

Achats : 59 % des fournisseurs ne sont pas liés par un contrat négocié

Pour la cinquième année consécutive, Ariba, éditeur spécialisé dans la maîtrise de la gestion des achats, présente son étude annuelle sur la fonction Achats et la maîtrise des dépenses d'entreprise.

L'enquête a été menée auprès de 325 entreprises affichant un chiffre d'affaires de 350 millions à plusieurs milliards d'euros, en partenariats 5 Business Schools européennes et américaine. Cinq pays sont concernés : la France, le Royaume-Uni, l'Allemagne, l'Espagne, l'Italie, le Benelux et les États-Unis. L'entreprise identifie enfin la maîtrise des dépenses comme un levier. On y apprend que 91 % des sociétés doivent réduire les coûts (et donc, 9 % pensent qu'elles ne le doivent pas ?) et qu'un tiers d'entre elles visent une économie de 10 %. On notera une maturité des entreprises en la matière. En effet, entre 2005 et 2006, la part des sociétés mentionnant « autant que possible », plutôt qu'un pourcentage, est passée de 78 % à 31 %. Bien entendu, les achats de services sont ciblés en priorité. Un résultat qui enchante les prestataires, ou ceux qui n'ont pas encore intégré que les abus de facturation doivent faire partie du passé. D'ailleurs, on remarquera que la France en fait sa préoccupation première, aux côtés de l'Espagne. Or, sans cette prise de conscience difficile de s'atteler à la solution ! Toujours bien peu de cadrage dans la relation fournisseur ! Dérapage incontrôlé plus étonnant, 59 % des fournisseurs ne sont pas liés à la société par un contrat négocié, et la France se place au second rang avec 66 %, derrière l'Italie (74 %) et devant l'Allemagne (64 %). Pourtant, les sondés estiment à 5 à 10 % le gain réalisable via une négociation. Plus dérangeant : si 56 % des entreprises souhaitent réduire leur panel fournisseur, 80 % d'entre elles considèrent que des transactions s'effectuent en dehors des contrats pourtant existants... Malgré ce constat plutôt alarmant, les économies envisagées ne sont que de l'ordre de 5 à 10 %. Peut-être un manque de motivation? Concernant l'efficacité ou le sentiment de maîtrise de la fonction achat sur les diverses activités (schéma ci-dessous), on constate que les aspects transactionnels semblent relativement maîtrisés (cercle vert). Malgré tout, un résultat de 50 % est-il vraiment satisfaisant ? En revanche, la seconde vague déjà initiée de la maîtrise des coûts concernera les fonctions liées de près à l'activité essentielle de l'entreprise (core-business). En s'attaquant à ces fournisseurs et aux relations entretenues avec eux, la fonction achat se prépare à des luttes intestines qui risquent de secouer une fois encore le cocotier. Lorsqu'on constate les relations orageuses entre les achats, l'informatique et les directions métiers, que tous s'accordent pourtant à qualifier d'indispensables? L'innovation n'est pas essentielle aux achats dans les pays latins? Enfin, l'innovation est généralement perçue comme source de progrès et de gains en matière d'achat par 52 % des sondés, avec la technologie comme outil de cette innovation pour 60 % des entreprises. « À noter : les entreprises les plus innovantes sont aussi celles qui ont les objectifs les plus élevés, » soulignent même les auteurs de l'étude. Si cet aspect semble important pour le Benelux (63 %), les États-Unis (61 %), ou le Royaume-Uni (60 %), d'autres en sont moins convaincus comme la France (46 %), l'Espagne (46 %) ou l'Italie (12 %).