



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**.

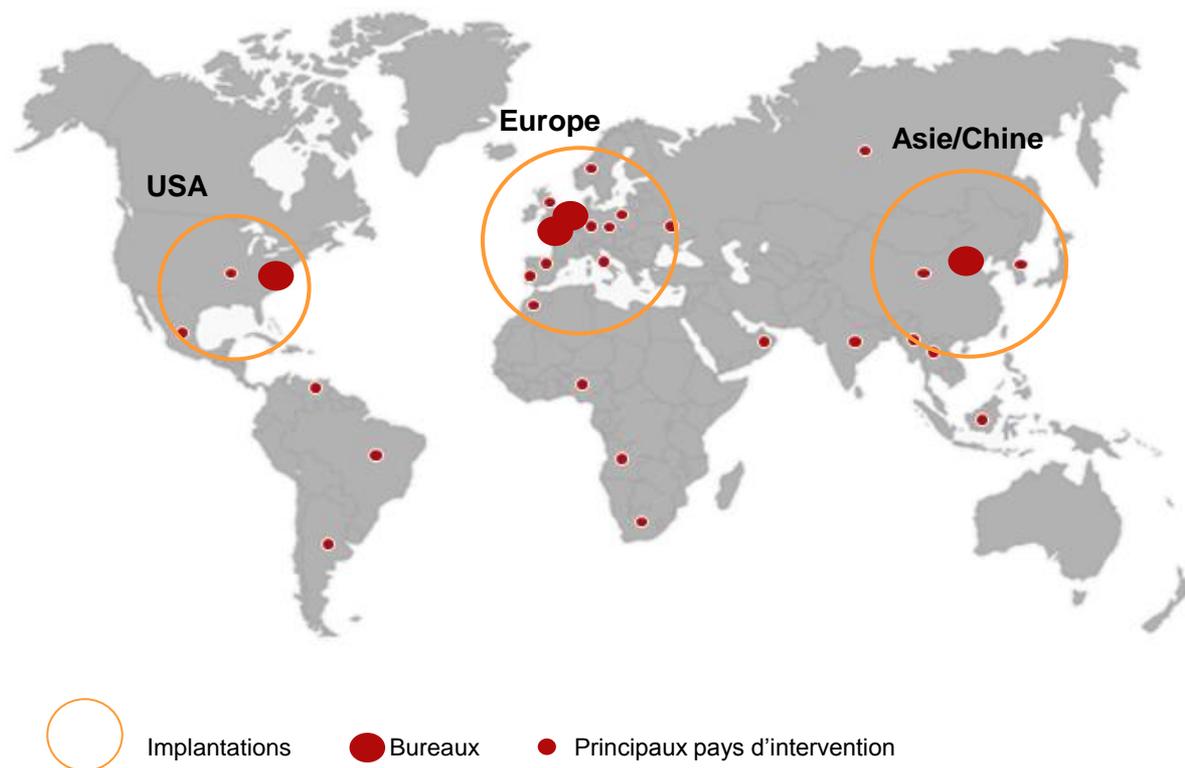


- **Quelle stratégie adopter** pour adresser vos challenges ?
- **Avec quel(s) acteur(s) collaborer ?**
Quelle(s) relation(s) renforcer et/ou développer ?
- **Comment améliorer votre organisation**
pour une meilleure interaction avec votre environnement ?

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>INDUSTRIES</p>	
<p>SECTEUR PUBLIC</p>	
<p>BIENS DE CONSOMMATION</p>	
<p>SERVICES</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 / bénéfices : 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 bénéfices,
- 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

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

PASSATION

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

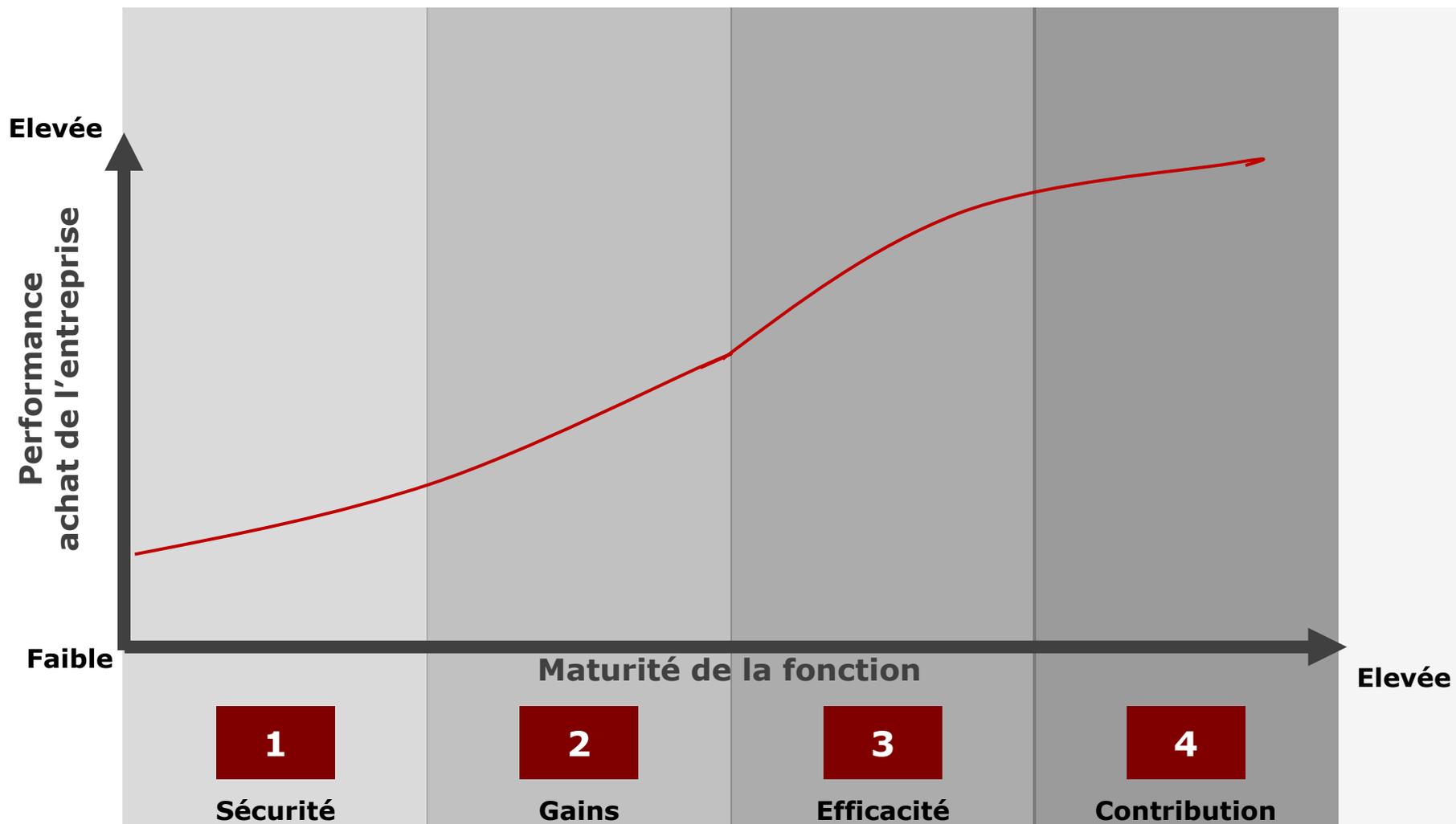
8. Outsourcing / Insourcing



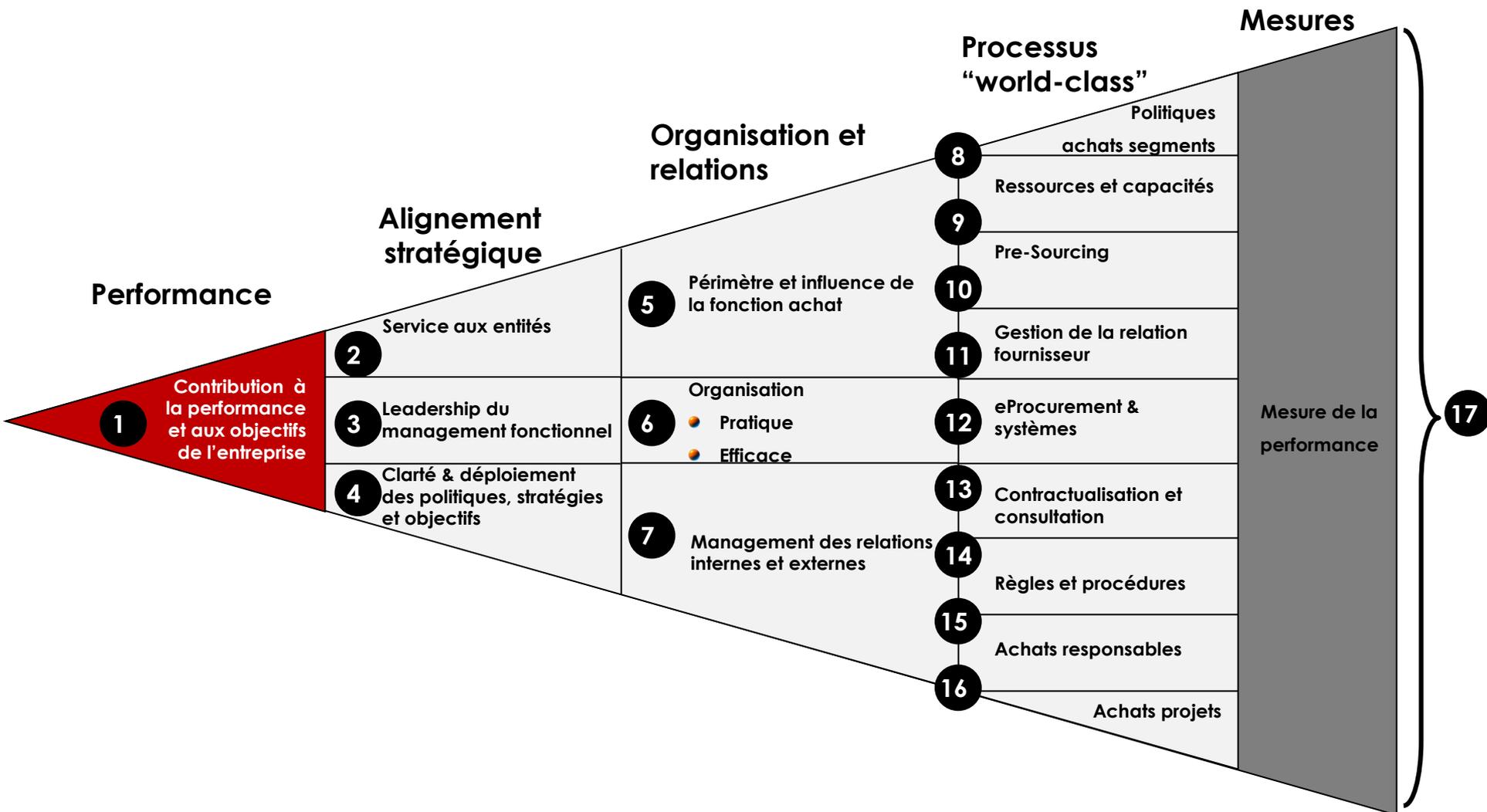
Impact sur l'organisation interne



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

1 **Alignement Stratégique**
Enjeux
Valeur attendue

2 **Leviers de création de valeur**
Processus clés à couvrir
Leviers / actions à mener

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

4 **Gouvernance stratégique**
Gouvernance –
Communication – Suivi performance

3 **Implémentation – Mise en œuvre**
Feuilles de route
Objectifs + Moyens + Plan d'actions

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

Sommaire

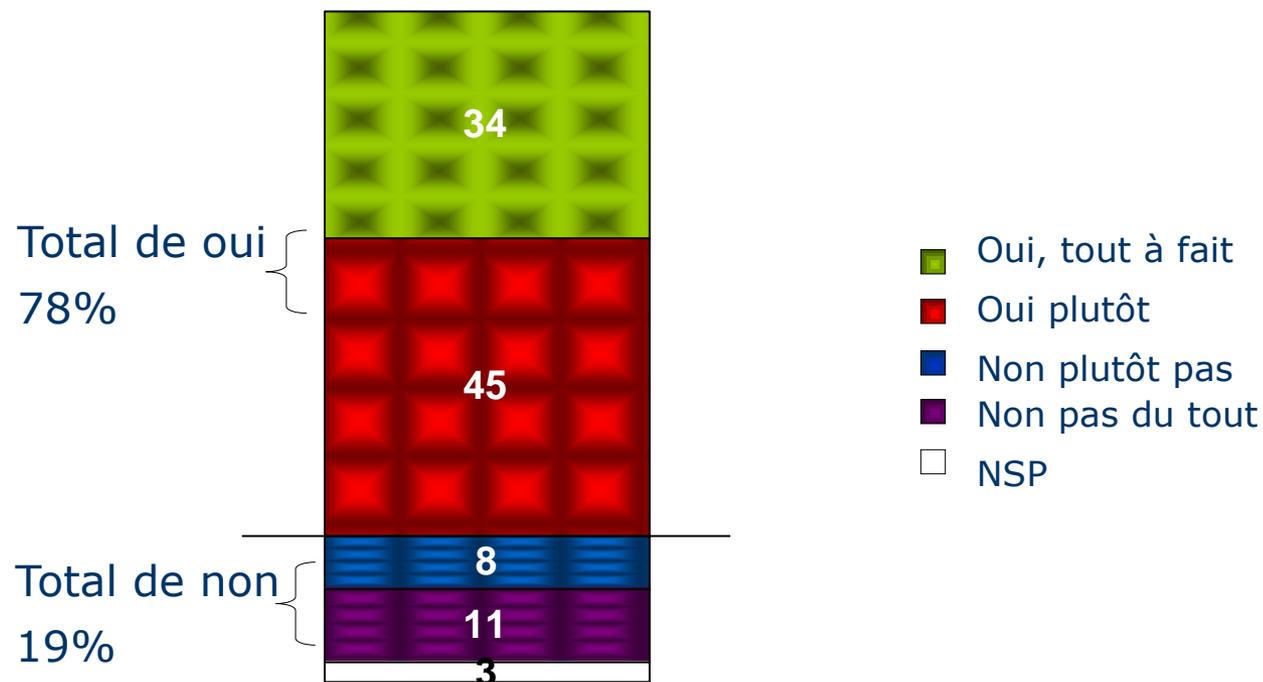
1. Présentation de Buy.O Group

2. Panorama de la fonction achat

3. Vision des directions générales

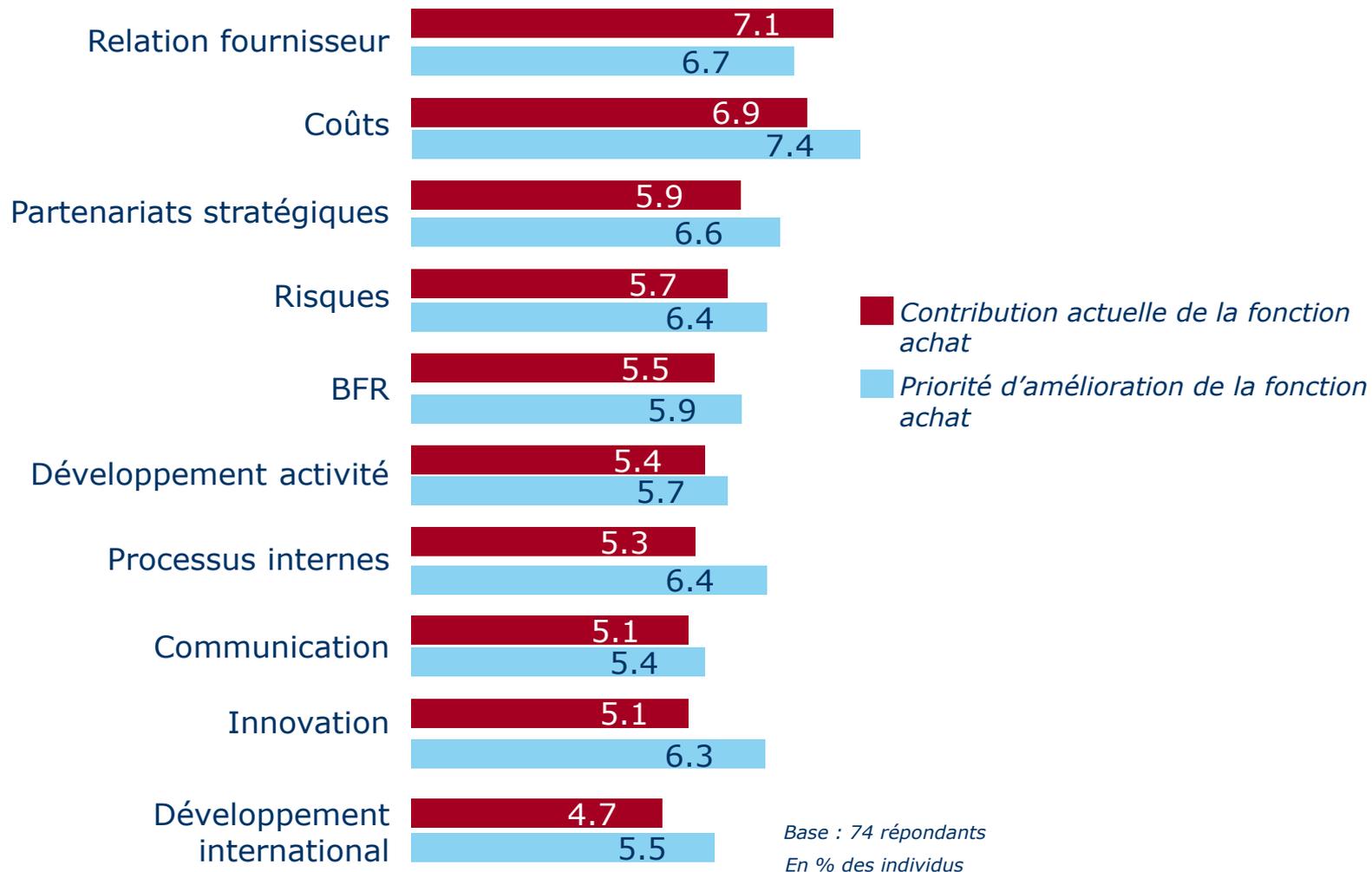
La contribution des fournisseurs

- ▶ 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

www.buyo-group.com

