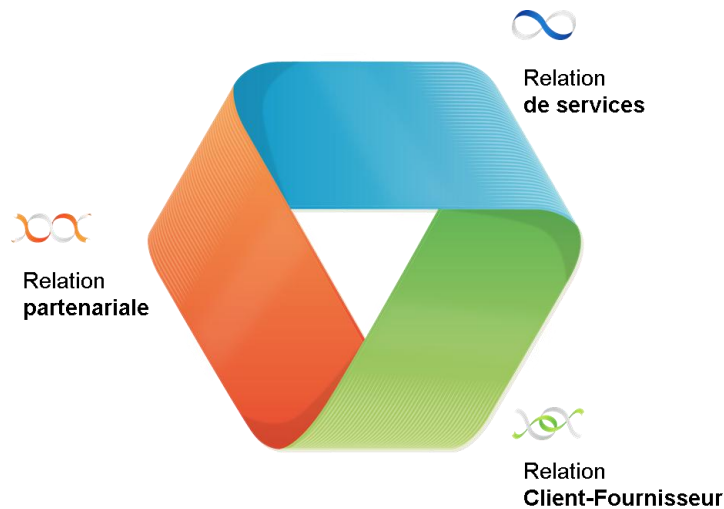
### **2. Panorama de la fonction achat**

### **3. Vision des directions générales**

**Buy.O est un groupe international de conseil en stratégie et management, spécialisé dans la création de valeur par l'externe**

UN REGARD DIFFÉRENT SUR VOTRE ENVIRONNEMENT ECONOMIQUE

Aujourd'hui, **repenser vos relations** et **construire un écosystème pérenne** sont de véritables leviers pour **développer votre performance et votre compétitivité**.

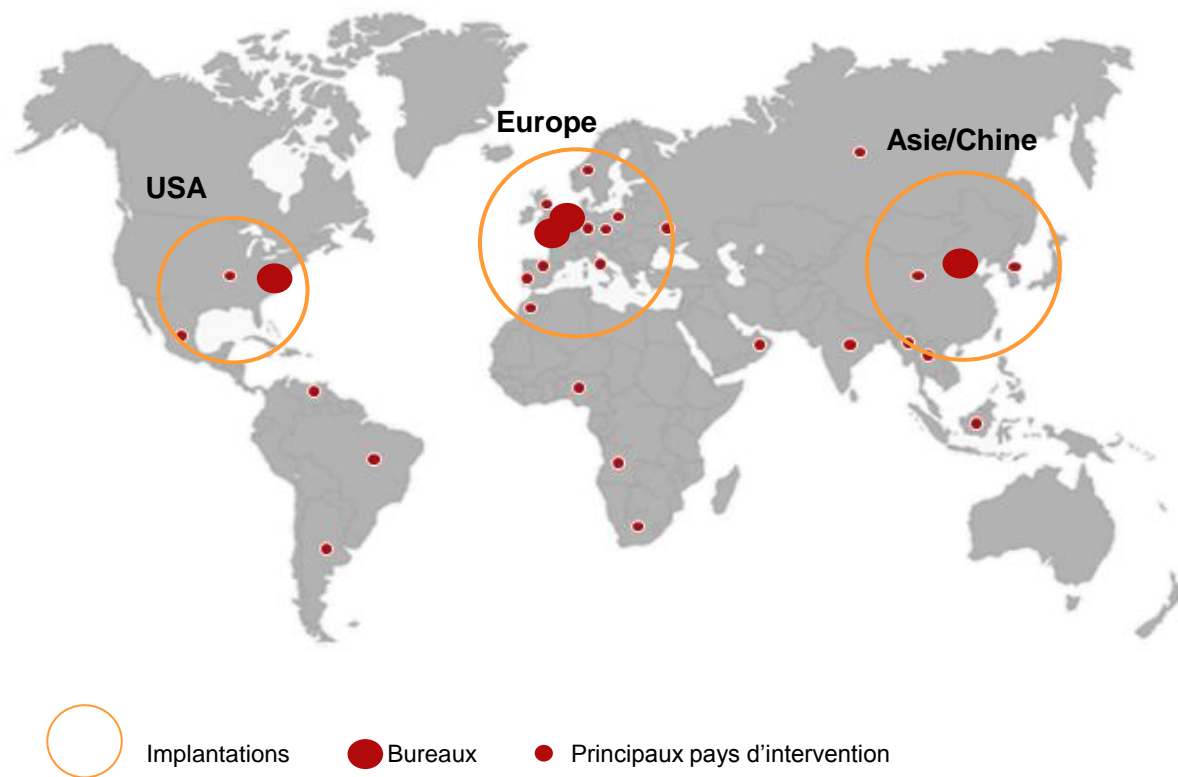


- **Quelle stratégie adopter** pour adresser vos challenges ?
- **Avec quel(s) acteur(s) collaborer ?**  
**Quelle(s) relation(s) renforcer et/ou développer ?**
- **Comment améliorer votre organisation**  
**pour une meilleure interaction** avec votre environnement ?

Via nos différentes implantations et un solide réseau de partenaires nous sommes en mesure de vous accompagner à l'échelle internationale

### UNE CAPACITÉ D'ACCOMPAGNEMENT GLOBAL

- Une présence sur **3 continents**. Europe, Amérique, Asie
- Des **interventions** dans plus de **40 pays**
- Une équipe de **85 consultants**
- Un **écosystème riche**
  - Universités et chercheurs
  - Think Tank
  - Experts
- Des **publications / travaux de recherche**



## Nos clients, directions générales et opérationnelles, valorisent nos expériences multisectorielles

DES CLIENTS D'HORIZONS VARIES - Abstract de nos références

<p><b>INDUSTRIES</b></p>	
<p><b>SECTEUR PUBLIC</b></p>	
<p><b>BIENS DE CONSOMMATION</b></p>	
<p><b>SERVICES</b></p>	

Sommaire

**1. Présentation de Buy.O Group**

**2. Panorama de la fonction achat**

**3. Vision des directions générales**

# La fonction achat est une fonction clé au sein des organisations publiques ou privées

- **Les entreprises et organisations doivent faire face à plusieurs enjeux :**
  - **Améliorer leur rentabilité / efficacité économique**
  - **Développer leurs offres et capacités (production / services)**
  - **Acquérir des sources de développement durables**
  
- **La contribution des ressources externes (fournisseurs / partenaires) à ces enjeux est clé tant pour les entreprises privées que pour les organisations publiques.**
  
- **Les entreprises doivent organiser leurs achats pour acheter mieux, moins et moins cher :**

# Une performance mesurée à l'aune de 4 paramètres

La performance de la fonction achat se mesure à l'aune de 4 paramètres clés :

- Le périmètre : masse de dépenses de biens, services ou travaux pour lesquelles la fonction achat assure le pilotage et/ou la coordination
- Les gains / bénéfiques : gains financiers et opérationnels apportés par l'action de la fonction achat
- Le taux d'application : niveau de conformité des biens, services ou travaux livrés et payés par rapport aux conditions préalablement définies par la fonction achat
- Le coût de la fonction : ensemble des coûts internes et externes liés à la fonction achat

### PERFORMANCE DE LA FONCTION ACHATS =

$$\text{PÉRIMÈTRE} \times \text{GAINS} \times \text{TAUX D'APPLICATION} - \text{COÛT DE LA FONCTION}$$

Afin de développer la performance de sa fonction achat chaque organisation doit identifier les actions clés à mettre en œuvre :

- Développer le périmètre des dépenses,
- Développer les gains apportés et améliorer par ailleurs l'évaluation des bénéfiques,
- Renforcer le pilotage des fournisseurs
- Optimiser les coûts internes



### Le processus achat

➔ 4 macro processus à mettre en oeuvre

#### ANTICIPER ET PLANIFIER

##### Définir les enjeux achats de l'entreprise

- Politique Achat – Plan d'actions à moyen et long termes

##### Définir la stratégie achat adaptée à chaque famille de dépense

- Stratégies achats par famille à court et moyen termes

##### Identifier les achats des directions métiers

- Définir le plan achat annuel

#### CONSULTER

##### Définir la stratégie liée à une opération achat

- Formaliser la stratégie achats liée à une opération

##### Formaliser les besoins

- Formaliser l'ensemble des éléments liés à une opération d'achat (consultation)

##### Consulter les entreprises, sélectionner le fournisseur

- Conduire les procédures de passation

#### PASSATION

#### APPROVISIONNER

##### Engagement interne

- Valider le projet / l'engagement de dépense interne

##### Engagement externe

- Notifier le contrat ou la commande au Titulaire

##### Exécution

- Réceptionner la fourniture des biens ou services

#### PILOTER

##### Suivre le contrat / le projet

- Piloter le suivi des contrats

##### Gérer les fournisseurs

- Assurer le pilotage et le suivi des fournisseurs

##### Suivre la performance achats

- Assurer le suivi de l'activité et de la performance de la fonction achats

### 8 leviers peuvent être activés par la fonction Achat

**1. Globalisation / Consolidation**

**2. Sourcing Etendu**

**3. Modèle de coûts / Gestion du TCO**

**4. Management Fournisseurs**

**5. Simplification Processus**

**6. Gestion de la demande / Consommation**

**7. Gestion des besoins / Spécifications**

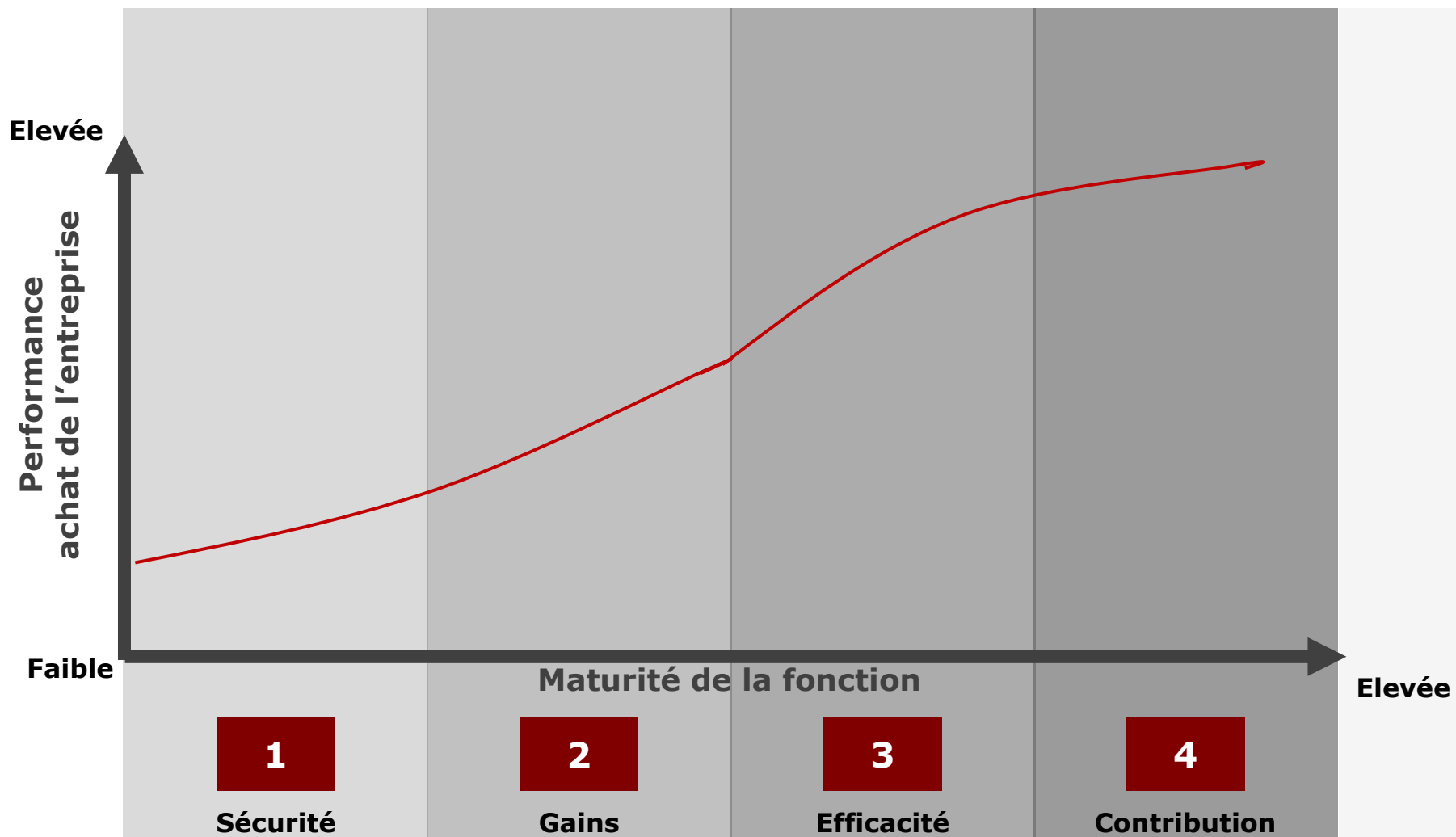
**8. Outsourcing / Insourcing**



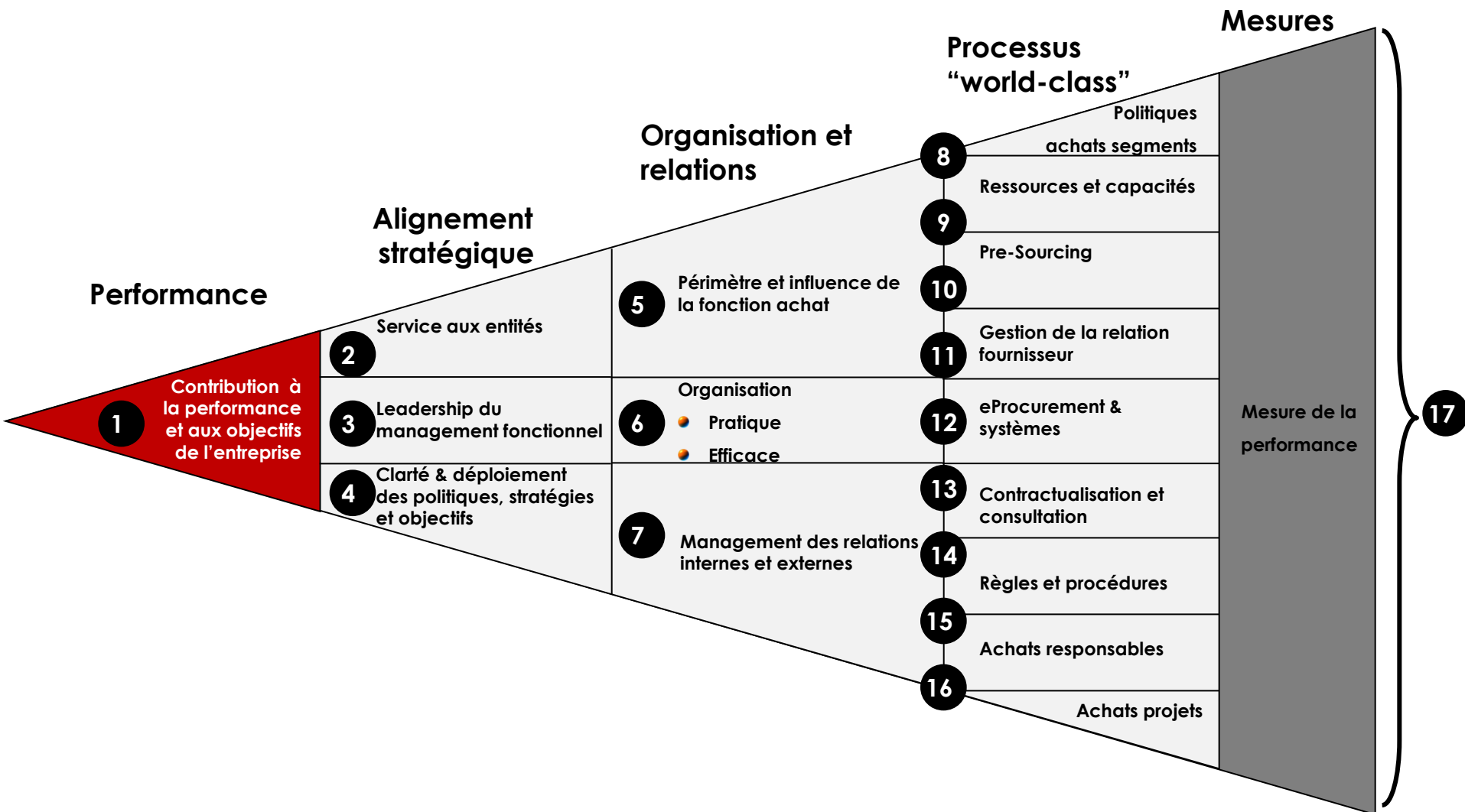
Impact sur l'organisation interne



## Une maturité en évolution



# 17 thèmes permettant l'amélioration du leadership et de la performance de la fonction achat



### 5 leviers de transformation

Pour développer / renforcer la maturité de la fonction achat et sa contribution à la performance de l'organisation, 5 leviers de transformation peuvent être utilisés :

**1. Organisation**

**2. Processus et méthodes**

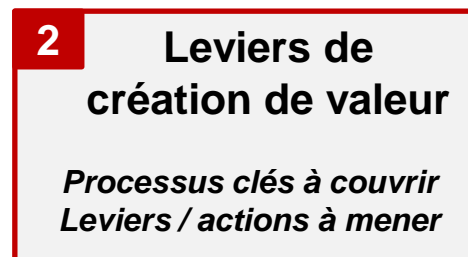
**3. Compétences**

**4. Systèmes d'information et outils**

**5. Mesure de la performance**

## Synthèse - Pour développer sa valeur ajoutée la fonction achat doit contribuer aux enjeux de l'organisation

**Éléments clés :**  
Prise en compte des objectifs stratégiques de l'organisation



**Éléments clés :**  
Prise en compte des 8 leviers achats –  
- Couverture des 4 processus clés  
- Implication des métiers



**Éléments clés :**  
- Sponsorship et implication visible du management



**Éléments clés :**  
- Actions opérationnelles -  
Implication de toutes les équipes (métiers et achats)

Sommaire

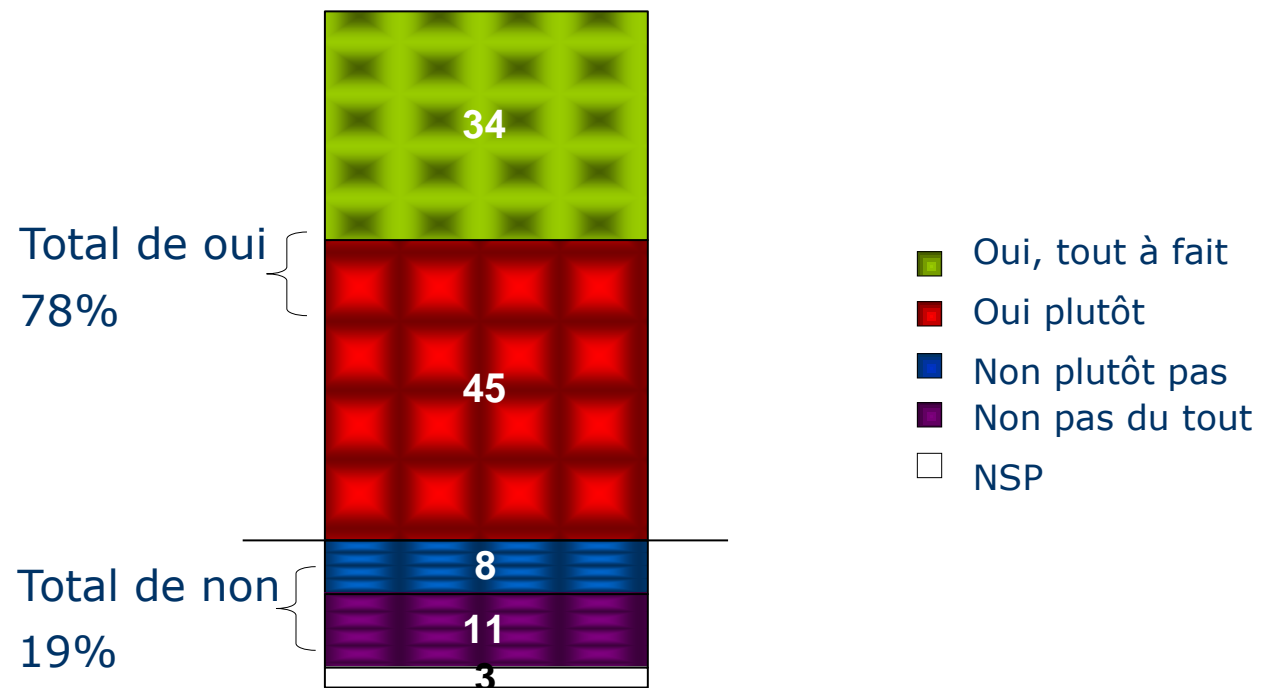
**1. Présentation de Buy.O Group**

**2. Panorama de la fonction achat**

**3. Vision des directions générales**

## La contribution des fournisseurs

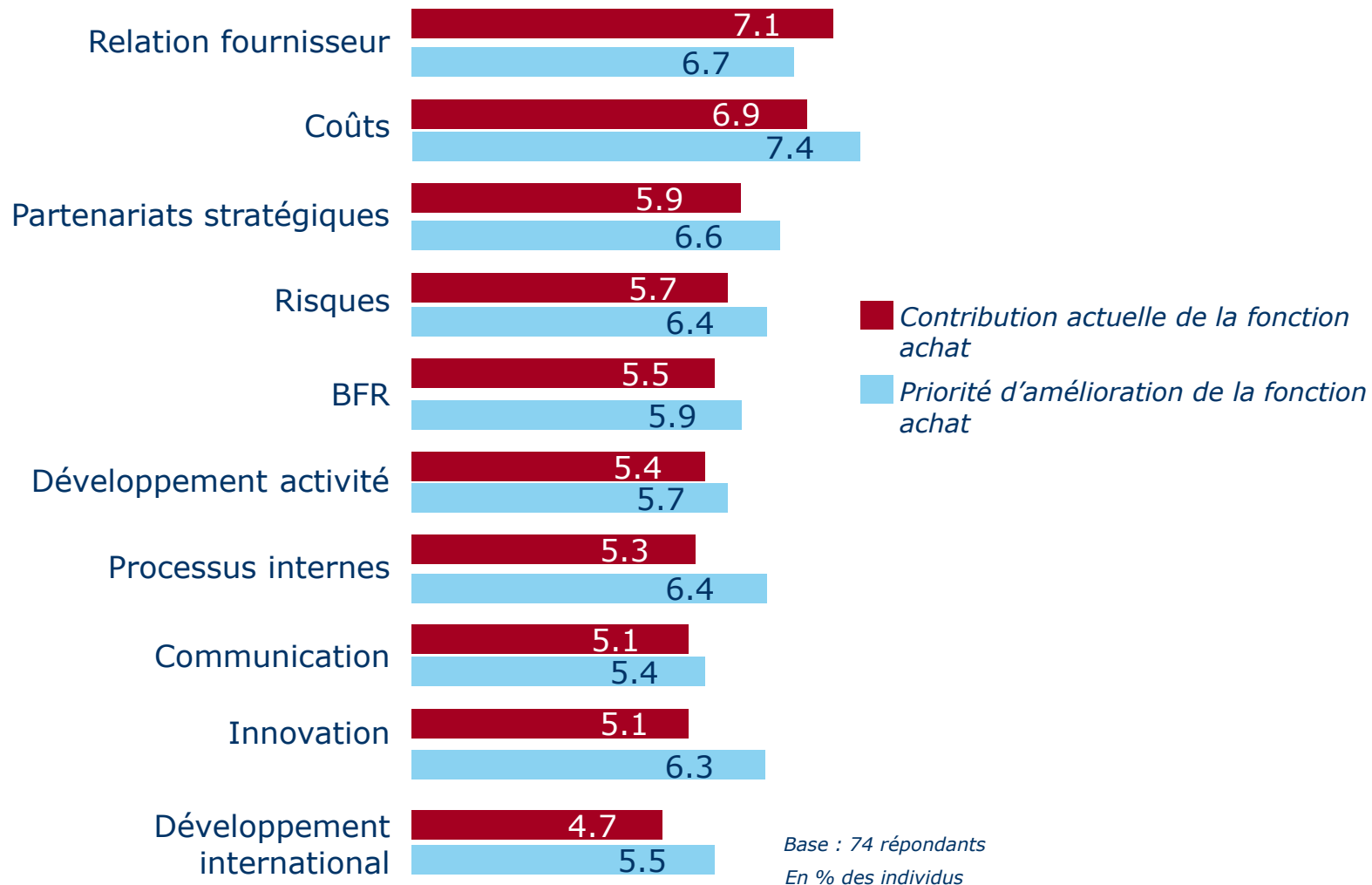
- ▶ Plus de 3 dirigeants sur 4 attendent une contribution de la part des fournisseurs dans la mise en œuvre de leur stratégie d'entreprise
- ▶ Les Directions Générales estiment que le nombre de leurs fournisseurs stratégiques est entre 10 et 20



Base : 74 répondants  
En % des individus



## L'innovation et les processus internes : axes d'amélioration majeurs de la fonction achat dans les années à venir





**BUY.O GROUP**

**Empower your  
Business Relationships**

**Buy.O Group**

5, avenue de l'Opéra, 75001

Paris - FRANCE

Tel : + 33 (0)1 49 24 99 67

Fax : + 33 (0)1 40 07 11 05

[contact@buyo-group.com](mailto:contact@buyo-group.com)

[www.buyo-group.com](http://www.buyo-group.com)

