
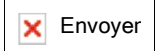



# Direction achats, une fibre collaborative contrariée

 [1]  [2]  [3]

[Partager](#) [4] |

## Direction achats, une fibre collaborative contrariée

12/02/2015 - Par Stéphane Moracchini [s.moracchini@collaboratif-info.fr](mailto:s.moracchini@collaboratif-info.fr) [5]

[Achats](#) [6] [Innovation](#) [7]

[Stéphane Moracchini](#) [8]

Non, les directions achats ne sont pas des « cost killer ». « *Il faut sortir de cette image passéiste que l'on veut encore parfois nous coller* », défendait Marc Sauvage, le président de la CDAF, lors du Forum du collaboratif que cette association de professionnels des achats organisait le 4 février dernier avec Thesame, association spécialisée dans l'ingénierie de l'innovation et promouvant une relation collaborative entre clients et fournisseurs.

Car si faire des économies est encore l'un des objectifs des directions achats, ce n'est plus en tirant les prix vers le bas lors des appels d'offres, mais en travaillant en amont avec les fournisseurs de manière collaborative, pour créer de la valeur pour tous sur le long terme.

Illustration de cette réalité émergente, l'événement récompensait du Prix du collaboratif la filiale française du groupe Continental Automotive pour sa démarche de grappe, consistant à rassembler les fournisseurs de la filière automobile afin de développer leur excellence industrielle.

« *En déployant le programme Grappe Automotive France auprès des PME et ETI, nous accompagnons les entreprises de taille plus modeste à un niveau de maturité plus important qui contribue à renforcer leur productivité et leur compétitivité*, indiquait Patrice Foulon, directeur des achats de Continental Automotive. *Mais ce n'est pas philanthropique. Si les fournisseurs sont meilleurs, nous en bénéficierons du même coup* », soulignait-il.

Placé sous le signe des achats collaboratifs comme levier d'innovation, le Forum collaboratif pointait aussi le rôle des achats dans leur capacité à mener des démarches de co-développement avec les fournisseurs, ainsi qu'à identifier chez ces derniers les innovations pour les valoriser ensuite en interne.

## Ouvrir les esprits mais aussi les processus

« *Le grand défi pour les achats, c'est d'arriver à être l'avocat en interne de l'innovation que peuvent apporter les fournisseurs, insistait ainsi Albert Varenne, le directeur Achats d'Airbus Industries. Nos ingénieurs sont très fiers des produits qu'ils développent et ils ont raison. Mais, parfois, cela les conduit à être un peu étanches à ce qui vient de l'extérieur.* »

Un positionnement qui suppose cependant que les acheteurs soient eux-mêmes ouverts, comme le remarquait Olivier Baril, le directeur Achats d'Alstom Transports : « *Nous devons avoir des profils achats qui installent une relation ouverte et gagnant-gagnant avec les fournisseurs, plutôt que d'être dans une logique court-termiste de réduction des coûts. Ce qui demande un changement d'état d'esprit assez important, pour être capable d'interagir avec les fournisseurs, mais aussi en interne avec une population technique ou encore juridique* », soulignait-il.

Au-delà de cette ouverture d'esprit nécessaire aux acheteurs pour apporter une valeur ajoutée dans les projets, une autre problématique concernait cependant la capacité de l'entreprise elle-même à intégrer ce nouveau rôle collaboratif des achats.

Une question qui s'est posée, par exemple, chez Allianz, à travers la conduite d'un projet numérique qui a obligé les achats à sortir de leur cadre habituel, comme nous en rendons compte cette semaine dans un article : [Les achats d'Allianz se mettent au diapason des projets innovants](#) [9].

Un participant du Forum collaboratif résumait assez bien la situation : « *Nous avons des processus, mais il faudrait accepter que les projets innovants en sortent pour que nous puissions faire face à leurs contraintes particulières, qui nous obligent à tenir un rôle différent de celui que nous avons traditionnellement* », expliquait-il.

En effet, pas facile d'aller plus loin dans le collaboratif et l'innovation quand la direction générale attend d'abord d'une direction des achats qu'elle la protège. Quand la confiance se réduit aux lignes d'un contrat qui fuit la prise de risque et ne sait qu'agiter le spectre de pénalités.

Imprimer [1]
  Envoyer [2]
  Commenter [3]



URL source: <http://www.collaboratif-info.fr/edito/direction-achats-une-fibre-collaborative-contrariee>

### Liens:

- [1] <http://www.collaboratif-info.fr/print/4750>
- [2] <http://www.collaboratif-info.fr/printmail/4750>
- [3] <http://www.collaboratif-info.fr/comment/reply/4750#comment-form>
- [4] <http://www.addthis.com/bookmark.php?v=250&username=collaboratif-info>
- [5] <mailto:s.moracchini@collaboratif-info.fr>
- [6] <http://www.collaboratif-info.fr/tags/achats>
- [7] <http://www.collaboratif-info.fr/tags/innovation>

[8] <http://www.collaboratif-info.fr/profil/stephane-moracchini>

[9] <http://www.collaboratif-info.fr/actualite/les-achats-dallianz-se-mettent-au-diapason-des-projets-innovants>

[10] <http://www.collaboratif-info.fr/formulaire/recevez-notre-newsletter-gratuite>