



■ Économie, technologie, climat, géopolitique... tous les indicateurs s'affolent, aucun business n'est à l'abri. À quoi ressemblera demain ? Seule certitude, le monde d'hier n'est plus, celui d'aujourd'hui s'efface déjà. Le monde change en profondeur, bousculant nombre de certitudes et de repères. Caméléon par nature, la fonction achats a depuis longtemps prouvé sa capacité d'adaptation.

Glissement du prix vers le TCO, émergence de masters dédiés, d'outils digitaux propres, poids sans cesse croissant du sourcing, de la recherche d'innovations, autant d'exemples que les "vieux briscards" de la profession pourraient citer. Face au mouvement brownien effleuré en préambule, nul doute que cette capacité d'adaptation soit un atout formidable pour notre fonction.

Le défi sera le rythme

Tous les paramètres sont touchés : organisations bousculées, volatilité des prix/marges, sécurisation des approvisionnements, pénuries, etc. Nous assistons déjà à une modification radicale des priorités (donc des KPIs), même si le triptyque coût-délai-qualité demeure. Le défi pour notre fonction n'est plus de faire sa révolution mais ses révolutions, en menant de front tous ces chantiers. En sous-estimer l'ampleur, s'arc-bouter sur les "bonnes vieilles méthodes" relèveraient de la folie destructrice des luddites du XIX^e siècle.

**PIERRE-
ALEXANDRE
COULMOT**

directeur des achats
Groupe NRJ

**Rien n'est permanent,
sauf le changement***

**« LE DÉFI POUR
NOTRE FONCTION
N'EST PLUS DE
FAIRE SA
RÉVOLUTION
MAIS SES
RÉVOLUTIONS, EN
MENANT DE
FRONT TOUS CES
CHANTIERS »**

À l'inverse, faire preuve d'un déterminisme béat, se laisser emporter par la "frénésie ambiante" serait tout aussi préjudiciable. Il faut au contraire savoir raison garder, faire preuve de sang-froid, de détermination, d'esprit d'analyse.

La nécessité des soft skills

Vantés comme l'alpha et l'oméga du recrutement moderne, les soft skills sont confrontés à la réalité du moment. Si les techniques achats sont largement maîtrisées et enseignées, quelques soft skills s'imposent face au changement profond qui est devant nous. Trop souvent, l'entreprise vit difficilement l'incertitude, éliminant par réflexe toute idée disruptive de crainte qu'elle ne déstabilise l'équilibre existant. La tentation est forte, héritage du darwinisme social, d'adopter des comportements opportunistes au détriment de la construction d'un écosystème pérenne et collaboratif.

Face à cela, curiosité, pragmatisme, prise de recul, de hauteur, capacité à dépasser les habitudes, à bousculer les certitudes sont alors nécessaires, incontournables. Les directions achats doivent, en réaction (au sens positif du terme), non plus animer mais "agiter" leur écosystème pour continuer à capter l'innovation, à attirer les fournisseurs "best in class". Ne s'agit-il pas finalement de retrouver, démultiplier l'esprit "caméléon" des pionniers de la profession ? ■

*Héraclite d'Éphèse, VI^e siècle av. J.-C.