

Construire

le Plan Stratégique Achat

Fonction support des entreprises qui entendent évoluer en fonction des mutations économiques et des contraintes de leurs marchés, les Achats figurent parmi les premiers contributeurs d'amélioration des résultats de l'entreprise en garantissant la stabilité des relations fournisseurs. Il est essentiel que la fonction Achat démontre l'étendue de ses compétences et l'apport en valeur ajoutée procurée par une démarche méthodologique et structurée. Ses enjeux sont ainsi à la fois de l'ordre du profit, de la sécurité, mais aussi du service et de l'image de l'entreprise.

Le concept de Stratégie Achat traduit les moyens à mettre en œuvre pour optimiser la contribution de la fonction à la performance globale de l'entreprise. Elle se doit d'être définie en lien étroit avec les besoins de l'entreprise selon quatre étapes principales :

- la segmentation du portefeuille
- l'analyse des besoins, quantitatifs et qualitatifs
- la définition des objectifs et du plan d'action
- la mise en œuvre et le pilotage.

Maîtriser la capacité du marché fournisseurs est un élément clé de la constitution de Stratégie Achat. Plusieurs méthodes permettent d'en définir les caractéristiques, les évolutions, d'en mesurer l'intensité et le pouvoir de négociation. En un mot, d'analyser les risques inhérents à l'acte d'achat et ses contraintes. L'analyse des contraintes, leur quantification, leur hiérarchisation selon différentes grilles de lecture, permettra de dégager des priorités d'action. Plusieurs méthodes permettent d'évaluer les fournisseurs et de s'assurer de leur pérennité et donc de celle des approvisionnements.

Construire le Plan Stratégique Achat, c'est également se préoccuper de « la veille stratégique », processus permanent et proactif. Elle permet à l'entreprise de disposer de la bonne information, de veiller sur son environnement, d'évaluer l'impact concurrentiel des différentes technologies, de développer un avantage concurrentiel voire de détecter des opportunités d'achat jusque là non identifiées comme telles.

Tout en étant intimement liée Plan Stratégique Global de l'entreprise, la Stratégie Achat est formalisée sous forme d'un document synthétique qui en permettra la communication mais aussi la vérification de la cohérence au regard de la stratégie globale, l'officialisation de la légitimité des actions achats à lancer.

Dans la phase de mise en œuvre et de pilotage, les indicateurs et tableaux de bord, feront vivre les stratégies et permettront de les adapter aux évolutions de l'entreprise. Véritable colonne vertébrale des actions que vous aurez à mener, Le Plan Stratégique Achat est une première étape indispensable d'un processus achat professionnel.

(NB) Cette présentation de près de 100 pages est issue d'un support de cours à destination des étudiants en Master Achat International de l'IUT de Sceaux.