



Français English

Accueil

Magazine

News

Annuaire CCI

Agenda

Partenaires

Annonces

Contact

Chercher :

THÈMES

- ▶ Chambres de commerce
- ▶ Formation
- ▶ Assurance
- ▶ Banque
- ▶ Ressources humaines
- ▶ Technologies
- ▶ Bourse
- ▶ Stratégies
- ▶ Responsabilité
- ▶ Services
- ▶ Gestion de fortune
- ▶ Expertise-comptable
- ▶ Poste clients
- ▶ Conseils
- ▶ Débats
- ▶ Voyages d'affaires
- ▶ International
- ▶ TIC
- ▶ BtoC
- ▶ Expatriation
- ▶ Industrie
- ▶ Externalisation
- ▶ Investir

Donneurs d'ordres et fournisseurs

4 mai 2010 à 15:12 |

Envoyer à un ami

Version imprimable

Des relations gagnant-gagnant

Plutôt que de se focaliser uniquement sur les coûts, les entreprises gagneraient à rechercher avec leurs partenaires de nouvelles voies de coopération dans un esprit gagnant-gagnant.

Avec des fournisseurs affaiblis par la crise, négocier des baisses supplémentaires de prix peut être un facteur de risque pour la sécurité des approvisionnements. D'où la nécessité pour les donneurs d'ordres d'explorer avec leurs partenaires de nouvelles voies dans leur stratégie d'achats. Comme la mutualisation des achats qui consiste à regrouper les commandes auprès d'un seul fournisseur afin de bénéficier d'un effet de volume. Les économies engendrées peuvent atteindre 20 % du prix initial, selon Guilhem Lavabre, partenaire en charge de la partie Achats au cabinet conseil Argon Consulting. Autre levier, jusqu'ici peu exploité, l'intégration des fournisseurs plus en amont de la chaîne de développement de nouveaux produits. Il y a 5 ou 10 ans, les industriels de l'automobile et du médical ont été les premiers à se rendre compte que la fonction achats était susceptible de créer de la valeur.

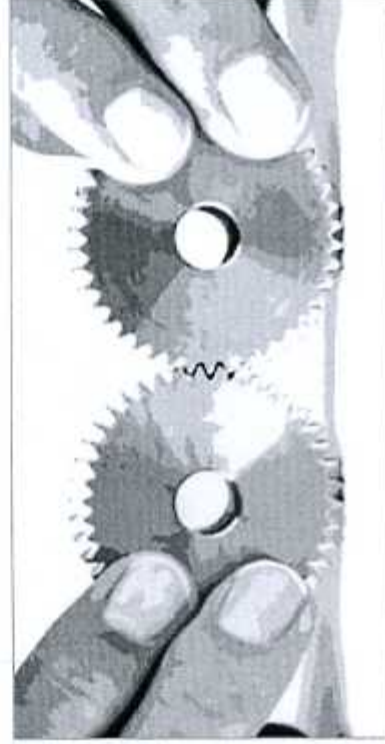


Illustration : Thierry Cap de Coume

EN COUVERTURE



Commerce International - Mai

2010

No 63

Venezuela : Sanofi-aventis impose sa marque

Sur le marché vénézuélien de...

Konstantinos Michalos, président de la Chambre de commerce

▶ Droit
▶ Fiscalité
▶ Logistique
▶ Immobilier
▶ Marketing
▶ Social
▶ Territoires
▶ Développement durable
▶ Automobile
▶ Franchises
▶ Agro-alimentaire
▶ Styles de Vie
▶ Grands Entretiens
▶ Livres

Cette stratégie promet de faire tache d'huile. Grâce aux outils d'aide à la conception des produits accessibles en mode locatif sur Internet, concevoir à distance un produit avec son sous-traitant, dès la phase de spécification, n'est plus une frontière insurmontable. Une étude récente réalisée par le Offshoring Research Network de la Duke University (Caroline du Nord, USA) et PricewaterhouseCoopers promet d'ailleurs une explosion de la sous-traitance avec de nouveaux entrants venus d'Amérique du Sud, d'Europe de l'Est et d'Asie. Bon nombre prévoient de lancer de nouveaux services informatiques et de développement de logiciels d'ici 18 à 36 mois. Mais, cela suppose, tant du côté du donneur d'ordres que du fournisseur, de faire évoluer les cultures et les pratiques managériales.

C'est justement ce à quoi s'attache le futur centre Peak de recherche et d'études qui regroupera des donneurs d'ordres, des PME, des formateurs, des chercheurs et des collectivités territoriales. Son ambition : contribuer à rendre opérationnelle, durable et mutuellement bénéfique, l'émergence de relations collaboratives entre clients et fournisseurs. « Ce centre permettra d'identifier avec les entreprises les verrous scientifiques à lever dans le domaine du collaboratif avec les fournisseurs », explique Marie-Anne le Dain, professeur associé au laboratoire G-Scop de Grenoble INPG (Institut national polytechnique de Grenoble). Les chercheurs vont contribuer à faire émerger de nouveaux savoir-faire et savoir-être nécessaires au travail collaboratif dans la stratégie achats des entreprises. Ce centre regroupera une vingtaine d'entreprises et une douzaine d'acteurs académiques en achat et en supply chain issus de la région Rhône-Alpes et de Suisse romande.

Outre ces questions de formation et de nouvelles pratiques, les acteurs du codéveloppement devront veiller à bien formaliser leurs relations au plan juridique. Il s'agit de définir la propriété intellectuelle du produit en cas de codéveloppement, condition pour éviter les litiges. Une chose est sûre : ces initiatives scientifiques en matière de stratégies d'achats collaboratifs sont une réelle source d'inspiration pour l'optimisation du commerce international.

Les acheteurs doivent devenir force de proposition

Selon une récente étude de BearingPoint, la priorité des fonctions Achats reste l'optimisation des coûts (34 %). Même si celles-ci cherchent à apporter plus de services à leurs clients internes, notamment en interagissant davantage avec leurs fournisseurs clés (15 %). À côté de cela, l'effet de la crise économique se retrouve de façon criante dans la baisse sensible des budgets de fonctionnement des services Achats. Alors que 54 % du panel des entreprises interrogées déclaraient en 2008 une baisse ou une stagnation de ces budgets, 75 % des entreprises consultées déclaraient être dans cette situation en 2009. Pourtant, malgré cette baisse de moyens, la couverture des dépenses supportées par les achats fait un bon quantitatif : dans 78 % des cas, les services Achats couvrent plus de 64 % des dépenses des entreprises, contre 60 % en 2008.

La fonction Achats cherche une plus grande reconnaissance. Son premier défi consiste à mieux connaître ses « clients internes » pour leur élaborer des solutions en tant que chef de projet ou facilitateur (22 % des entreprises interrogées). Autre zone d'influence recherchée : devenir le « manager des fournisseurs » (19 %). Bien sûr, la direction Achats doit conserver sa capacité à piloter la chaîne des achats (22 %) et à maîtriser les coûts (13 %). Mais, pour développer son influence auprès de la direction générale, elle doit innover en s'appuyant sur sa connaissance des marchés fournisseurs et devenir force de proposition de nouveaux marchés (15 %).

d'Athènes : Réformer la Grèce sans brutalité
En pleine déroute économique, la Grèce...

Chambre de commerce d'Afrique du Sud : Une Coupe du monde pas si rentable
Syndicats et chambres de commerces sud-africaines s'accrochent...

Chambre de commerce centrale de Finlande : Un pays en convalescence
Très dépendante des exportations, la Finlande a...

Chambre de commerce de Genève : Promotion économique commune en Suisse occidentale
Depuis le mois de janvier dernier, la Suisse occidentale dispose...

Chambres de commerce d'Andalousie : Pour contrer la crise, l'Andalousie se tourne vers l'extérieur
Le Conseil andalou des chambres de commerce investit 7 millions...

Chambre de commerce de Pointe-Noire : Opportunités dans le green business en Afrique
Du 7 au 10 juin 2010, la Chambre de commerce et d'industrie de...

Chambre de commerce de Pointe-Noire : Thierry Téné, directeur du bureau d'études A2D Conseil et président de l'association Alternos

Chambres allemandes : Une écotaxe à « degré variable »

Portrait : Kevin Eyres, « animal social »
Créé en Californie il y a 7 ans, LinkedIn est devenu...

ARCHIVES

- ▶ 2010
- ▶ 2009
- ▶ 2008
- ▶ 2007
- ▶ 2006
- ▶ 2005
- ▶ 2004
- ▶ 2003
- ▶ 2002
- ▶ 2001
- ▶ 2000
- ▶ 1999