



■ « Obtenir avec une compensation financière la propriété d'un objet ou le bénéfice d'un service de manière temporaire ou définitive. » C'est ce que l'on peut trouver comme définition des achats dans un dictionnaire... et c'est évidemment très réducteur de notre métier. La fonction achats a entamé sa transformation au milieu des années 1990 et continue sa mutation pour accompagner les évolutions, voire mutations de nos entreprises. Souvent étiqueté comme "cost-killer", l'acheteur arrivait après la bataille pour négocier un prix. Dans la majorité des cas, il était bien trop tard pour "optimiser" et cela tournait souvent à des relations tendues voire conflictuelles avec les fournisseurs. Les crises financières de ces dernières décennies et la Covid ont fait évoluer les organisations des entreprises et placé la fonction achats en relation directe avec les CoDir et l'ensemble des clients internes et externes (commerce, marketing, logistique, finance, R & D...).

Depuis plus de 20 années passées dans le monde des achats et de la supply chain au sein de PME et ETI, j'ai vu mon métier évoluer et les domaines de compétences et responsabilités s'élargir. Le périmètre est passé d'une simple notion de prix à ce que je qualifie de "polygone" avec les cinq piliers qui régissent aujourd'hui ma politique achats : le coût, la qualité, les délais, l'innovation et la RSE.

Le coût : il s'agit d'avoir la meilleure offre du marché selon un cahier des charges le plus précis possible après consultation des clients internes pour répondre aux besoins.

La qualité : l'implication en amont des achats avec les équipes est primordiale pour bien définir ce que j'appelle la "qualité juste" et éviter ainsi la "sous-qualité" ou "la surqualité". Les deux ont des impacts négatifs sur les résultats attendus et, *in fine*, le TCO.

CHRISTOPHE MORIN

Directeur des achats
Groupe Bollinger

Une stratégie achats basée sur cinq piliers

« CHAQUE ENTREPRISE ET CHAQUE CITOYEN DOIT PARTICIPER À L'EFFORT POUR CONTRIBUER À L'AMÉLIORATION DE NOTRE BIEN-ÊTRE »

futures collaborations avec nos partenaires. Une pondération de chaque pilier est applicable en fonction des enjeux et ambitions et déterminera de manière factuelle le choix du ou des partenariats à développer.

Je suis intimement persuadé du rôle majeur que nos fonctions doivent apporter dans les objectifs de croissance pour pérenniser nos entreprises, tout en agissant de manière citoyenne sur l'ensemble des scopes 1, 2 et 3 pour atteindre les objectifs du GIEC... nous savons tous que ce ne sera pas facile, alors mettons-nous tous au travail. ■

Les délais : le respect des délais de livraison doit faire partie des KPI's de nos fournisseurs. "Ni trop tôt, ni trop tard / OTIF". Ce pilier oblige en interne un travail collaboratif pour une parfaite définition des besoins et de mener une coordination avec nos fournisseurs / partenaires.

L'innovation : les technologies, les réglementations, les acteurs évoluent très vite et il est nécessaire de rester à l'écoute active de ce qui se passe et anticiper les tendances. Ce pilier, plutôt récent dans la fonction achats, est un vrai support pour les équipes en interne.

La RSE : je la définis selon les trois axes suivants, les hommes, la Terre, être un acteur citoyen. Il y a encore quelques années, elle n'avait pas de réel impact sur les stratégies achats, cela a bien changé et c'est tant mieux !

Ère nouvelle

Nous sommes à l'aube d'une ère nouvelle dans nos secteurs d'activité ou chaque entreprise et chaque citoyen doit participer à l'effort pour contribuer à l'amélioration de notre bien-être. Je considère la fonction achats comme un acteur essentiel à la mise en place et l'obtention de résultats significatifs pour les trois axes composant nos ambitions RSE. Ce polygone doit aider les parties prenantes à faire valider les choix et orientations de nos