

La gestion du risque aux achats

La certitude – qui consiste à n’avoir aucun doute sur un produit ou une personne – est la pierre angulaire de la confiance. Cet objectif, déjà difficile à atteindre à l’échelon national, l’est encore plus à l’échelon mondial.

Les risques auxquels sont confrontés les entreprises peuvent avoir des conséquences en termes de résultats financiers par la perte de marchés, industriels par des ruptures de la Supply-Chain, environnementaux par des conséquences fâcheuses sur la chaîne alimentaire, technologiques par la perte de propriété intellectuelle, commerciales parce qu’ils peuvent toucher à la réputation de l’entreprise, et pour finir par avoir des impacts sociétaux par des fermetures administratives de sites.

*Le contenu de cette étude a été élaboré par à la promotion 2012-2013 du Master Achat à l’international de l’université Jean-Monet de Paris XI. L’objectif a été d’amener les étudiants à une réflexion académique sur : « **la maîtrise et le pilotage du risque** », sur la pertinence et la validité des systèmes et des outils de gestion disponibles.*