

Editorial

Comme chaque organisation, votre entreprise achète et s'approvisionne en biens et en services. A ce propos, comment évalueriez-vous la maturité de l'organisation achats au sein de votre entreprise ? Cette maturité est-elle adéquate ou mérite-elle d'être renforcée ? Carole vous guide sur les premières pistes de réflexion à avoir pour aller de l'avant sur ce thème.



C'est du côté de la Suisse alémanique, dans l'entreprise Varioprint en Appenzell, que nous vous proposons de nous arrêter pour une étude de cas.

A tous, nous vous souhaitons une bonne lecture.

[Arnaud Jobin](#)

Responsable Commercial Romandie

L'évaluation de la fonction achats

Par [Carole Rosen](#), Manager achats Melioris

Depuis quelques années, les entreprises prennent conscience du rôle des achats dans la construction d'un avantage concurrentiel durable. La fonction n'est plus simplement un maillon permettant la gestion d'approvisionnements sûrs et de qualité mais un levier de création de valeur.



De la maturité initiale, où l'organisation achat n'est ni structurée ni reconnue dans l'entreprise, à la maturité optimale où la fonction achats occupe une position stratégique dans l'entreprise, une évaluation régulière de la maturité est nécessaire. Il n'existe pas d'organisation achats idéale et chaque entreprise doit avoir sa matrice qui lui est propre.

Grâce à l'évaluation de la maturité de sa fonction achat, l'entreprise pourra approfondir le sujet afin de définir :

- des objectifs d'évolution précis,
- des axes d'amélioration pour les 7 axes clés,
- un planning de mise en œuvre.

L'évolution de l'organisation achats devra être planifiée par palier avec, à chaque étape, une évaluation des progrès établis.

Il sera important d'impliquer dans cette démarche la Direction, les acheteurs et les donneurs d'ordre afin d'avancer ensemble vers un objectif commun et créateur de valeur pour l'entreprise.

Maturité de la fonction achats	Initiale	Disciplinée	Systematisée	Managée	Optimale
Contribution générale de la fonction achats					
Compétences achats					
Gestion des leviers externes (fournisseurs)					
Gestion des leviers internes / Politique achats					
Processus / Procédures / Pratiques					
Communication externe et interne					
Outils achats et systèmes d'aide aux décisions					

Matrice générale d'analyse utilisée par Melioris

Etude de cas : VARIOPRINT AG

Résumé de l'entretien avec Monsieur Daniel Halter, Directeur des Achats et IT, Membre de la direction d'entreprise de Varioprint SA à Heiden (AR).

Varioprint est une entreprise leader dans la conception et la production de circuits imprimés de haute précision. Avec 140 collaborateurs, une forte puissance d'innovation et des standards de qualité élevés, Varioprint fournit mondialement des entreprises des domaines de l'automobile, de la médecine, de la télécommunication tout comme de l'industrie aéronautique et spatiale.

Melioris a optimisé les achats non-stratégiques pour Varioprint. Le kick-off du projet a eu lieu en janvier 2016 et la mission d'optimisation a été achevée en juin avec la plupart des postes implémentés. **Sur un panel de 11 postes d'achat, Melioris a pu réaliser une moyenne d'économies à hauteur de 19.7%.**

Monsieur Halter a trouvé la coopération avec Melioris très agréable et même encore meilleure qu'escomptée. Melioris a su se montrer compétent vis-à-vis des fournisseurs. La relation avec ces derniers a toujours été humaine, professionnelle et équitable. Varioprint a souhaité privilégier les fournisseurs locaux ; Melioris a respecté ce souhait, lorsque c'était possible. Melioris offre un bon réseau de contacts et des connaissances marché approfondies.

« Ces résultats ont été obtenus sans générer de travail supplémentaire pour nos équipes »

[Daniel Halter](#), Responsable achats, IT,
Membre de la Direction



Monsieur Halter confirme que, tout au long du projet, Melioris a défendu les intérêts de Varioprint. Les postes d'achat ont été optimisés en prenant en compte les coûts et les processus en place, et il n'y a pas eu de pression exercée quant à l'implémentation par Varioprint de tel ou tel poste. En somme, la collaboration s'est basée sur une transparence complète.

Interrogé par rapport aux résultats globaux du projet, Monsieur Halter a une réponse tout à fait positive. Sur les postes optimisés, les économies réalisées dépassent clairement les attendues initiales. Ces résultats ont été obtenus sans générer de travail supplémentaire pour les équipes de Varioprint. Les délais ont également été respectés car le projet a été finalisé en l'espace de six mois.

Interrogé par rapport au fait s'il pouvait recommander Melioris à d'autres entreprises, la réponse de Monsieur Halter est sans équivoque : « Un oui complet ». Varioprint a été très satisfait par le projet et serait ouvert à une réitération du projet dans cinq à six années.

Melioris souhaiterait remercier Monsieur Halter pour cet entretien et remercier les équipes de Varioprint pour l'excellente coopération.

Propos recueillis par [Bastian Fritschi](#)
Responsable commercial Suisse-Alémanique

Actualité

Melioris sera l'orateur du prochain **CFO Café** du 5 avril 2017 à la CVCI à Lausanne et animera ce séminaire sur le thème :



« La fonction achats comme levier de création de valeur ».

Pour toute information complémentaire, veuillez vous rendre sur le site de la [CVCI](#).