



## SYNTHÈSE DU CHAPITRE 19 LA STRATÉGIE D'ACHAT ET DE LOGISTIQUE.

### ➔ Les objectifs de la mercatique des achats.

Situation	Objectif
Pénurie de fournitures	La mercatique des achats doit avant tout assurer l'approvisionnement de l'entreprise.
Abondance de fournisseurs prix.	La mercatique des achats doit permettre de négocier les meilleurs
Marché fortement concurrentiel	La mercatique des achats s'associe au contrôle de gestion pour réduire les coûts de production de l'entreprise.
Marché en stagnation	La mercatique des achats doit permettre de développer de nouveaux produits de qualité en identifiant des fournisseurs « d'idées », de « nouvelles solutions ». La mercatique des achats devient un véritable centre de profits.

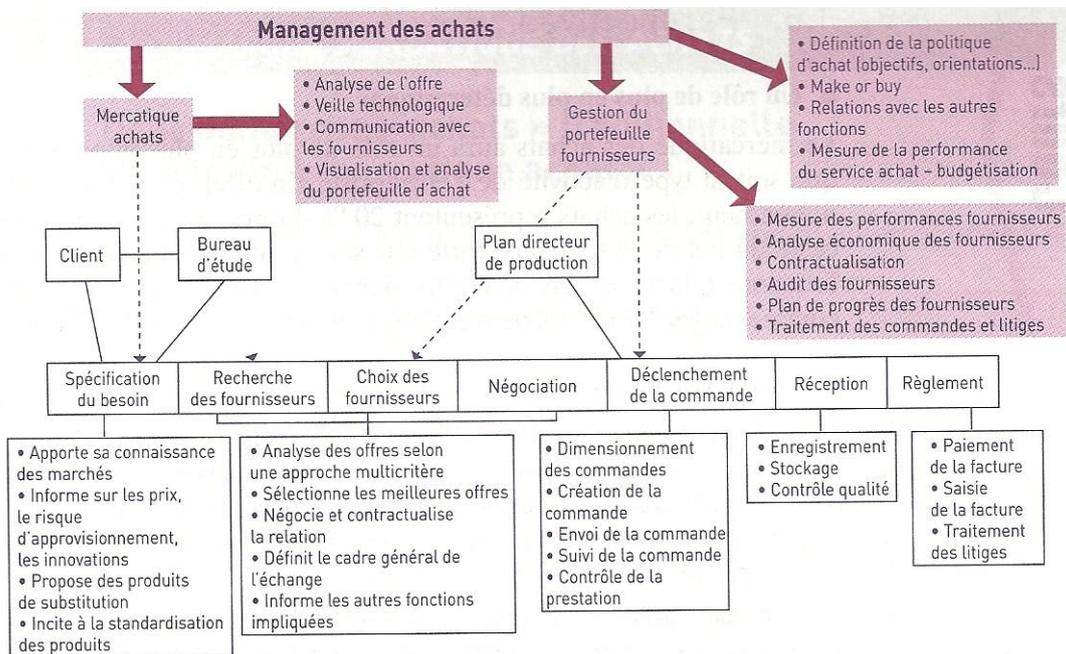
### ➔ Enjeux de la mercatique des achats.

☞ Hachette P.270-271

Principaux enjeux de la mercatique des achats	Justification	Implications pour les relations de l'entreprise avec ses fournisseurs
Réduction des coûts	Les achats représentent une proportion importante du coût de revient total d'un produit ou service.	Une part croissante des achats, quel que soit le secteur d'activité, est réalisée à l'international. À titre d'exemple, les achats en provenance d'Asie de CONFORAMA devraient représenter selon ses dirigeants 25 % de produits d'ici 2009, contre 3 % en 2007.

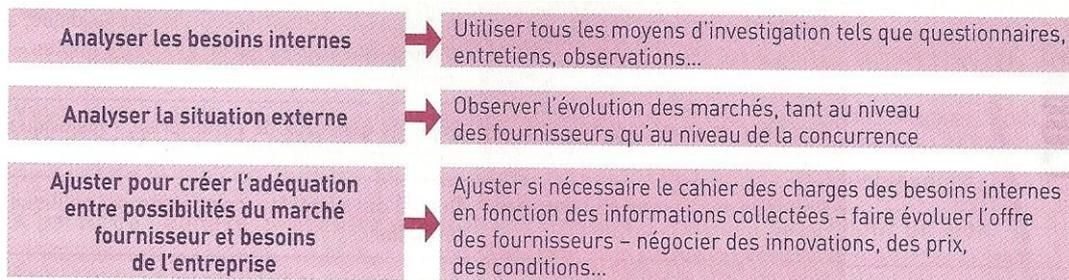
Amélioration de la qualité des produits et services	Le niveau de qualité visé par l'entreprise suppose l'atteinte d'une performance homogène de la part de ses fournisseurs tout au long de la chaîne logistique.	Les fournisseurs peuvent être invités à s'engager dans des procédures de certification pour démontrer leur savoir-faire. L'entreprise peut être également amenée à collaborer étroitement avec ses fournisseurs pour lui permettre d'améliorer la qualité de son offre.
Sécurisation des approvisionnements	L'entreprise doit anticiper le risque de défaillance de l'un de ses fournisseurs, ce qui pourrait nuire à sa capacité à fournir à sa clientèle le produit ou service attendu.	L'entreprise doit réaliser un diagnostic approfondi de ses fournisseurs <i>les plus stratégiques</i> : <i>santé financière, capacités logistiques, organisation de la production</i> , afin d'apprécier le risque associé à chacun d'eux.

## → L'organisation du management des achats et les différentes relations entre les services de l'entreprise.



www.cerag.org

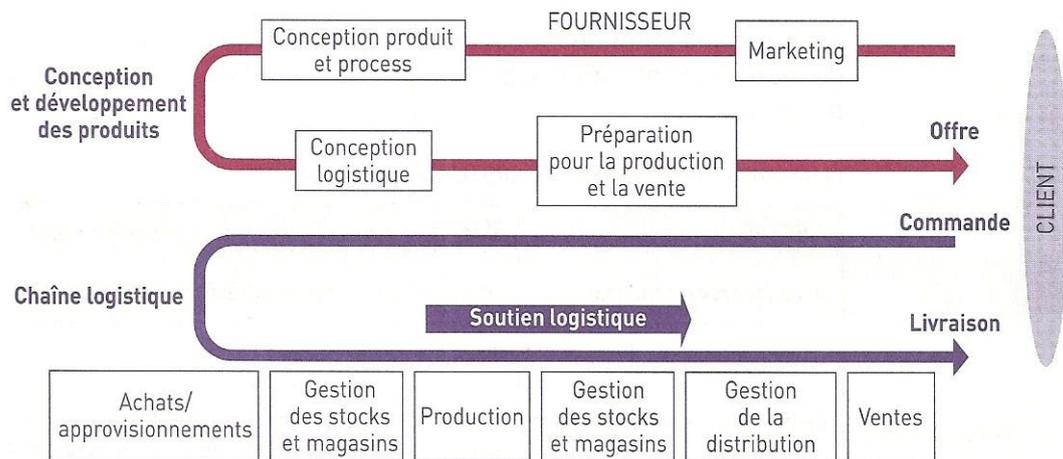
## → Les 3 étapes clés de la mercatique des achats



## → La gestion de la chaîne logistique (supply chain management)

C'est l'ensemble des activités intervenant entre le moment où le fournisseur approvisionne en matières ou composants et celui où on livre le produit fini au client. On a l'habitude de dire que la logistique est une « chaîne », c'est-à-dire un réseau plus ou moins complexe en fonction de ses étendues physiques et d'informations :

- Les lieux de transit des produits (magasins, entrepôts, plates-formes, ateliers, boutiques, véhicules...) ainsi que les techniques induites.
- Les modalités de déplacement (transports) et de manutention.
- La gestion de l'information (de gestion et d'exploitation) et les techniques de transmission des données.



www.industrie.gouv.fr/



## Les enjeux de la chaîne logistique

### Hachette P.275

#### Les enjeux pour le distributeur :

- Diminuer le taux de rupture en magasin/améliorer le taux de service.
- Diminuer le volume des stocks dans les points de vente.
- Diminuer le coût de transport des marchandises.
- Accompagner les organisations en flux tendus liées à la diversification, à la personnalisation et à la diminution de la durée de vie de l'offre de produits.
- Garantir la traçabilité des produits en temps réel.
- Assurer la livraison auprès du client dans les délais les plus courts.
- Assurer la qualité de la gestion des retours.

#### Les enjeux pour le fournisseur :

- Améliorer la gestion de son propre stock de produits finis.
- Optimiser son processus de fabrication (grâce à une logistique en flux tendus permettant de minimiser les stocks tampons).
- Réduire les coûts de distribution, à travers une meilleure composition du planning des expéditions.