

# Applications professionnelles

## 1. Référencer un nouveau fournisseur

### Situation

Vous êtes assistant(e) de gestion dans le laboratoire de chimie minérale Chimipro, situé à Arras dans le Pas-de-Calais (62), spécialisé dans la sous-traitance de produits pharmaceutiques pour de grands groupes industriels implantés sur l'ensemble du territoire.

M. Guillermo, chef du laboratoire, souhaite acquérir un nouveau spectrophotomètre de masse car l'ancien matériel est obsolète. Cet appareil permet de rechercher les substances qui composent un produit. Cet investissement est indispensable pour l'activité de l'entreprise.

Avant de rechercher les fournisseurs susceptibles de proposer ce produit, il vous demande de rédiger le cahier des charges du spectrophotomètre qu'il désire acheter à partir des indications qu'il vous communique en annexe.

### Consignes

- 1 Rédigez le cahier des charges de ce produit.
- 2 Effectuez une recherche de fournisseurs sur Internet.
- 3 Réalisez un tableau comparatif des fournisseurs.
- 4 Établissez le choix d'un fournisseur en fonction de vos critères.

### ANNEXE – Indications d'achat de M. Guillermo

ANNEXE

Spectrophotomètre UV visible double faisceau

Haute précision  $\pm 0,5$  nm, stabilité totale, linéarité parfaite

Lecture optique du résultat

Photomètre précis de  $-3$  à  $+6$  Å

Mesure jusqu'à 50 longueurs d'onde avec ratio et correction de ratio

Cinétique à 10 mesures par seconde

Analyse de multicomposants

Fonction de calculs paramétrables par logiciel

Imprimante incorporée, scanner et lecteur DVD

Faible encombrement

Prix : 9 500 € HT maxi payable au comptant

Disponible immédiatement

Livraison franco de port

## 2. Finaliser une stratégie de référencement

### Situation

Vous êtes assistant(e) de gestion au sein de la PME Hitecvidéo, située à Chaumont en Haute-Marne (52), qui vend en ligne des articles de photo, vidéo et audio. Cette entreprise doit sa pérennité au développement de l'e-commerce mais, compte tenu de la concurrence actuelle, le nombre de produits vendus est en baisse. Mme Paulovna, chef d'entreprise, aimerait référencer de nouveaux fournisseurs moins chers. Elle vous expose le problème et vous demande de trouver un élément de réponse. Vous étudiez la fiche ressource 2 sur les stratégies de référencement des fournisseurs ainsi que l'annexe sur la gestion de la relation fournisseur.

**Consigne**

Rédigez une note d'information à Mme Paulovna pour lui expliquer l'intérêt de mettre en œuvre une stratégie de gestion de la relation fournisseur avec ses partenaires.

**ANNEXE – La gestion de la relation fournisseur**

ANNEXE

Le dictionnaire définit ainsi le mot « achat » : « 1. Acquisition à prix d'argent, 2. Objet de cette acquisition ». C'est sur ces termes que se construit la relation traditionnelle de client à fournisseur. Le premier échange une valeur financière contre un bien ou un service fourni par le second. Et c'est bien souvent sur cet échange que se centrent et se limitent les relations et les obligations respectives des deux parties !

Cependant, des notions plus larges sont apparues depuis une quinzaine d'années. Les professionnels ont d'abord parlé de relation « gagnant – gagnant » puis du concept de « *supply chain* », et enfin, plus récemment, de « *supply chain étendue* » ou « collaborative ». Ces termes nouveaux reposent sur le concept de pilotage des flux, tout d'abord considérés au niveau d'une entreprise, puis globalisés au niveau de leurs enchaînements successifs, allant de la matière première jusqu'au client ou consommateur final.

Aujourd'hui, les entreprises modernes appliquent les techniques dites « de SRM » ou « de gestion de la relation fournisseur ». L'ambition de cet article est d'en préciser certains aspects qui nous semblent essentiels : comment choisir ses fournisseurs ? Comment piloter cette fameuse relation ? Comment évaluer la performance du processus achat ?

Ces questions se posent aujourd'hui dans un contexte tendu qui en renforce l'intérêt.

Les marchés sont définitivement devenus mondiaux (on dit « globaux » !), la concurrence des pays à main-d'œuvre peu chère existe partout et se traduit par des tensions ou des baisses de prix aboutissant à des délocalisations plus ou moins sauvages, le prix des matières premières ou de l'énergie s'envole.

Parallèlement, la fonction achats voit son environnement évoluer très vite et très fortement : nouvelles technologies à intégrer, évolutions complexes des réglementations, risques politiques plus délicats à gérer en cas d'approvisionnement auprès de certains pays.

Et les clients, que veulent-ils ? Être livrés à temps, en totalité, tout le temps, plus vite, à moindre coût mais aussi avec des nouvelles idées ou solutions !

Enfin, les actionnaires maintiennent pendant ce temps une pression accrue sur le rendement de leurs investissements et donc sur la réduction des coûts de toute nature et des capitaux employés par leurs entreprises !

La performance des achats devient donc un véritable challenge de haut niveau, pour faire face à ces pressions qui deviennent corrélativement de plus en plus fortes. Il ne s'agit plus de faire des économies mais de survivre ! Comment relever le défi ?

Philippe Crapart, Gilles Lauga, CFPIM,  
<http://delos.over-blog.com>

### 3. Traiter un problème de référencement

#### Situation

La société Blanc Cycles, située à Laval en Mayenne (53), fabrique des vélos tout terrain pour enfants. Les pièces détachées sont fabriquées par divers fournisseurs. Certains sont habituellement référencés, d'autres non.

La société Biscross, qui fabrique des pare-boue en aluminium, a été sollicitée pour la première fois le mois dernier. Ce fournisseur a été référencé grâce à sa certification ISO 9001:2008. Toutefois, la semaine dernière, il a livré à la PME 120 pare-boue qui ne correspondent pas à la densité de l'aluminium de 2,7 définie dans le cahier des charges communiqué lors de la commande. Votre chef d'entreprise, M. Amedi, considère que les pare-boue sont composés d'un alliage aluminium-fer moins cher.

Assistant(e) de gestion, vous avez alors rédigé une lettre de réclamation à la société Biscross pour lui expliquer les faits qu'elle conteste. Sans réponse favorable de sa part, vous décidez de rédiger un second courrier plus incisif à ce fournisseur.

## Consignes

- 1 Après avoir étudié l'annexe, représentez schématiquement la procédure de réclamation.
- 2 Rédigez votre second courrier de réclamation.

## ANNEXE - Que faire en cas de problème ?

ANNEXE

Dans l'éventualité où des biens ou services spécifiques que vous recevez ne vous donnent pas satisfaction, vous devez tout d'abord en informer votre fournisseur, ce que vous ferez en général par les voies normales de communication techniques et/ou commerciales que vous aurez mises en place. Votre fournisseur a l'obligation de mener une enquête à la suite de votre réclamation et doit prendre les dispositions nécessaires pour éviter ou réduire les possibilités que les faits ne se reproduisent.

Toutefois, si vous êtes mécontent de la prestation globale de votre fournisseur (par exemple, s'il continue de vous fournir des produits non conformes, ne recherche pas de solution à vos réclamations ou ne prend pas les mesures correctives qui s'imposent), cela peut être révélateur de problèmes au niveau de son système de management de la qualité. En fonction des réponses que vous recevez, vous devez savoir que vous pouvez accroître par paliers le poids de votre réclamation comme suit.

Si votre fournisseur possède un SMQ conforme aux exigences de l'ISO 9001:2008, il doit avoir désigné une personne (le représentant de la direction) dotée de la responsabilité et de l'autorité nécessaires pour garantir que le système fonctionne correctement. Vous devez d'abord déterminer de qui il s'agit et lui soumettre une réclamation en bonne et due forme.

Si vous n'êtes toujours pas satisfait de la réaction de votre fournisseur et si celui-ci est certifié par un organisme de certification indépendant (tierce partie), il vous

faut signaler le cas à l'organisme de certification. Le nom de l'organisme de certification concerné figure normalement sur le certificat de votre fournisseur. L'organisme de certification enquêtera sur la question dans le cadre des audits de surveillance du SMQ de votre fournisseur ou, dans les cas critiques, pourra décider de procéder à une enquête complémentaire spécifique.

Si vous n'êtes pas satisfait de la réponse de l'organisme de certification et si celui-ci est accrédité, vous pouvez vous plaindre auprès de l'organisme d'accréditation concerné. Des précisions quant à l'accréditation éventuelle figureront normalement sur le certificat ISO 9001:2008 de votre fournisseur. Au cas où vous éprouveriez des difficultés à obtenir cette information, vous pouvez consulter la liste des organismes d'accréditation membres du Forum international de l'accréditation sur le site Web de l'IAF (<http://www.iaf.nu>).

Si vous estimez n'avoir pas obtenu de réponse satisfaisante de la part de l'organisme d'accréditation et que celui-ci est membre du Forum international de l'accréditation, vous pouvez porter plainte auprès de l'IAF (<http://www.iaf.nu>).

Il faut se rappeler qu'aucune des démarches ci-dessus n'affecte vos droits en qualité d'acheteur et que, au lieu des démarches ci-dessus, ou parallèlement à celles-ci, une action en justice contre votre fournisseur pourrait s'avérer opportune. La manière dont vous procéderez variera d'un pays à l'autre.

[www.iso.org](http://www.iso.org)

Applications professionnelles

## Entraînement à l'épreuve E4.1

### Situation

M. Fag est le chef d'entreprise de la PME Storart, qui fabrique des stores déroulants sur mesure. Elle est située à Reims en Champagne (Marne, 51) où se trouvent le bureau d'études et l'atelier de confection. Les mécanismes automatiques enrouleurs/dérouleurs sont commandés à divers fournisseurs, implantés principalement en Europe de l'Est, avec lesquels l'entreprise a des relations de partenariat.

M. Fag vous demande d'évaluer les fournisseurs référencés (annexe 2) en fonction de critères qu'il a définis préalablement (annexe 1). Vous décidez d'attribuer à chaque fournisseur une note sur 10 par critère.

### Consignes

- 1 Sur tableur, réalisez le tableau comparatif des fournisseurs.
- 2 À partir des notes obtenues, établissez un rang automatique.
- 3 Représentez graphiquement les performances de chacun.
- 4 Qu'en déduisez-vous ?

### 1 ANNEXE 1 – Critères définis par M. Fag

ANNEXE

Critères :

- Respect de la demande concernant le cahier des charges et le prix du produit
- Qualité
- Rapidité de fabrication
- Rapidité de livraison
- Respect des conditions d'achat
- Fiabilité du programme de partenariat

Pour chaque critère :

Très bien = 10 points      Médiocre = 4 points  
 Assez bien = 8 points      Mauvais = 2 points  
 Satisfaisant = 6 points

### 2 ANNEXE 2 – Évaluation des fournisseurs

ANNEXE

La société Marlow respecte très bien le cahier des charges, assez bien les prix. La qualité est parfois médiocre mais la rapidité de fabrication et les délais de livraison sont satisfaisants, comme le respect des conditions d'achat. La fiabilité du programme de partenariat est excellente.

La société Activ, concernant le cahier des charges et la qualité des produits, est médiocre. La rapidité de livraison et les délais de fabrication sont ses meilleurs atouts. Le programme de partenariat est satisfaisant, comme les prix. Les conditions d'achat sont assez bien respectées.

La société Noroff respecte assez bien le cahier des charges et excelle dans la qualité des produits et le respect des prix. Tous les autres points sont satisfaisants.

La société Agro est un partenaire médiocre. Il a des délais de fabrication satisfaisants, la qualité de ses produits est assez bonne, il en est de même pour tous les autres critères.