|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Réflexion 1 – Identifier les enjeux stratégiques de la fonction achat | | |
| Durée : 20’ | *Homme avec un remplissage uni*ou*Deux hommes avec un remplissage uni* | Source |

**Travail à faire**

Après avoir lu le **document** répondez aux questions suivantes :

1. Quel est la mission historique de la fonction achat ?
2. Comment la fonction achat peut contribuer à créer de la valeur pour l’entreprise ?
3. Quelles sont les actions à même de réduire les risques pour l’entreprise ?
4. Quel est l’effet sur le cours de la bourse du choix des fournisseurs ?
5. Que signifie l’expression « prendre en compte la dimension sociétale de sa mission ?

**Doc. Les 3 enjeux stratégiques de la fonction achat**

*Source :* [*https://www.manutan.com/*](https://www.manutan.com/)**Natacha Tréhan (extrait adapté)**

La Direction Générale fixe 3 enjeux stratégiques aux directeurs et responsables achats.

## Enjeu stratégique n° 1 : la création de valeur

**L’agilité est le fil conducteur des stratégies gagnantes déployées pour faire face à l’imprévu et à ses conséquences.** La période actuelle renforce cette conviction […].

L’entreprise a besoin que la fonction achat s’oriente résolument vers **la création de valeur** à travers des chantiers concrets :

* **Favoriser la pénétration de l’innovation dans l’entreprise** par une coopération plus étroite avec les fournisseurs ;
* **Contribuer à l’accélération de la mise sur le marché de nouveaux produits** par la recherche de composants de dernière génération ;
* **S’engager plus fortement dans la conquête de nouveaux marchés** en s’impliquant davantage aux côtés des commerciaux.

**La notation extra-financière des entreprises** est un élément important dans sa capacité à peser sur ses marchés.

## Enjeu stratégique n° 2 : la maîtrise des risques

Le terme de **VICA** (VUCA) s’est imposé depuis quelques années pour décrire l’environnement des entreprises : **Volatil ; Incertain ; Complexe ; Ambigu. La prévention des risques** et singulièrement de la prévention des risques liés à la **réputation**.

La corrélation entre le cours de bourse de l’entreprise et par exemple le comportement des fournisseurs. La fonction achat est, de ce point de vue, le gardien de l’intégrité de la réputation de l’entreprise.

Elle doit sans cesse évaluer et éventuellement conjurer des risques comme :

* La rupture de la supply chain (chaine logistique) ;
* Le non-respect du cahier des charges ;
* Le non-respect des exigences normatives ;
* L’infraction aux principes de protection de l’environnement et des droits humains.

Une autre dimension dans la prévention des risques de réputation tient à la capacité de la fonction achat à proposer aux autres départements des procédures de commande et de validation agiles. La digitalisation de la fonction achat est ainsi un indice de modernité qui rejaillit sur l’ensemble de l’entreprise.

## Enjeu stratégique n°3 : la performance économique

**Tournée vers la conquête de nouveaux business et vers la défense de la réputation**, la fonction achat n’en est pas moins attendue sur son excellence dans sa mission historique. La Direction Générale attend donc de la fonction achat un impact positif sur le résultat opérationnel et sur la trésorerie. **La réduction du coût total de possession reste au centre de la mission de la fonction achat**. En effet, cette dernière a construit sa légitimité sur ce savoir-faire et sa contribution à la performance économique de l’entreprise.

**En conclusion, la fonction achat est invitée à dépasser son rôle traditionnel pour accompagner la nécessaire transformation de l’entreprise.** Pour autant, sa performance stratégique ne saurait être complète qu’avec la prise en compte par la fonction achat de la dimension sociétale de sa mission.

**Réponses**

1. Quelle est la mission historique de la fonction achat ?
2. Comment la fonction achat peut contribuer à créer de la valeur pour l’entreprise ?
3. Quelles sont les actions à même de réduire les risques pour l’entreprise ?
4. Quel est l’effet sur le cours de la bourse du choix des fournisseurs ?
5. Que signifie l’expression « prendre en compte la dimension sociétale de sa mission ?