|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **THEME DE LA REUNION :**  **Supplier Relationship Management – Organisation et Outils** | | | Lieu : Maison des X rue de Poitiers  Date : 03/02/2014  Durée : 18h30-20h30 + dîner | |
| PARTICIPANTS *:* | | | Rédacteurs: N Michon  Date de rédaction : 04/02/2014 | |
| Prénom NOM | | SOCIETE | PJ : voir les présentations faites | |
| Jacques BONNET  Mickael HADJADJ  Alain HERY  Olivier LECOINTE  Benoît LEMONNIER  Jean Christophe LOYER  Benoît MAINGUY  Domnique MENOU  Nicolas MICHON  Ghislain PERISSE  François RENARD  Frédéric SCHWALLER  Olivier WAJNSZTOCK | | THALES SYSTEMES AEROPORTES  MEDIA MENUS  GDF SUEZ  AIRBUS  COVEA  FNAC  RENAULT  AXA IM  SOURCINGCONSULT  ZABOJAD LEARNING  AGILE BUYER | **DIFFUSION:** tous les membres du groupe X-Achats | |
|  | |
| **PROCHAINES REUNIONS** | | | | |
|  | | | | |
| 1 | **Accueil**  Feedback de la rencontre du 9 sept 2013 (Air France & Renault) : excellent feedback de cette réunion  Prochaines rencontres 2014 (dates non finalisées)  Business Intelligence appliquée aux achats  Mesure de la performance Achats  Rencontre avec Jonathan O’Brien co-organisé avec l’ACA  Nouveau bureau –  Jacques Bonnet n’avait pas souhaité se représenter – Nicolas Michon intègre le bureau et reprend la charge de secrétaire  François Renard se représente comme président ce qui avait été approuvé lors de la dernière rencontre – un vote électronique de l’AG sera organisé prochainement pour modifier les statuts et autoriser la réelection du Président sans limite | | |  |
| 2 | **Tendance Achats 2014 – Olivier Wajnsztok**  L’étude complète est en pièce jointe  Environ 600 répondants à l’enquête 2014  Les grandes tendances de la fonction achat  La réduction de coût est encore plus la priorité n°1 en 2014 (77%) - Les secteurs les plus demandeurs de réduction de coût : électronique et telecom, suivi de automobile et aéronautique – Pourtant, les primes des acheteurs sont rarement liés à leur performance de réduction de coût  La réduction du risque fournisseur devient aussi une priorité importante (72%) 🡺 c’est la priorité pour le secteur de la santé.  Seulement 13% des entreprises ont des objectifs de made in France (excepté dans hôtellerie et R&D) – pourtant 67% des entreprises n’auraient pas de contraintes pour acheter en France  La tendance des achats en pays bas coûts reste forte mais diminue (31% versus 40% en 2012)  La plupart des fonctions achat ont signé une charte anti-corruption (72%) mais ce sont plus les directeurs achat que les acheteurs qui la signent– probablement un sujet qui va monter  Les objectifs de RSE augmentent légèrement  Seulement 56% des entreprises ont des règles de délai de paiement des fournisseurs  L’objectif de réduction du nombre de fournisseur augmente (48%)  L’augmentation du taux de couverture est un objectif pour 61% des entreprises | | |  |
| 3 | **Thême du jour : Supplier relation management**  **Présentation de JC LOYER – COVEA**  Covea regroupe MMA, MAAF, GMF – 14.7Mds€ de CA à 90% en France  Une direction des achats récente, né de la fusion des achats de chaque mutuelle – 4.7Mds€ d’achats direct (réparation de sinistre, expertise …) -  , 0.78Mds d’indirect  Situation en 2012 : un panel très éclaté avec un fort enjeu de diminution du nombre de fournisseurs (9000 fournisseurs, 450 faisant 80% du CA et 6000 représentant moins de 2%)  Actions mises en place pour manager les fournisseurs :  Création d’une base de données unique, avec des contrats normés et l’intégration de critères d’évaluation (dépendance, pérennité, disponibilité des homologations administratives …)  Mise en place d’un outil commun, qui a été choisi notamment pour être une interface flexible entre les achats, les directions métier, les juristes, les fournisseurs…  L’outil est ouvert partiellement aux fournisseurs pour mettre à jour leurs informations (contacts mais aussi leur stratégie/intention de développement …) et les réponses aux RFQ  La base est aussi interfacée avec des sources d’information externe (Coface, société qui suit les homologations…)  L’outil doit aussi pouvoir servir à capter linnovation à terme.  Toute rencontre avec le fournisseur doit faire l’object d’un CR mis dans l’outil commun – les directions métier jouent le jeu  L’outil capte aussi les évaluations des fournisseurs, notamment par les directions métier (ex : identifier les fournisseurs souvent hors délai …) – l’outil fait lui-même les demandes d’évaluations et les relances – à terme les fourn  Les réunions de bilan s’appuie sur les données disponibles dans l’outil et sur l’évaluation des fournisseurs fournis par l’outil (convocation des fournisseurs mal notés) | | |  |
| 4 | **Thême du jour : Supplier relation management**  **Présentation de B LEMONNIER – AIRBUS (en remplacement de E Zanin excusé)**  La Supply Chain devient l’enjeu majeur d’Airbus, et notamment la réduction des perturbations – 14 sites industriels en Europe, une base Supply mondiale dont un certain nombre de fournisseurs externalisés et anciennement Airbus  2013 a été une année exceptionnelle pour Airbus (livrasion de 626 avions, commande 1503 avions)  Problématique achat :  25Mds d’achats (sur 45Mds de CA) dont 1/3 sur les moteurs, 20% sur fuselage, 20% d’indirect  Forte réduction du nombre de fournisseurs notamment ceux de taille moyenne qu’Airbus a poussé à se regrouper. Mais encore beaucoup de très petits fournisseurs sur des commodités de niche  Organisation achat complètement refondu début 2013, CPO rattaché au COO – les achats regroupent désormais une division opérationnelle (intégrant les fonctions d’approvisionnement dans les usines et les autres fonctions Supply Chain en relation avec les fournisseurs) et une division traditionnelle (sourcing, contractualisation, relation fournisseur…) - 2500 personnes, 1500 sur les opérations, un petit millier sur le contrat  Enjeux prioritaires :  Sécuriser les montées en cadence et limiter les perturbations dans les usines – ce sont les perturbations qui générent aujourd’hui le plus de surcoût.  Mise en place de nombreux KPI (livraison à l’heure, non qualité…) | | |  |
|  | Une plate forme supply chain « AirSUpply » unique entre Airbus et ses 572 principaux fournisseurs qui peut être étendue aux rang n (parfois jusque n=7 !)  Forte volonté d’un mode collaboratif : partager et discuter les commandes (visibilité à 18 mois avec un accusé de réception du fournisseur), faciliter les alertes des fournisseurs, …  Objectif d’étendre AirSupply au suivi de transport, à la facturation, aux échanges qualité, à la gestion des capacitaires…  Dans le processus de sélection, le poids des critères économiques et performance supplychain est quasiment équivalen  Airbus doit fortement améliorer ses fournisseurs dans leur performance industrielle et les aider à se développer (changer de fournisseur reste cher et risqué) 🡺  Equipe dédiée d’Airbus pour développer les fournisseurs, principalement sur l’axe Supply Chain  La performance opérationnelle des fournisseurs est une priorité par rapport à la réduction de coût court terme. Cette réduction de coût est vue dans une perspective moyen et long terme : Seul de bons fournisseurs peuvent apporter des coûts optimisés pour les projets en cours de développement et futurs. | | |  |
| 5 | **Brainstorm sur SRM – organisation et outils**  Un brainstorming a été organisé à la fin de la rencontre. Chaque participant a mis ses idées sur des post it, dans le cadre suivant :  Post it verts: Les principales fonctions disponibles actuellement  Post it bleus: Les fonctions les plus importantes à moyen et long terme  Ci-dessous est indiqué la compilation des idées, sans censure. Seuls quelques regroupements ont été faits.  Quelles sont les fonctions disponibles actuellement :  Mesure de la performance (délai, coût, délai…)  Information fournisseur (contact, financier…) - portail fournisseur  Mesure de la qualité et gestion des actions correctives  Plans d’action et développement fournisseur  Bases de données contractuelles et suivi des contrats  Process d’appel d’offre  Commandes, prévision de volume, capacitaire  CR des réunions et échanges  Automatisation des process administratifs  Base de données de partage d’information variées client / fournisseur maquette 3D …)  Le « Buy and Supply »  « Outils de Blabla » et « communication macro »  Quelles sont les fonctions les plus importantes à long terme  Partage de toutes les données sur une base commune, plus de données personnelles, avec accès compartimenté selon l’utilisateur  Réseau social (achat / fournisseur / métier…)  « Email-less projects » des outils qui permettent de supprimer quasiment tout email à ocnserver  Capture des innovations, plan de développement technologique des fournisseurs … / veille fournisseur  Gestion des capacités, fourniture de données prospectives aux fournisseurs  Création d’un « Ecosystème »  Evaluation miroir du client par le fournisseur  Mapping supply chain (jusqu’aux fournisseurs de rang n)  Claim and counterclaim / litige  Mesure d’une performance complete (intégrant la non-qualité, le coût des retards de livraison …)  Des formats standardisés entre les différents système du marché  S’inspirer beaucoup plus des CRM  Meilleure organisation de la veille fournisseur | | |  |