

Fournitures

Savoir-faire : Optimiser l'achat de fournitures

Les fournitures de bureau, famille d'achats à faible valeur mais à fort volume, recèlent de fortes économies potentielles capables de jouer de manière significative sur le résultat d'une entreprise. Toutefois, malgré une apparente simplicité, cette famille d'achats reste complexe.

Réalisé en collaboration avec
Laurent Mayer de Sérénia.

Sérénia, société spécialisée dans l'optimisation des coûts et la performance des achats, est notamment éditrice du logiciel Adem d'aide et de suivi du déploiement des contrats cadres.

www.serenia.com



Les points clés

- Travailler sur l'ensemble du catalogue.
- Comparer les produits selon leurs critères techniques, qualité et conditionnement.
- Réaliser un bordereau de prix intégrant les références de chaque fournisseur.
- Mettre en place un catalogue société.
- Suivre le marché.
- Prendre en compte la qualité des produits pour répondre aux attentes des clients internes.
- Intégrer le client interne dans les démarches.
- Travailler la substitution des produits en augmentant leur qualité.

La théorie

Les fournitures de bureau font partie d'un marché où les distributeurs proposent plus de 6 000 produits dans leur catalogue, sachant qu'en moyenne une grande entreprise achète plus de 2 000 références par an. Le processus achats courant débute par le recensement des produits les plus demandés et l'application de la loi de Pareto 20/80. Or il existe deux grandes limites à ce principe : d'une part l'évolution des goûts et des habitudes des clients internes, d'autre part le fait que, contrairement au papier et aux consommables informatiques, cette méthode n'est pas adaptée aux petites fournitures.

Les véritables difficultés apparaissent lors de la demande de libellés aux fournisseurs et du lancement de l'appel d'offres. Il est en effet extrêmement difficile de rapprocher deux catalogues comprenant seulement 20 à 30 % de produits strictement identiques, libellés compris. Ce processus reste suspendu aux déclarations du fournisseur, laissant une place à l'erreur humaine ou à l'introduction de produits de substitution. Cela tend également à primer le fournisseur le moins performant en termes de qualité. Surtout, cette méthode permet au fournisseur, conformément à sa logique de marge compensée, de se rattraper sur le lot des produits en dehors du bordereau de prix. Quand bien même ces écueils auraient été évités, le fournisseur a d'autres astuces pour récupérer sa marge. Au final, les économies réalisées sont faibles en regard de l'énergie dépensée alors que le potentiel d'économies est considérable et ne demande qu'un effort méthodologique.

La pratique

Pour optimiser les achats en fournitures de bureau, il est important de maîtriser tout un mécanisme d'analyses. En amont, la reconstitution des consommations (CA réalisé pour l'exercice passé et statistiques précises de l'ensemble des produits demandés aux fournisseurs) et la réalisation d'un benchmark sur la totalité des produits permettent d'évaluer les enjeux économiques.

Deux approches s'offrent alors à l'acheteur. La plus rapide consiste à renégocier les prix auprès du fournisseur sur la base des conditions de marché issues du benchmark. Mais, ici, son effet reste limité. Seul un appel d'offres avec rédaction d'un cahier des charges et allotissement du marché en fonction du nombre de fournisseurs souhaité permet de bénéficier du meilleur rapport qualité/prix. Lors de la rédaction du cahier des charges, un échantillon de clients internes sera consulté pour pointer les dysfonctionnements et intégrer les axes de progrès. Un bordereau de prix exhaustif et personnalisé est ensuite établi. Après dépouillement qualitatif et quantitatif de l'appel d'offres, un catalogue société est constitué. Les étapes suivantes portent sur le déploiement des accords avec les fournisseurs retenus, le suivi et un reporting rigoureux qui permettra de réaliser durablement des économies. ■