

 Imprimer | [Retour](#)

Etudes et Recherche
PLANÈTE ACHATS > Stratégie achats

Le premier forum Peak met la relation collaborative clients-fournisseurs à l'honneur

Par Emmanuelle SERRANO , 31/05/2011

Le premier forum de la plateforme Peak a réuni 140 personnes, dont une centaine de donneurs d'ordres et de PME fournisseurs, à Annecy. Une journée dédiée à la relation clients-fournisseurs avec la volonté de la rendre plus collaborative grâce au déploiement d'une nouvelle école de pensée Achats.

Le premier forum annuel de la plateforme Peak aura été riche en témoignages d'industriels, de PME et de chercheurs ainsi qu'en actes d'engagement concrets en faveur de la responsabilité sociale de l'entreprise (RSE), facteur-clé des relations collaboratives entre les clients et les fournisseurs. Comme l'a souligné le directeur de l'IMUS de l'IAE Savoie Mont Blanc, Thierry Rolando, en accueillant les participants de la journée, c'est à un virage à 180 degrés qu'il faut se préparer en passant « d'une logique de coûts à une logique d'innovation ».



© DR

La CDAF et Thésame ont signé une convention de partenariat sur le premier forum annuel de Peak.

Des témoignages, des valeurs

Grand témoin industriel intervenant sur la RSE, Bernard Houte, directeur général de la société A. Raymond France et directeur achats du groupe A. Raymond au niveau mondial, a présenté sa vision de la responsabilité sociale de l'entreprise.

Pour lui, elle passe d'abord par une prise en considération du personnel et des relations harmonieuses avec l'amont (les fournisseurs) et l'aval (les entreprises et les organismes) car est-il nécessaire de le rappeler « l'entreprise seule ne fait rien, ne vend rien et ne vit rien ».

Les collaborateurs, au rang desquels figurent en bonne place les fournisseurs, doivent être empreints des mêmes valeurs que celles de l'entreprise. Et l'acheteur, ce « directeur des ressources externes » est un acteur pivot de la pensée RSE. « Plutôt que de se contenter d'être un suiveur, il doit être promoteur de la RSE et à ce titre, il doit être associé à la direction générale de l'entreprise comme le DRH ou le DAF le sont à la stratégie de l'entreprise », a résumé Bernard Houte, en appelant les acheteurs à être fiers de leur appartenance à l'entreprise mais aussi à soigner leur complexe de supériorité vis-à-vis de l'externe, qui les fait parfois passer pour arrogants, et leur complexe d'infériorité vis-à-vis de l'interne.

À lire aussi

La pratique des achats durables peine à s'imposer
Ikea France lance son premier rapport développement durable 100 % en ligne
L'Afnor prend une participation majoritaire dans la société Achats Concept Eco
Accor s'appuie sur les services d'EcoVadis pour mesurer la performance RSE de ses fournisseurs
Arnaud Salomon : " Un canevas de pratiques RSE destiné aux directions achats publics"

Une RSE bien comprise passe aussi par la bonne gestion des ressources amont que sont les banques car ce sont des fournisseurs de ressources financières, dont on sous-estime la contribution à l'innovation.

En conclusion, Bernard Houte a affirmé avec force que « le management par objectif était dépassé et devait être remplacé par un management des valeurs ».

Tout au long de la journée, plusieurs intervenants du monde des entreprises, des fournisseurs se sont succédé à la tribune pour aborder tantôt le pilier économique du développement durable RSE, tantôt la mise en œuvre de pratiques d'achats responsables au sein de l'entreprise ou la relation clients-fournisseurs.

Des signatures, des engagements

La journée aura aussi été celle des signatures et des engagements puisque les animateurs des deux associations Cdaf et Thésame ont décidé de créer une convention de partenariat entre le GEB National "Développement durable et achats responsables" de la Cdaf et la plateforme Peak animée par Thésame.

Cette convention de partenariat a été signée pendant le forum mené par Olivier Menuet, coanimateur du GEB National Développement durable et achats responsables de la Cdaf représentant Pierre Pelouzet, président de la Cdaf et René Nantua, président de Thésame. Cette convention, non limitée dans le temps, couvrira des engagements réciproques de collaboration, de communication et d'échanges. Par ailleurs, la même journée, trois adhérents Peak (A. Raymond, Bosch Rexroth et Routin) ont signé la charte des bonnes pratiques de la médiation industrielle.

Comblent le manque cruel de concepts et d'outils opérationnels

Par la diffusion large de ses travaux (pratiques, outils, méthodes, ...), Peak vise à rendre opérationnelle, durable et mutuellement bénéfique l'émergence de nouvelles relations collaboratives entre les clients et les fournisseurs.

Un point a été fait sur les projets de recherche. Marie-Anne le Dain, responsable scientifique, a présenté les grands axes de recherche de ses équipes et collègues.

Au programme, des travaux qui devraient s'étaler sur les trois années à venir sur les thèmes suivants : achats et projets, achats durables et collaboration clients-fournisseurs et création de valeur.

Le souhait de Peak est qu'à terme, la dynamique créée débouche sur des programmes de formation garantissant que l'acheteur soit un acteur de l'achat durable, respectueux des engagements RSE de son entreprise. L'ambition n'est donc rien moins que de créer une nouvelle école de pensée achats...

Interview de Philippe Haudeville, sourcing & supplier development manager (Blédina, groupe Danone)



Entré chez Danone il y a une vingtaine d'années, Philippe Haudeville a eu tout le loisir de parcourir les unités fonctionnelles de ce groupe.

Après des postes opérationnels dans les divisions "eaux minérales", "biscuit" puis "alimentation infantile", ses dernières fonctions ont été responsable logistique, directeur d'usine et aujourd'hui sourcing & supplier development (SSD) manager.

Le groupe Danone fait partie des adhérents de la plateforme Peak. Philippe Haudeville est intervenu lors cette journée pour expliquer pourquoi un industriel comme Danone avait choisi d'adhérer à Peak et donner sa vision personnelle de l'évolution de la fonction achats, architecte de la relation clients-fournisseur.

L'occasion de faire le point avec lui sur ses attentes par rapport à Peak et son métier.

Décision Achats : Qu'attendez-vous de la plateforme Peak et de ses recherches ?

Je souhaite que leurs travaux permettent d'établir des benchmarks formels entre les différentes pratiques recensées dans la communauté des acheteurs et que les concepts comme le savoir-faire trouvent des traductions en outils pratiques et en indicateurs (KPI's).

À terme, je souhaite que ces problématiques, méthodologies et outils soient intégrés dans le programme de formation des écoles qui forment les acheteurs et les vendeurs de demain. Enfin, j'attends que les travaux de la plateforme fassent l'objet de publications.

Quelles sont les actions concrètes que vous mettez en place dans votre structure achats pour favoriser le développement de nouvelles démarches collaboratives clients-fournisseurs, notamment de coconception ?

Nous avons organisé notre structure achats en procédant à une séparation entre des acheteurs qui gèrent des projets et d'autres qui gèrent des catégories afin d'être plus pertinents tant au niveau des besoins internes que des compétences externes.

Par ailleurs, nous mettons en place un processus de collaboration formel sur chaque projet ou thématique.

Votre département innovation est-il convaincu de l'utilité de cette démarche en interne ? Ou le "passeur" qu'est l'acheteur selon vos termes est-il encore renvoyé dans ses quartiers quand il initie ce genre de démarche ?

Les achats doivent être proactifs, jouer leur rôle de passeur entre l'externe et l'interne.

En général, quand les sujets et les fournisseurs sont bien choisis, les départements Innovation sont très preneurs de ce type de démarches.

Vous avez souligné le rôle croissant que l'innovation dans les Services (géolocalisation, e-business, m-business) va avoir sur la croissance des entreprises de B2C dans les prochaines années. En quoi la fonction achats peut-elle contribuer à accompagner ses fournisseurs et clients internes dans cette mutation ?

La fonction achats doit jouer un rôle-clé pour mettre en place des processus et procédés des outils adaptés à l'innovation dans et par les services ainsi que des processus d'innovation adéquats. Ce phénomène pose en particulier la question de la rapidité des processus internes notamment pour suivre l'évolution rapide de ces services. L'absence fréquente de département "innovation service" dans les entreprises renforce la responsabilité des directions achats dans ce domaine.

Blédina en quelques chiffres :

- Chiffre d'affaires France + vente à d'autres filiales : 550 M€
- Effectif national : 1 500
- Effectif achats : 17 personnes
- Volume d'achats : 150 millions d'euros de matières premières et emballages et 150 millions d'euros de services.

Mots clés : Démarche collaborative | Rse | Peak

A LIRE AUSSI SUR LE THÈME «PLANÈTE ACHATS»

A LIRE AUSSI SUR LE THÈME «STRATÉGIE ACHATS»